

# HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

## Oliver Gruber

travelite – ein Familienunternehmen  
auf globalem Kurs

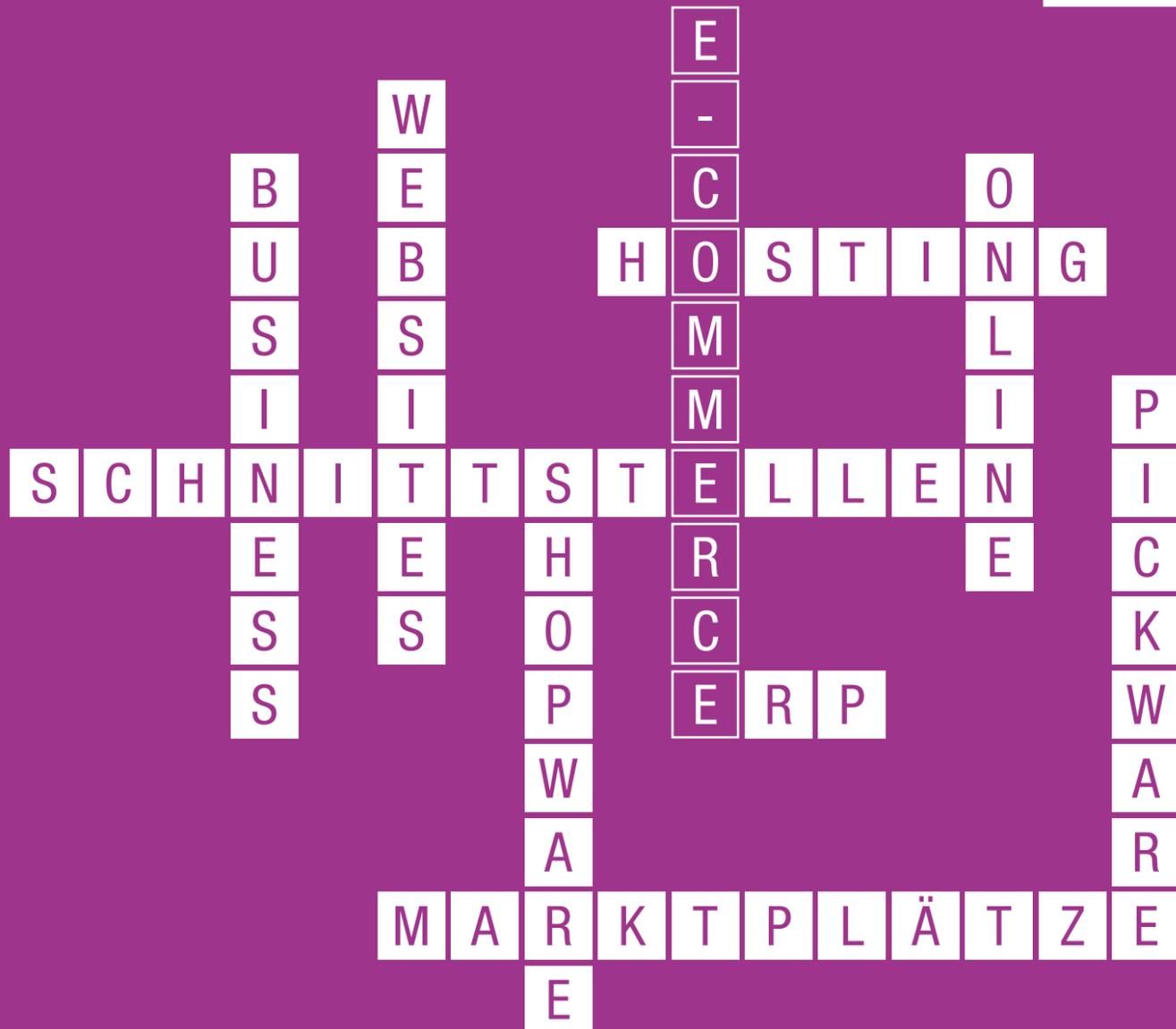
**Aufbruch statt Stillstand**  
Marie-Christine Ostermann  
und Thomas Hoppe

**„Für immer mutig“**  
Unternehmertag 2025  
der jungen Unternehmer

Tor zur Welt

Nr. 2

2025



DIE FAMILIEN  
UNTERNEHMER  
DIE JUNGEN  
UNTERNEHMER

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

„Tor zur Welt“ – unser Titelthema dieser Ausgabe könnte kaum passender sein. In einer Zeit, in der globale Handelsbeziehungen, digitale Netzwerke und internationale Märkte unseren Geschäftsalltag mehr denn je prägen, zeigt sich Hamburg erneut als das zentrale Sprungbrett für unternehmerische Weitsicht. Es ist uns eine besondere Freude, das Titelinterview dem frisch gekürten Familienunternehmer des Jahres 2025, Oliver Gruber von travelite, gewidmet zu haben. Seit 1994 verleiht eine unabhängige Jury diese Auszeichnung jährlich, und nach der pandemiebedingten Pause wird diese Auszeichnung nun zum dreißigsten Mal in der Metropolregion Hamburg vergeben.

Unsere Ausgabe beinhaltet zudem einen Rückblick auf den Gipfel DIE JUNGEN UNTERNEHMER im Elysée Hamburg Hotel. „Mut zum unternehmerischen Handeln“ war die Devise.

Zudem haben wir verschiedene Stimmen zur neuen Bundesregierung eingeholt: Wie beeinflussen deren erste Entscheidungen die internationalen Rahmenbedingungen, und mit welchen Impulsen können Familienunternehmen ihr Potenzial für Export und Innovation voll entfalten? Ein Inter-

view mit dem Hamburger Traditionsunternehmen Globetrotter darf in dieser Ausgabe ebenso wenig fehlen wie ein Rückblick auf den EuropaAbend vom AGA

Hamburg als „Tor zur Welt“ bedeutet eben nicht nur, Güter über den Hafen zu versenden, sondern vor allem, Ideen, Netzwerke und persönliche Beziehungen international zu knüpfen. Wenn wir uns mit der familiären Verantwortung, der Innovationskraft und dem Blick für Nachhaltigkeit auseinandersetzen, dann sind wir überzeugt: Internationale Wirtschaftsbeziehungen und ein weitestgehender freier Handel schaffen und sichern den Wohlstand.

Hierfür werden sich auch unsere ehemaligen Hamburger Regionalvorsitzenden Michael Moritz und Henning Fehrmann einsetzen, die am 5./6. Juni als Vizepräsidenten in den Bundesvorstand gewählt worden sind. Beiden gratulieren wir ganz herzlich.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns, wenn Sie die Impulse dieser Ausgabe nutzen, um Ihr eigenes „Tor zur Welt“ offen zu halten – sei es durch neue Partnerschaften, digitale Geschäftsmodelle oder internationale Kooperationen.

Herzlichst,  
**Malte Wettren & David Friedemann**



David Friedemann  
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

Malte Wettren  
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

**E-COMMERCE KOMPETENZ**  
DIE EINFACH PASST.



GERNE BERATEN WIR SIE AUCH PERSÖNLICH UNTER TELEFON: 040 / 75 66 68 12 – ODER BESUCHEN SIE UNS UNTER NETKITCHEN.DE



- Die Familienunternehmer – Metropolregion Hamburg
- DieJungenUnternehmerHamburg · hamburg.familienunternehmer.eu
- diejungenunternehmerhamburg · familienunternehmer\_hh

Anzeige

# HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

## Veranstaltungen

- 14 36. EuropaAbend des AGA
- 46 Unternehmertag der jungen Unternehmer



## Politik & Gesellschaft

- Statements der Regionalvorsitzenden 8
- Hamburg vor zur Welt 10
- Statements von M.-C. Ostermann und Th. Hoppe 50
- Nordstory - Der Pfropfen zur Welt 30
- Statements zweier Wirtschaftsexperten 70
- Glosse - Fa(l)ke News 81



## Unternehmertum

- 20 Erholung pur auf Weissenhaus
- 32 Neuer Glanz für Fleesensee
- 36 Ein Hauch von Welt - Das Marriott
- 38 Mit Globetrotter in die Welt



## Oliver Gruber



## Titelstory

- Oliver Gruber - travelite 24

## Kunst, Trends & Style

- Atelieresgespräch - Henrik Eiben 54
- Produkttipps ›Travel in Style‹ 60

## Wissenswertes

- 44 Wüsthofs Finanztalk
- 66 Alles was Recht ist
- 58 Das Ohr - Tor zur Innenwelt

## Klein & Fein

- Reisefieber in der Hafencity 12
- Christopher Langtons Sing-Events 16

## Rubriken

- Nachgedacht über das Tor zur Welt 6
- Winzerfamilien - Weingut Wieninger 62
- Der Hamburger: Kaviar Reloaded 74
- Unser Buchtipp 78
- Nachgefragt - Bettina Tietjen 80
- Gastro-Tipp 82



## „Tor zur Welt“ oder „Tor zum Mars“?

Von Björn Castan

Die Einwohner des texanischen Cameron County haben kürzlich mit einer Mehrheit von 212 zu 6 Stimmen entschieden, dass dort eine eigene Stadt von Elon Musks Firma SpaceX entstehen soll. An diesem Ort soll die Rakete „Starship“ gebaut werden, die eines Tages den ersten Menschen auf den Mars befördern könnte. Warum ich diese Kolumne mit dieser Information beginne? Weil sich diese noch nicht einmal gebaute Stadt bereits als „Das Tor zum Mars“ bezeichnet. Das nenne ich mal eine große Vision – und im Marketing sind die Amerikaner nun einmal Weltmeister.

Uns Hanseaten wird ja zuweilen eine gewisse Zurückhaltung, Understatement und Selbstzufriedenheit nachgesagt. Da ich dies eher als Lob denn als Tadel empfinde, erscheint mir unsere Nummer kleiner, mit unserem Tor zur Welt zumindest auf dem Planeten zu bleiben, angebracht. Wer mich kennt weiß, dass ich ein glühender Anhänger von Innovationen bin. Aber auf dem Mars möchte ich denn doch nicht leben, weil mir dessen Atmosphäre mit Temperaturen zwischen 0 und minus 100 Grad Celsius zumindest nach dem heutigen Stand meines Temperaturempfindens als ungeeignet erscheint.

Die Entstehung des Leitbildes „Hamburg Das Tor zur Welt“ blickt auf eine überraschend lange Geschichte. Kurz nach dem ersten Weltkrieg wurde das Bild Hamburgs als Tor zur Welt literarisch durch das bereits damals schon berühmte Sankt Pauli als „Tor zur Unterwelt“ beschrieben. In den späten 20er und 30er Jahren des letzten Jahrhunderts reklamierten mehrere Quellen ihre Urheberschaft am „Tor zur Welt“, abschließend klären lässt sich heute offenbar nicht mehr, wem diese geniale Metapher zuerst eingefallen ist.

Das besagte Tor zur Welt wurde lange Zeit mit dem Hamburger Hafen gleichgesetzt. Der Hafen sei das Tor, das das Selbstverständnis des Hanseaten prägt. Diese Sichtweise kann inzwischen als gesichert überholt gelten. Die heutige Vielfalt Hamburgs mit ihrer starken Position als Handelsmetropole, ihrer soliden industriellen Basis, ihrer exzellenten Wissenschaft, ihren Medien, dem Tourismus und ihrer herausragenden Musikwirtschaft bietet inzwischen eine Vielzahl kleiner Tore in die Welt und ebenso aus der Welt zu uns.

Mir persönlich gefällt das Bild vom Tor zur Welt außergewöhnlich gut. Leitbilder wie „Stadt an der Elbe“ oder „Stadt am Wasser“ erscheinen mir zu unambitioniert, die „Wachsende Stadt“ ist zwar dynamisch, aber doch beliebig – als sei Hamburg die einzige Stadt, die wachsen würde.

Viele Hamburger, die durch dieses imaginäre Tor in die Welt gegangen sind, dort Lebenserfahrung gesammelt, ihre Horizonte erweitert, gearbeitet, Firmen und Familien gegründet haben oder einfach nur gereist sind, kommen wieder zurück in unsere Stadt, die es offensichtlich vermag, starke

Emotionen wie Sehnsucht und Heimatgefühle auszulösen. Wer in der Welt war, kommt weltoffener zurück. Toleranter und Vielfalt als einen Wert und nicht als Bedrohung begreifend. Können Sie sich vorstellen, dass sich in Zukunft jemand zurück auf den Mars sehnt? Ich nicht.

P.S. Wie denken Sie über das Tor zur Welt?  
Schreiben Sie mir gerne an  
[castan@researchforfuture.com](mailto:castan@researchforfuture.com)

Der  
Autor



Björn Castan

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

# Statements

von Jasmina Jansen  
und Andreas Fischer-Appelt

**Deutschland droht 2025 bereits zum dritten Mal in Folge eine Schrumpf-Wirtschaft. Wie schätzen Sie die Entwicklung in Hamburg vor dem Hintergrund der Fortführung einer Rot/Grün-Koalition ein?**

**Jasmina Jansen:** Ich sehe die Entwicklung in Hamburg mit gemischten Gefühlen: Die angekündigten Investitionen von 30 Milliarden Euro in Infrastruktur und Digitalisierung sind absolut richtig und könnten helfen, Hamburg wirtschaftlich nach vorne zu bringen. Gleichzeitig mache ich mir Sorgen, weil wichtige Themen wie Bürokratieabbau und steuerliche Entlastungen kaum angepackt wurden. Als Unternehmerin hätte ich mir klarere Ziele und weniger neue Vorschriften gewünscht. Leider fehlen verbindliche Maßnahmen und konkrete Fristen komplett. Besonders kritisch sehe ich, dass zentrale Forderungen von uns Unternehmen nicht erfüllt wurden – zum Beispiel die Senkung der Gewerbesteuer. Wenn Hamburg hier nicht nachsteuert, könnte es im bundesweiten Wettbewerb an Boden verlieren.

**Andreas Fischer-Appelt:** Die Positionierung der Parteien in Hamburg war „Stabilität“, weitgehende „Einigkeit“ und ein gepflegtes „weiter so“. Die Standortbedingungen in Hamburg für Unternehmen verschlechtern sich jedoch weiter. Die Kosten gehen deutlich in die Höhe, etwa für Fernwärme um einen zweistelligen Prozentsatz. Auch sonst ist Interaktion mit der Hamburger Verwaltung teuer, z. B. bei der teilweise deutlich gestiegenen

Grund- und der Grunderwerbsteuer, oder auch bei vielen Gebühren – besonders denen für die Erteilung einer Baugenehmigung. Kostensenkungen sind nicht in Sicht, etwa bei den Personalkosten, hier steigen die Aufschläge des Staates für die Umlagesysteme deutlich, oder der Aufschlag bei der in Hamburg viel zu hohen Gewerbesteuer. Unternehmen fehlt dadurch das Geld für Innovationen und Investitionen.

**Der alte Bundestag hat ein Sondervermögen beschlossen, das – anders als öffentlich behauptet – zu großen Teilen konsumtiv eingesetzt werden wird. Was bedeutet das für die Wirtschaft und die junge Generation?**

**Jasmina Jansen:** Aus meiner Sicht ist das eine Fehlentscheidung, die gerade der jungen Generation schadet. Denn das Geld wird hauptsächlich für laufende Ausgaben statt für langfristige Investitionen eingesetzt. Das bedeutet doch konkret, dass zukünftige Generationen Schulden zurückzahlen müssen, ohne im Gegenzug von nachhaltigen Investitionen profitiert zu haben. Für uns Unternehmer heißt das weniger finanzielle Spielräume, weniger Innovationen und mehr Unsicherheit. Gerade junge Gründer und Unternehmer brauchen langfristige Investitionen in Infrastruktur, Digitalisierung und Bildung – und nicht kurzfristige Ausgaben, die schnell verpuffen. Insgesamt belastet diese Entscheidung unsere Wirtschaft und schränkt die Perspektiven der jungen Generation deutlich ein.

**Andreas Fischer-Appelt:** Die letzte Regierung ist am Geld gescheitert. Die neue Regierung beabsichtigt, sich mehr Freiraum für ihre Gestaltung zu verschaffen und hat dafür die Schuldenbremse gelockert. Wenn das Geld in Verteidigung und Investitionen, in die Infrastruktur und andere nicht-konsumtive Ausgaben gesteckt wird, könnten positive Wirkungen auf das Wachstum entstehen. Grundsätzlich muss dabei der Schuldenrahmen gemäß EU-Vorgaben eingehalten werden. Meine Sorge ist, dass statt Kostendämpfung bei den Gesundheits- und Sozialsystemen versucht werden könnte, die Probleme mit geliehenem Geld zuzuschütten. Das würde die Staatsquote erhöhen und die Wirtschaft weiter schwächen. Wir werden die Politik hier kritisch begleiten.

**Trotz Demos und Brandbriefen der Verbände fehlt im Koalitionsvertrag des Bundes der große Wurf, den sich die Wirtschaft gewünscht hat. Welche Möglichkeiten sehen Sie nun noch, um auf die Gesetzgebung einzuwirken?**

**Jasmina Jansen:** Natürlich ist es enttäuschend, dass die großen und wichtigen Forderungen der Wirtschaft im Bundes-Koalitionsvertrag kaum berücksichtigt wurden. Aber ich bin überzeugt, dass wir Unternehmer uns weiter deutlich bemerkbar machen müssen – laut, klar und gemeinsam. Gerade jetzt ist es wichtig, dass Verbände wie unserer nicht nachlassen, konstruktive Vorschläge an die

Politik zu liefern und immer wieder das Gespräch zu suchen. Außerdem sollten wir verstärkt auf direkte Kommunikation und öffentliche Präsenz setzen, etwa über Social Media und persönliche Gespräche mit Entscheidungsträgern. Ich sehe aktuell auch großes Potenzial darin, unsere Allianzen mit anderen Verbänden und Interessenvertretungen weiter zu intensivieren, um unsere Positionen noch stärker in die öffentliche Diskussion zu bringen. Nur wenn wir uns klar positionieren und kontinuierlich einbringen, können wir langfristig politische Entscheidungen beeinflussen und die Rahmenbedingungen für Unternehmer verbessern.

**Andreas Fischer-Appelt:** Ich halte den Koalitionsvertrag des Bundes für deutlich besser für die Wirtschaft als den Koalitionsvertrag in Hamburg. Konkrete Verbesserungen für die Wettbewerbsfähigkeit sind hier abgebildet. Das sind etwa massiv erhöhte Abschreibungen, geringere Energiekosten im Bereich Strom sowie schrittweise Steuersenkungen. Schon jetzt ist die regionale Gewerbesteuer in Hamburg aber teurer für die Unternehmen als die Körperschaftsteuer des Bundes. Da sind wir überhaupt nicht mehr wettbewerbsfähig, Hamburg muss hier umsteuern, der Bund hat die Zeichen erkannt. Jetzt muss der Staat versuchen, über Reformen die Nebenkosten für Arbeit zu senken. Das wird eine Herausforderung. Wir werden als Verband eine deutliche Stimme für Kostensenkungen sein.

von links: Dr. Friedrich Kley,  
Prof. Dr. Götz T. Wiese,  
Dalia Das, Dr. Joachim Seeler,  
Johanna von Eben-Worlée,  
Dr. Jörg Dräger,  
Dr. Nikolas Hill,  
Dr. Hariolf Wenzler



Die neue  
Unternehmer-Initiative  
für den Standort  
Hamburg

# Hamburg vor zur Welt

Warum ein selbstzufriedenes „Weiter so“  
unseren zukünftigen Wohlstand gefährdet

Dr. Hariolf Wenzler

Hamburg erlebt paradoxe Zeiten: Die Wirtschaft wächst, der HSV steigt doppelt auf und St. Pauli nicht ab, die öffentlichen Unis sind erfolgreich bei der Exzellenzinitiative und die privaten Hochschulen ziehen immer mehr Studenten an, der Frühjahrsdom meldet Rekord-Besucherzahlen und die Alsterfontäne sprudelt wie eh und je. Da meldet sich eine überparteiliche Gruppe ehrenamtlich engagierter Unternehmerinnen und Unternehmer und kippt Wasser in den Wein: Die Initiative „Hamburg vor zur Welt“ sieht die Zukunftsfähigkeit der Metropolregion Hamburg gefährdet und will eine breite Diskussion anstoßen, um neue Wege für Innovation, Wertschöpfung und Lebensqualität zu entwickeln. Denn eine nüchterne Analyse des Status Quo ist weit weniger erfreulich, als es sich „die schönste Stadt der Welt“ gerne selbst erzählt. In Vergleichen mit anderen deutschen und europäischen Metropolen zeigt sich ein besorgniserregender Abstieg Hamburgs sowohl im Bereich des traditionellen Wohlstandstreibers Hafen als auch in Bezug auf neue Wachstumsfelder wie Innovation und Finanzen. Daraus leitet die Initiative einen dringenden

Handlungsbedarf ab, fordert eine langfristige Metropolstrategie und präsentiert konkrete Maßnahmen.

**Der Abstieg Hamburgs ist unsichtbar,  
aber in vollem Gange**

Die wichtigste Kenngröße, die den Zustand abbildet, ist die Bruttowertschöpfung pro Einwohner. Im Vergleich: In der Metropolregion Zürich ist sie doppelt, in München eineinhalb Mal so hoch wie in Hamburg. Wir haben schlicht zu wenig Wertschöpfung, um daraus Gegenwart und Zukunft zu finanzieren. Woran liegt das? Der Hamburger Hafen, einst der wichtigste Wohlstandstreiber der Hamburger Wirtschaft, schwächtelt. Das Umschlagsvolumen stagniert, und die Wachstumsrate anderer europäischer Top-Häfen ist doppelt so hoch.

**Im Ranking der Welthäfen ist Hamburg von Rang 8 im Jahr 2005 auf Rang 23 im ersten Halbjahr 2024 gefallen – nicht nur hinter neue Häfen in China, sondern auch mit größer werdendem Abstand hinter Rotterdam und Antwerpen.**

Auch im Bereich Finanzen verliert Hamburg an Wettbewerbsfähigkeit. Im Ranking der globalen Finanzzentren ist Hamburg von Rang 29 im Jahr 2020 auf Rang 51 im Jahr 2024 abgerutscht.

Aber auch bei den „neuen“ Wohlstandstreibern fällt Hamburg zurück. Hamburg ist insbesondere bei privaten F&E-Investitionen „Schlusslicht in Europa“.

**Wir haben zu wenige Start-ups und Unternehmensgründungen, vor allen auf technischen Feldern, einen zu geringen Anteil an Beschäftigten mit Hochschulabschluss und insbesondere zu wenige MINT-Studenten (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik).** Dies hat messbare Folgen für den Wohlstand und führt zu einem sinkenden durchschnittlichen Lebensstandard, was sich im Abstieg im „Global Liveability Index“ von Rang 18 im Jahr 2018 auf Rang 27 im Jahr 2024 widerspiegelt.

**„Faktor X“ für Hamburg: Mut zur Gestaltung und Lernen von den Besten**

Notwendig sind daher große Schritte, vor allem braucht Hamburg eine langfristige Strategie. Und die Bereitschaft, von erfolgreichen Vorbildern zu lernen. In der Öresundregion gibt es eine funktionierende Zusammenarbeit der gesamten Metropolregion und eine Landesplanung über nationale Grenzen hinweg – das müsste doch auch zwischen Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein möglich sein. In Zürich sind es die Hochschulen und eine echte Weltoffenheit des Finanzplatzes, in München ist die TU und ihr Gründungsnetzwerk Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung.

**Hamburg hat Chancen: Mit 20.000 zusätzlichen Studienplätzen an der TU und einem Innovationsökosystem wie den derzeit im Entstehen begriffenen „Impossible Founders“, mit „regulatory sandboxes“ in einem Freihafen 2.0 und einem Fokus auf Ausgründungen könnte es klappen.**

Stadt, Wirtschaft und Hochschulen müssen es nur machen. Heute, um ein weiteres Abrutschen in Zukunft zu verhindern.

Der Autor, Dr. Hariolf Wenzler, ist CEO der Anwaltskanzlei YPOG, die in Berlin, Hamburg, Köln und München Tech-Unternehmen und -Investoren berät. Er ist Mitglied der Initiative „Hamburg vor zur Welt“

[hamburgvorzurwelt.de](http://hamburgvorzurwelt.de)

Anzeige



## Gestalten, statt (nur) verwalten.

Wir unterstützen Ihre Immobilieninvestitionen umfassend  
und mit unternehmerischer Weitsicht.



PROPERTY  
MANAGEMENT



ASSET- / INVESTMENT-  
MANAGEMENT



PROJEKT-  
STEUERUNG



PROJEKT-  
ENTWICKLUNG



# Mit Fernweh in den Adern

Zu Besuch bei Reisefieber in der HafenCity

**Unternehmen:**  
Reisefieber Voss KG

Reisefieber in Hamburg entführt Reisende aus dem Alltag in die Welt des Besonderen. Ob wilde Weiten in Kanadas unberührter Natur, tanzende Polarlichter über Islands Eislandschaften oder sagenhafte Landschaften Neuseelands – das Team gestaltet individuelle Fernreisen mit viel Gespür für Sehnsüchte und Details. Statt Pauschale gibt's Persönlichkeit: maßgeschneiderte Touren, handverlesene Unterkünfte und echte Begegnungen. Reisefieber schafft Erlebnisse, die bleiben – mit Leidenschaft, Know-how und einem feinen Gespür für das Außergewöhnliche.

**Sitz:**  
Shanghaiallee 9,  
20457 Hamburg

**Gründung:**  
1984

[www.reisefieber.de](http://www.reisefieber.de)

**E**in Hauch von Fernweh liegt in der Luft, als wir die dritte Etage in der Shanghaiallee 9 betreten. Eine große Weltkarte an der Wand, kunstvoll gerahmte Reisefotografien und auf dem Tisch eine dampfende Kanne Tee aus Vietnam – bei Reisefieber Voss KG in der Hamburger HafenCity spürt man sofort: Hier geht es nicht nur ums Verreisen. Es geht ums Unterwegssein mit Sinn, Stil und Seele.

Seit 1984 gibt es das Unternehmen – gegründet aus echter Reiselust und dem Wunsch, individuelle Erlebnisse jenseits von Massenangeboten zu schaffen. Heute führt Heinrich Voss die Geschäfte noch immer mit Leidenschaft und Weitblick. Gemeinsam mit seinem kleinen, engagierten Team plant er Reisen für Menschen, die nicht nur unterwegs sein, sondern wirklich ankommen wollen – bei sich selbst und an besonderen Orten.

„Unsere Reisen sind handverlesen“, sagt Voss und lehnt sich zurück. „Es geht uns um Qualität, um Tiefe – nicht um Häkchen auf der Weltkarte.“ Ob eine sanft schaukelnde Yacht auf den Bahamas, ein Frühstück unter marokkanischer Morgensonne oder ein feinsinniges Boutiquehotel mitten in der Wüste – bei Reisefieber entstehen keine Produkte, sondern Erlebnisse.

Besonders gefragt sind derzeit Reisen mit intensiven Naturerlebnissen – zum Beispiel in die Wildnis Kanadas mit endlosen Wäldern, kristallklaren Seen und spektakulären Berglandschaften. Ebenfalls im Trend: Inselhüpfen auf den Kleinen Antillen, von Dominica über St. Lucia bis zu den Grenadinen – eine Reise voller karibischer Leichtigkeit und Ursprünglichkeit. „Beide Regionen bieten einzigartige Erlebnisse fernab des Alltags“, sagt Nina Karl, die als Produktmanagerin neue Reiseideen recherchiert, prüft und mit viel Gespür für Details zusammenstellt. Auch die beliebten Kabinen-Chartern bleiben ein Highlight – ob rund um Korsika, durch die Ägäis oder als besondere Komponente ausgewählter Fernreisen.

Und dann sind da die Reisen mit Familie – ein Bereich, der Voss und seinem Team besonders am Herzen liegt. „Eltern wollen ihren Kindern heute nicht nur Sonne und Strand bieten, sondern Erfahrungen, die verbinden und prägen.“ Genau da setzt Reisefieber an: mit kindgerechten Abenteuern, viel Raum für Entdeckung und der richtigen Portion Komfort.

Verantwortlich für die kreative Umsetzung dieser Reiseideen ist Britta Wilm, Travel Designerin mit einem besonderen Auge für Atmosphäre und Inszenierung. Sie kennt nicht nur die schönsten Unterkünfte, sondern auch die besten Gastgeber, die wärmsten Begegnungen und die stillsten Plätze. „Wir planen jede Reise so, als würden wir sie selbst antreten“, sagt sie – und man glaubt es ihr sofort.

Das Büro erinnert weniger an ein klassisches Reisebüro – eher an eine kleine Kreativ-Werkstatt mit viel Licht, inspirierenden Details und einem Hauch Weltluft. „Viele Kunden kommen mit einer Idee – und gehen mit einem Reisegefühl“, sagt Voss. Der Standort in der modernen HafenCity passt zur Philosophie des Unternehmens: urban, weltoffen, am Wasser – und immer in Bewegung.

Bei aller Internationalität bleibt Reisefieber dabei klar verankert: in Hamburg, in persönlichem Kontakt und in einem verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Reisen. Nachhaltigkeit bedeutet hier: lokale Partner stärken, bewusst reisen und das eigene Handeln stets hinterfragen. „Wir sind der Meinung, dass Reisen nicht perfekt sein muss, aber achtsam“, so Voss.

Als wir uns verabschieden, sagt Britta Wilm noch mit einem Lächeln: „Reisen ist wie ein gutes Gespräch: Wenn es berührt, bleibt es.“ Ein Satz, der nachklingt. Und ein schönes Bild für das, was Reisefieber ausmacht.

Anzeige

EXTREME LEISTUNG UND  
UNVERGLEICHLICHE GELÄNDEPERFORMANCE.

DEFENDER



## DER DEFENDER OCTA

Für Abenteuer in extremen Ausmaßen.  
Der leistungsstärkste Defender aller Zeiten.

Defender OCTA P635 AWD 4.4 Liter V8 MHEV Twin Turbobenziner mit 467 kW (635 PS):  
Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen (jeweils kombiniert): 13,5 l/100 km; 304 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse: G

Telefon (040) 500 60 500

Hindenburgstraße 167, 22297 Hamburg  
Hauptsitz: Hugo Pfohe GmbH, Alsterkrugchaussee 355, 22335 Hamburg.

**HUGO PFOHE**

VAN MOSSEL AUTOMOTIVE GROUP

[WWW.HUGOPFOHE.DE](http://WWW.HUGOPFOHE.DE)



## 36. EuropaAbend des AGA

**Andrea Nahles: „Demografie küsst Automatisierung“**

Christian Ströder

Zum Thema „Einwanderung stärkt den Arbeitsmarkt“ sprach Andrea Nahles, Vorstandsvorsitzende der Bundesagentur für Arbeit, beim 36. EuropaAbend des AGA Unternehmensverbandes am 1. April. Vor mehr als 200 geladenen Gästen im Panoramadeck des EMPORIO-Towers untermauerte die ehemalige Bundesministerin, dass qualifizierte Zuwanderung, Automatisierung und Künstliche Intelligenz nicht nur eine Notwendigkeit, sondern eine große Chance für die Wirtschaft sind.

Andrea Nahles hielt eine leidenschaftliche Rede zur aktuellen Arbeitsmarktpolitik und den Herausforderungen der Erwerbsmigration. Unter anderem hob sie die Bedeutung der Sprachkenntnisse für den Arbeitsmarkt hervor. Deutsche Unternehmen bevorzugten deutschsprachige Beschäftigte, daher müsse der Spracherwerb parallel zur Arbeitsaufnahme erleichtert werden. Die Integration von 245.000 ukrainischen Geflüchteten in den Arbeitsmarkt zeige, dass eine enge Betreuung sowie intensive Kontakte zu den Firmen entscheidend seien. „Wir müssen mit den Leuten im Gespräch bleiben und die Türen in Richtung der Unternehmen öffnen“, betonte die Arbeitsmarktexpertin.

In der demografischen Entwicklung sieht Andrea Nahles nicht nur Nachteile. „Demografie küsst Automatisierung“, sagte sie und machte deutlich, dass Künstliche Intelligenz und Automatisierung gute Antworten auf den Fachkräftemangel seien: „Wenn ich in Deutschland lebe und ich höre, die Automatisierung, KI und Ähnliches haben das Potenzial, dass wir weniger Erwerbspersonen brauchen, um bestimmte Arbeit zu leisten, dann ist das doch eine ganz hervorragende Information.“

Schließlich blickte die Chefin der Bundesagentur auf die Erwerbsmigration. Deutschland sei das beliebteste nicht-englischsprachige Einwanderungsland, doch bürokratische Hürden erschwerten den Zuzug

**Die EU sollte unabhängiger  
von China werden!**

von Fachkräften. Besonders die langwierigen Visa- und Anerkennungsverfahren seien problematisch. Sie forderte eine drastische Vereinfachung dieser Prozesse durch eine zentrale digitale Plattform. **Bürokratische Trägheit sei einer der Hauptgründe, warum viele Migranten Deutschland wieder verließen, so Nahles.** AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse nutzte zuvor die Gelegenheit, um in seiner Rede auf geopolitische Herausforderungen einzugehen. Deutschland müsse führend daran arbeiten, „Europa wirtschaftlich stärker und unabhängiger zu machen“. Dazu gehöre auch, neue Handelsabkommen mit Indien, Indonesien, Thailand und Australien rasch voranzutreiben. Die EU müsse sich außerdem dringend aus der Abhängigkeit von China lösen, insbesondere bei Halbleitern, Medikamenten und seltenen Erden. **„Es kann nicht sein, dass unsere Industrie von einem einzigen Land so abhängig ist.“** Gleichzeitig müsse Europa verhindern, dass chinesische Billigprodukte den Markt überschwemmen und dabei alle Regeln in Europa unterliefern. **„Temu und Shein sind da wohl erst der Anfang“,** mahnte Kruse.



Der AGA-Präsident ging auch auf den Arbeitsmarkt ein. Er führte aus, dass Deutschland weniger Jahresarbeitsstunden leiste als andere europäische Länder. „Jeder Wohlstand, auch der vom Staat verteilte, muss erst einmal verdient werden.“ Er schlug vor, mindestens einen Feiertag zu streichen, etwa den Pfingstmontag, um das Arbeitsvolumen zu erhöhen. Zudem brauche es „mehr Flexibilität“ – eine wöchentliche statt einer täglichen Höchstarbeitszeit sowie bessere Kita-Betreuung, um Vollzeitbeschäftigung zu ermöglichen.

Auch Hamburgs Wirtschaftssenatorin Dr. Melanie Leonhard ließ es sich nicht nehmen, am EuropaAbend teilzunehmen. Gemeinsam auf der Bühne mit Horst Schmidt, Vorstandssprecher von DONNER & REUSCHEL, stellte sie sich den Fragen von AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch. Mit Europa verbinde sie, so Leonhard, Errungenschaften wie den gemeinsamen europäischen Arbeitnehmermarkt und die Freizügigkeit, die weiterverfolgt werden sollten. Gleichzeitig müssten sicherheitspolitische Fragen beantwortet werden. „Die Zeit der Komfortantworten ist vorbei“, so die Senatorin. Von der Arbeitsagentur wünschte sich Leonhard zudem, bei allen Dingen, die schon gut liefen, „noch ein bisschen mehr Raum für regionale Besonderheiten zu lassen, um mehr ausprobieren und wagen zu können.“

Last but not least: Kein EuropaAbend kommt ohne musikalische Untermalung aus. Für diese sorgte das nordische Akustik-Duo LYS, bestehend aus Sängerin Sinje und Gitarrist Federico.

[www.aga.de](http://www.aga.de)





## „Von außen klingt Musik. Innen entsteht Magie.“

Wie Singen verbindet und das Leben verlängert

Falk Röbbelen

Christopher Langton, Chorleiter, Vocalcoach und Musikproduzent, berichtet dem HAMBURGER UNTERNEHMER von der tiefgehenden Wirkung des Singens und weshalb er nun auch Sing-Events anbietet.

**D**a stehen 300 Menschen, die sich vorher kaum kannten – und singen gemeinsam einen Song, der für sie geschrieben wurde. Nach nur wenigen Stunden proben sie zweistimmig, lachen, klatschen, spüren Gänsehaut. Und plötzlich ist aus vielen Einzelnen ein echtes Team geworden. „Von außen klingt Musik“, sagt Langton, „doch innen entsteht Magie.“

Wir Deutschen singen weniger als Menschen anderer Länder, was auch mit unserer Historie zu tun haben mag – und mit ungunstigen Assoziationen, die deutsches Liedgut wecken kann. Ist dies der Grund, weshalb deutsche Chöre häufig englische Songs singen? So oder so – deutsche Liedtexte geraten immer mehr in Vergessenheit. Dies fiel Christopher Langton bei einem internationalen Chortreffen auf: Nachdem polnische Chöre stundenlang polnisches Liedgut dargebo-

ten hatten, sollten die Deutschen etwas singen – und stimmten „Country Roads“ an.

Christopher Langton will uns Deutschen die Freude am Singen zurückgeben. Hierfür hat er nicht nur gute Gründe und viel Leidenschaft, sondern auch die Expertise: Langton hat zunächst an der Stage School of Music, Dance and Drama studiert, dann in seiner Heimat am Landestheater Coburg Bühnenerfahrung gesammelt und anschließend noch Musik an der School of Music, Hamburg mit dem Hauptfach Gesang studiert. Seit über 10 Jahren leitet er diverse Chöre – unter anderem den Hopfenchor St. Pauli und den Hafencity Chor. In diesen Chören kommen die unterschiedlichsten Menschen zusammen: Von Anfang Zwanzig bis Mitte Siebzig reicht das Altersspektrum der Gesangsbegeisterten. Auch ihr beruflicher und gesellschaftlicher Hintergrund ist völlig verschieden. Nur am aus-

gewogenen Geschlechterverhältnis arbeitet der Chorleiter noch: „Es überwiegen die Frauen. Sie sind mutiger als die Männer, daher sind zwar alle Interessierten willkommen, aber Männer suchen wir besonders intensiv!“

Weil er immer wieder merkt, was das Singen mit einem Team macht und welche bindende Kraft es allen Teilnehmern gibt, hat Christopher Langton Sing-Reisen initiiert und bietet diese seit Jahren an. Im vergangenen Jahr hat er seine Leistungen noch um sogenannte Sing-Events erweitert. „Aha?!“ Wir staunen und fragen nach: „Und das ist was?“

„Man singt gemeinsam positive Songs mit Band und Chorleiter“, erläutert Langton und führt aus: „Ich veranstalte Sing-Events mit 20 Personen oder mit bis zu 500. Vom einstündigen Impuls bis zum ganztägigen Workshop ist alles möglich. Je nach Bedarf besteht die Band aus zwei oder bis zu sechs Musikern. Es gibt Events nur mit Coversongs oder sogar mit einem eigens komponierten Song, dessen Text auf das Unternehmen zugeschnitten ist. Der Text kann sich auf die Firmenphilosophie oder auch auf Teamziele beziehen. Die Melodie ist meist eingängig, groovig und lässt sich gut mitsingen. In jedem Fall wird der Song gemeinsam vorbereitet, im Workshop einstudiert, aufgeführt und aufgenommen.“



Singen verbindet alle Generationen und Gesellschaftsschichten!

Anzeige

## Von Familie zu Familie. Weil Unternehmergeist verbindet.

1674 wurde das Familienunternehmen Metzler gegründet. Heute führt es die 12. Generation der Gründerfamilie. Das Bankhaus Metzler ist Deutschlands älteste Privatbank in ununterbrochenem Familienbesitz. Große Vermögen verdienen langfristige Perspektiven – wir begleiten Sie dabei.

Besuchen Sie uns persönlich in Hamburg oder auf [metzler.com/private-banking](https://www.metzler.com/private-banking)



Martin Eggert  
Metzler Private Banking Hamburg  
Neuer Wall 55, 20354 Hamburg  
[private-banking-hh@metzler.com](mailto:private-banking-hh@metzler.com)



**METZLER**  
Private Banking

Gebucht werden derartige Sing-Events regelmäßig als Teambuilding-Maßnahme, weil sie außer auf der intellektuellen Ebene auch auf einer gemeinsamen, beeindruckend tiefgehenden emotionalen und biochemischen Ebene wirken: So wird durch gemeinsames Singen nachweislich Oxytocin ausgeschüttet. Es wird auch das „Kuschel- oder Liebeshormon“ genannt und ist für unser Wohlbefinden zuständig. Oxytocin vermag eine Gruppe zu harmonisieren. „Ein Hyperorganismus kann entstehen, in dem sich sogar der Herzschlag der Singenden synchronisiert“, schildert der Veranstalter die Wirkung. Wir sind beeindruckt, und eigentlich bedarf es nur noch der Frage, wo sich das buchen lässt. Dann wäre der Artikel beendet. Aber Langton fängt gerade erst an und schwärmt, wie „geil“ Singen ist! Wie beim Sport entsteht auch beim Singen eine Bindungswirkung. Dabei werden auch bei Menschen, die sich zunächst nicht trauen zu singen, Hemmungen abgebaut, da im Chor falsche Töne untergehen und ein immer noch ansehnlicher Gesamtton erreicht wird, der allen Mut macht.

Im Jahr 2024 fand Langtons größtes Sing-Event in Antwerpen statt: mit 400 Mitarbeitern eines Finanzberaters. Alle Teilnehmer wurden in Gruppen aufgeteilt: Gesang, Shaker und BodyPercussions mit Drumsticks. Und dann wurde der Song mit viel Spaß und Engagement einstudiert. Der Focus lag auf dem Gesang – mit so vielen Menschen sogar zweistimmig. Alle waren begeistert und das Ergebnis beeindruckend.

Bestenfalls hat die Firma, die Langtons Event bucht, eine eigene Band oder erfahrene Sänger, die vielleicht sogar Interesse haben, bei der Komposition oder dem Texten zu helfen. Oder die Firmen-Band spielt selbst bei der Workshop Performance.

**Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial der Sing-Events als Teil ihrer Unternehmenskultur.**



Christopher Langton, Chorleiter und Vocalcoach, Musikproduzent, Workshopleiter, Sänger & Songwriter

Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial der Sing-Events – nicht nur als Event, sondern als Teil ihrer Unternehmenskultur. Manche integrieren die Musik in interne Kampagnen, andere nutzen den entstandenen Song für Videos, Präsentationen oder Social Media.

Von den positiven Effekten profitiert nicht nur das Team, sondern auch die Gesundheit jedes Einzelnen. So weiß man, dass das Gehirn von Musikschaffenden im Altersvergleich jünger ist, und dass Singen Gehirnregionen anspricht, die sonst für Bewegung zuständig sind – es kann also ein Sportersatz sein. Zudem schützt es vor Neurodegeneration, und weil gemeinsames Singen gegen Einsamkeit wirkt, schützt es auch im doppelten Sinne vor Demenz.

Eigentlich wollte Christopher Langton Rockstar werden, und seine Band stand auch schon mit Silbermond und Black Eyed Peas auf der Bühne. Aber ein solches Leben verkürzt das Leben bekanntermaßen eher, und so sind viele Chorfreunde und auch immer mehr Unternehmen froh, dass er diese Karriere zunächst unterbrochen hat und seine Leidenschaft nun Chören, Sing-Reisen und den magischen Sing-Events gilt.



**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](http://www.hamburger-volksbank.de)



Foto: Weissenhaus / Oliver Lassen

Die feine Lebensart  
auf dem Land

## Erholung pur auf Weissenhaus

Entschleunigung und Leichtigkeit  
mit Weite, Ruhe und dem Meer

Entspannung, Zeit für sich, eine wirkliche Pause – wer sehnt sich heute nicht danach? Und ein idealer Rückzugsort, der all dies bietet, liegt nur ca. 120 km von Hamburg entfernt. Wir haben uns für Sie auf den Weg nach Schleswig-Holstein gemacht, zur Hohwachter Bucht. Begleiten Sie uns ins Weissenhaus Private Nature Luxury Resort.

### Ankommen und Aufatmen

Ab Hamburg dauert die Fahrt Richtung Meer nur etwa eine gemütliche Stunde. Wenn man die Autobahn verlässt, geht es vorbei an blühenden Rapsfeldern und am Horizont schimmert bereits die Ostsee. Sobald sich dann das große schmiedeeiserne Tor des alten Schlossguts öffnet, wird spürbar, dass man an einem echten Rückzugsort für die Seele angekommen ist. Über Kopfsteinpflaster geht es noch ein paar Meter weiter bis zum Torhaus, dem heutigen Empfangsgebäude, wo die herzlichen Gastgeber bereits mit einem Lächeln warten. Auf Weissenhaus wird nicht nur die Kunst der Gastfreundschaft großgeschrieben – auch der Freiraum, den viele im Alltag vermissen, steht hier im Mittelpunkt.



Foto: Weissenhaus / Michael Poliza

### Natur pur zwischen Schloss, Park und Ostsee

Gäste spüren die über 400-jährige Geschichte in jedem Winkel des weitläufigen Anwesens, das bis heute seinen historischen Charme bewahrt. Viele der denkmalgeschützten Gebäude wurden mit Liebe zum Detail, traditionellen Materialien und handwerklicher Präzision zum Leben erweckt. So erinnert das liebevoll restaurierte Badehäuschen unweit des Naturstrandes an die Zeiten, als sich einst Gräfin von Platen-Hallermund nach einem Bad in der frischen Ostsee hier aufwärmte. Das Kavaliershhaus aus dem Jahr 1730 diente früher als Unterkunft für Gäste des Grafen und höhere Angestellte, heute befindet sich hier das Frühstücksrestaurant. Die beeindruckende Parkanlage bildet als Naturkulisse den Rahmen des Resorts. Dazu gehört auch der Duft- und Rosengarten sowie eine alte Lindenallee, die vom Schloss zum drei Kilometer langen Naturstrand führt.

### Luxusresort mit Seele

Das malerische Kleinod ist seit 2014 ein Luxusresort für Erholungssuchende und wird seit 2015 mit viel Engagement und Herzblut von den Hoteldirektoren Natalie Fischer-Nagel und Frank Nagel geführt. Sie machten es zu einem Refugium der Extraklasse, begrüßten schon den G7 Gipfel der Außenminister und wurden 2024 mit dem renommierten ahgz-Preis „Hotelier des Jahres“ ausgezeichnet. Gemeinsam hat Familie Nagel es geschafft, Weissenhaus in weniger als zehn Jahren an der Spitze der deutschen Hotellerie zu etablieren und für die Gäste zu einem besonderen Ort mit Seele zu machen. Dass Weissenhaus seit 2024 ein Adults-only-Resort ist, unterstreicht seinen ruhigen, exklusiven Charakter.

Anzeige



**ROTHE**  
Feuerschutz

Ihre Experten  
für Brandschutz.

Erleben Sie Feuerschutz  
mit Herz und Leidenschaft.

Sprechen Sie mich an:  
Ramona Ziegenhahn  
Telefon: 040 78 60 68

Rothe Feuerschutz GmbH  
E-Mail: info@rothe-feuerschutz.de  
www.rothe-feuerschutz.de





Foto: Weissenhaus

**Wellness auf höchstem Niveau**

**Unternehmen:**  
WEISSENHAUS Private  
Nature Luxury Resort  
**Schwerpunkt:**  
Das Adults-only Resort ist ein einzigartiger Wohlfühl-Ort direkt an der Ostseeküste circa eine Stunde von Hamburg entfernt. Auf 75 Hektar verteilen sich 40, teilweise denkmalgeschützte, Gebäude mit 59 Zimmern und Suiten, in denen maximal 120 Gäste gleichzeitig Platz finden. In erster Linie kommen Spa- und Gourmet-Liebhaber, um Ruhe und luxuriöse Annehmlichkeiten in der imposanten Naturkulisse zu genießen. Neben einer prämierten 3.000 qm Spa-Landschaft gibt es drei Restaurants, wovon das Courtier im Schloss zwei Michelin Sterne trägt.

**Gründung:**  
2014

**Sitz:**  
Parkallee 1,  
23758 Wangels,  
OT Weissenhaus  
[www.weissenhaus.de](http://www.weissenhaus.de)

Auf Weissenhaus findet man Entschleunigung pur. Dabei helfen nicht nur die feine Seeluft, die Kids-freie Zone und die entspannte Atmosphäre, sondern auch die 3.000 Quadratmeter große SPA- und Saunalandschaft der Schlosstherme. Innen- und Außenpool, Hamam & Rasul, Onsen-Pool plus sechs verschiedene Saunen – hier findet man alles. Ein besonderes Highlight ist der solewaldRAUM, der modernes Design mit historischem Charme verbindet und den SPA-Bereich um einen magischen Ort erweitert. Auf einer kleinen Anhöhe am Waldrand steht der moderne Bau aus Eichenholz, das nachhaltig aus den Wäldern um Weissenhaus bezogen wurde. Hier verbindet sich die kraftpendende Wirkung der frischen Meeresbrise mit der duftenden Waldluft und gibt Raum zum Auftanken und Durchatmen.

Als staatlich geprüfte Kosmetikerin und SPA-Expertin liegt für Natalie Fischer-Nagel auch ein großes Augenmerk auf den verschiedenen Anwendungen, die Gäste während des Aufenthalts genießen können. Außerdem launcht sie dieses Jahr ein neues Retreat exklusiv für Alleinreisende, die sich eine Auszeit gönnen möchten. Es umfasst wohltuende Wellnessanwendungen, tägliche Yoga-Einheiten und eine ausgewogene, vegetarische Genuschküche, die den Aufenthalt zu einem tiefgreifenden Erholungslebnis verbinden.

*Vor über 20 Jahren hat Eigentümer Jan Henric Buettner mit Planung und Realisierung seiner fantastischen Vision von Weissenhaus begonnen.*

**Vom Zwei-Sterne-Gourmetrestaurant bis zur stilvollen Asiabar**

Dem Thema Küche könnte man auf Weissenhaus einen eigenen Artikel widmen, gibt es hier gleich drei verschiedene Restaurants. Das kulinarische Herzstück auf Weissenhaus befindet sich im historischen Schloss. Im Gourmetrestaurant Courtier verwandelt der mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnete Spitzenkoch Christian Scharrer mit seinem Team dank Raffinesse und handwerklicher Perfektion beste Produkte in kulinarische Kunstwerke. Während die Aussicht vom Restaurant durch den Garten- und Bildersaal des Schlosses über die Grandkoppel bis zum Meer reicht, erlebt man unvergessliche Genussmomente. Am Strand befindet sich das Bootshaus, ein weiteres kulinarisches Highlight, das mit seiner exponierten Lage, mit Blick über die Ostsee, die perfekte Kulisse für mediterrane Geschmackserlebnisse darstellt. Im Fokus der Küche stehen saisonale Produkte lokaler Erzeuger, die zu feinen Köstlichkeiten zubereitet werden. Die stilvolle Asiabar im Gewölbekeller des Schlosses rundet die kulinarische Vielfalt auf Weissenhaus ab: Moderne Sushikreationen werden mit feinen Komponenten frisch zubereitet und schmecken in Kombination mit dem passenden Wein gleich nochmal besser. In der dazugehörigen Bar lässt sich der Abend stilvoll ausklingen. Eine Empfehlung, die man sich nicht entgehen lassen sollte: Der Signature Cocktail des Bar Keepers – er verknüpft die Aromen auf Weissenhaus mit eigenen, wunderbaren Erinnerungen.

Foto: Weissenhaus / Kolja Erdmann



**Stolzes Relais & Châteaux Mitglied**

Anzeige

Spezialist seit 1972

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

**Bausysteme für Industrie & Gewerbe**



**HANSA.**

[montagebau-hansa.de](http://montagebau-hansa.de)



## Ein Familienunternehmen auf globalem Kurs

Zu Besuch bei travelite - eine Reise durch 75 Jahre Gepäckgeschichte.

Von David Friedemann

**Kennen Sie den Hersteller Ihres Reisegepäcks? Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass wenigstens einer Ihrer Koffer von travelite stammt. Wir haben uns für Sie bei dem Familienunternehmen umgeschaut.**

**W**er durch das Gewerbegebiet im Hamburger Stadtteil Rahlstedt fährt, ahnt nicht, dass sich hinter der Fassade eines modernen Industriegebäudes einer der führenden Hersteller von Koffern und Reisegepäck in Europa verbirgt: travelite. Seit 75 Jahren steht das Unternehmen für Koffer, Taschen und Rucksäcke – mehr als 2,5 Millionen Gepäckstücke der Marke travelite werden jedes Jahr weltweit vertrieben, darunter allein rund eine Million Koffer. Im Hamburger Headquarter schlägt das kreative, logistische und unternehmerische Herz: Hier entstehen nicht nur die Ideen für neue Kollektionen, hier sitzen auch alle wichtigen Abteilungen unter einem Dach, darüber hinaus befindet sich hier ein Teil des Lagers – und nicht zuletzt der Showroom mit der gesamten aktuellen Modellpalette.



» Im Hamburger Headquarter schlägt das kreative, logistische und unternehmerische Herz «



Bei unserem Besuch treffen wir Oliver Gruber, geschäftsführender Gesellschafter in vierter Generation – charmant, präsent und voller Begeisterung. Zuerst führt er uns durch das Hochregallager. Rund 4.500 Palettenstellplätze stehen am Standort zur Verfügung – ein kleiner, aber zentraler Teil der bundesweit rund 25.000 Stellplätze, auf denen insgesamt etwa 250.000 Gepäckstücke lagern.

„Koffer brauchen leider sehr viel Platz“, sagt Gruber mit einem Schmunzeln, während wir zwischen den Regalreihen stehen.

Umgeben von geschäftigem Treiben, Staplerverkehr und Konfektionierungsarbeiten bekommen wir einen ersten Eindruck vom agilen Unternehmen. Danach geht es hinüber in den Showroom. Hier zeigt sich die ganze Vielfalt der travelite- und TITAN-Kollektionen: Weichgepäck, Hartschalenkoffer, Aluminiumtrolley, Rucksäcke und Businessaschen. Design und Funktion gehen bei allen Stücken Hand in Hand. „Neben der Verarbeitung muss auch das Material höchsten Ansprüchen genügen, gut aussehen und sich gut anfühlen“, erklärt Oliver Gruber. Perfekt ausgeleuchtet stehen verschiedene Koffer und Taschen auf einzelnen Regalböden, jede Rolle zur Präsentation akkurat ausgerichtet. Koffer und Taschen in allen Farben und Formaten. „Auch wenn farbige Koffer grundsätzlich immer gewünscht sind – am Ende entscheiden sich die Kunden überwiegend für Schwarz“, erfahren wir. Obwohl die Farbwahl in den letzten Jahrzehnten eher klassisch geblieben ist, hat sich das Reiseverhalten – und damit auch die Anforderungen an Gepäckstücke – im Laufe der Zeit deutlich gewandelt.

„Unsere Geschichte begann mit Einkaufstaschen aus Polyethylen“, erzählt Gruber. Heute beliefert das Unternehmen über 1.500 Fachhändler weltweit und ist mit seinen beiden klar positionierten Marken breit aufgestellt: **travelite steht für hochwertige Qualität zu fairen Preisen, TITAN bedient das Premiumsegment und wird im eigenen Werk in Bayern gefertigt.**



Besonders erfolgreich ist die Aluminium-Serie „Next“, die 2019 als erster bezahlbarer Alukoffer in den Markt eingeführt wurde – ein mutiger Schritt, der sich ausgezahlt hat. Noch heute zählt die Kollektion zu den Bestsellern des Hauses.

Das Unternehmen wurde 1949 von der Familie Winkler als Gerhard Winkler & Co. Taschenfabrik gegründet. Nach der Hochzeit von Gisela Winkler und Christian Nannen stieg dieser in das Familienunternehmen ein. Seitdem prägt die Familie Nannen das Unternehmen maßgeblich – heute in dritter Generation mit Jan-Oliver Nannen in der Geschäftsführung. Oliver Gruber ist seit 2020 an Bord und seit 2024 gemeinsam mit seinem Vater Alfred Gruber und Jan-Oliver Nannen Teil der Geschäftsleitung. Alfred Gruber, seit 2002 im Unternehmen, war zunächst Vertriebsleiter und wurde dann Geschäftsführer und Gesellschafter. Gemeinsam bilden beide Familien heute ein eingespieltes Führungsteam. Alfred Gruber selbst ist nach wie vor mit vollem Einsatz dabei. Woche für Woche pendelt er zwischen dem Unternehmenssitz in Hamburg und dem Produktionsstandort in Bayern. **„Mein Vater ist ein Vertriebler durch und durch“, sagt Oliver Gruber mit einem Lächeln.**

„Er liebt es, unterwegs zu sein, ins Gespräch zu kommen, Menschen kennenzulernen.“ Auf seinen Reisen trifft er regelmäßig auf andere Pendler – und manche dieser Begegnungen entwickeln sich zu echten Bekanntschaften. „Er hat eine natürliche Aufgeschlossenheit, die

**Praxis-Tipp: Koffer niemals am Gestänge tragen!**

Türen öffnet. Und so kommt es nicht selten vor, dass er neuen Kontakten später auch unser Unternehmen zeigt – mit all dem, was uns ausmacht.“

Der Einstieg von Oliver Gruber fiel mitten in die Corona-Zeit – eine denkbar turbulente Phase, besonders für die Tourismus- und Reisebranche. Doch er sagt rückblickend: „Ich habe in dieser Zeit so viel gelernt, wie ich es sonst vermutlich in zehn Jahren nicht gelernt hätte.“ Lieferketten mussten neu gedacht, Vertriebsstrategien angepasst und Mitarbeiter unterstützt werden. Eine intensive Zeit.

Die Produktentwicklung neuer Modelle ist eng mit den Anforderungen des Marktes verknüpft. Jede neue Serie braucht rund anderthalb Jahre von der ersten Skizze bis zur Auslieferung. „Ein guter Koffer muss heute nicht nur stabil und leicht sein – er muss auch gut aussehen und aktuellen Größenanforderungen entsprechen“, erklärt Gruber. Jedes Detail wird intensiv geprüft: von Griffen über Materialien bis zu den Rollen. Letztere sind buchstäblich der Dreh- und Angelpunkt: „Koffer mit zwei Rollen produzieren wir längst nicht mehr. Vier Rollen sind Standard – sie machen das Reisen deutlich komfortabler.“ Neben Ergonomie und Funktionalität wird auch auf Gewicht, Lautstärke beim Rollen und Materialien geachtet.

**„Wir testen jedes Modell auf Herz und Nieren – und simulieren alle erdenklichen Beanspruchungen“, fügt Gruber hinzu. Denn was im Showroom gut aussieht, muss auf Bahnhöfen, Flughäfen und Pflastersteinen bestehen.**

Und ein praktischer Tipp folgt direkt: Koffer sollten niemals am Gestänge getragen werden. „Das ist einer der häufigsten Reparaturgründe“, sagt Gruber und lacht. „Am besten immer an der vorgesehenen Griffstelle anfassen – dann hält der Koffer auch das, was wir versprechen.“ Doch neben durchdachter Produktentwicklung ist auch ein starker Vertrieb entscheidend



## Ein Sortiment für jeden Bedarf und jeden Geschmack



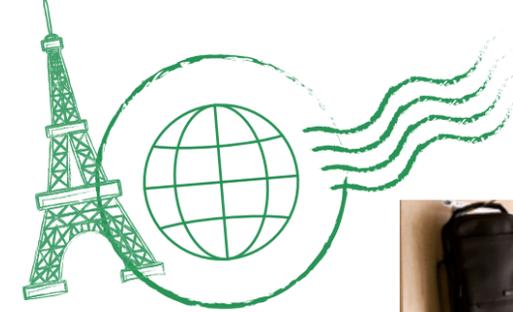
für den Erfolg. In Deutschland ist travelite bereits bestens positioniert, daher liegt der Fokus zunehmend auf der Internationalisierung. Länder wie Spanien, Italien, Frankreich, Japan und China rücken stärker in den Blick. Dafür wurden neue Vertriebsstrukturen geschaffen und Händlernetzwerke aufgebaut.

Ein Highlight der aktuellen Kollektion ist die Zusammenarbeit mit BARBARA, der Marke von Barbara Schöneberger. Die Serie wurde gemeinsam mit der bekannten Moderatorin entwickelt und hat sich direkt als Topseller etabliert. „Wir sind nicht nur stolz auf die Produkte, sondern auch auf die Zusammenarbeit. Das

ganze Projekt macht große Freude“, erzählt Gruber. Auch diese Produktserie wird im Showroom präsentiert. Bei ihrer Entwicklung waren nicht nur die Materialien wichtig, sondern insbesondere die Organisation der einzelnen Fächer – perfekt angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse. So findet alles seinen Platz – und das an der richtigen Stelle. Auch im Sport sind travelite und TITAN aktiv – als Ausstatter mehrerer Bundesliga-Clubs. Borussia Dortmund setzt auf TITAN, Wolfsburg und Augsburg auf travelite.

**„Der Sport ist für uns ein wichtiges Schaufenster“, erklärt Gruber. „Proficlubs legen großen Wert auf Qualität und Funktion – das passt hervorragend zu unserem Anspruch.“ Und ein neues Kapitel steht bereits in den Startlöchern: travelite wird Partner der NFL.**

**>> Wir sind darauf angewiesen, unseren Kundenkreis immer weiter zu vergrößern – in alle Richtungen und über alle Preissegmente hinweg. <<**



**In Deutschland ist travelite bereits bestens positioniert, daher liegt der Fokus zunehmend auf der Internationalisierung.**

„Hierfür haben wir lange verhandelt. American Football gewinnt in Europa immer mehr Fans, da wollen wir natürlich ganz vorn mit dabei sein“, so Gruber. Erste Produkte und gemeinsame Kampagnen werden im Frühjahr 2026 gelauncht.

**Ein Koffer wird in der Regel alle sieben bis acht Jahre ersetzt – entsprechend lang sind die Produktzyklen.**

Umso wichtiger ist es, kontinuierlich neue Zielgruppen zu erschließen und die Marken regelmäßig neu aufzuladen. „Wir sind darauf angewiesen, unseren Kundenkreis immer weiter zu vergrößern – in alle Richtungen und über alle Preissegmente hinweg“, erläutert Oliver Gruber. Neben einer breiten Produktpalette spielt dabei vor allem der gezielte Ausbau des internationalen Marktes eine zentrale Rolle – mit neuen Vertriebspartnern in Europa und Asien, strategischen Kooperationen und lokal angepassten Sortimenten. Im Gespräch kommen wir schließlich auch auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland zu sprechen.

**Während viele Unternehmer über lähmende Bürokratie und ausufernde Regularien klagen, bleibt Gruber pragmatisch: „Wir haben auch viele bürokratische Hürden, aber das sind nun mal die Rahmenbedingungen. Uns hält das nicht davon ab, weiter zu wachsen und neue Produkte zu entwickeln.“**

Ein Satz, der viel über die Unternehmenskultur bei travelite verrät: Nicht jammern, machen. Nicht über Umstände klagen, sondern gestalten.



Diese Haltung zeigt sich auch in geplanten Neuerungen: So soll bald ein eigener Onlineshop für Ersatzteile an den Start gehen, sodass Kunden kleinere Reparaturen selbst übernehmen können und die Hilfe des Service-Teams nur noch bei größeren Schäden benötigen. „Vorteilhaft für alle: Wir reduzieren das Reparaturaufkommen, und unsere Kunden sparen Zeit, Nerven und Verpackungsmaterial.“

Nach unserem Einblick in das Unternehmen sehen wir die Welt mit anderen Augen. Als wir auf dem Weg zurück ins Büro an einer Touristengruppe vorbeigehen, fällt unser Blick automatisch auf das Gepäck: Sieben Koffer, fünf davon von travelite. Ein stiller, starker Beweis dafür, wie ein Familienunternehmen auf kleinen Rollen die große Welt des Reisegepäcks erobert.

**Unternehmen:**  
travelite GmbH + Co. KG  
Das 1949 gegründete Familienunternehmen mit Sitz in Hamburg zählt heute zu den größten Reisegepäckherstellern Europas. Unter den Marken travelite und TITAN entstehen jährlich über 2,5 Millionen Koffer, Taschen und Rucksäcke. Entwickelt wird in Hamburg, vertrieben weltweit – mit Fokus auf Qualität, Funktionalität und stilvollem Design.

**Sitz:**  
Hamburg

**Gründung:**  
1949

[www.travelite.com](http://www.travelite.com)



# Der Pfropfen zur Welt

Von Rüdiger Behn

## Wie der echte Norden verkehrstechnisch Hamburg erleidet

**Liebe Hamburger, die Ihr im Süden von uns lebt,**

60 Jahre ist es her, da lernten auch die Grundschüler in Schleswig-Holstein, die große Hansestadt Hamburg gelte als das Tor zur Welt. Hamburg sei die deutsche Stadt, deren Welthafen sie präge und deren internationales Flair in Deutschland einmalig sei. Nun, internationales Flair ist heute – das müsst Ihr zugeben – auch in Berlin und München anzutreffen. Dafür könnt Ihr nichts, das war nicht zu verhindern. Aber verkehrstechnisch, glaube ich, da hättet Ihr an dem schönen Torbild festhalten können. Diese schöne Einmaligkeit hättet Ihr Euch bewahren können und sollen.

Jedoch haben – aus Nordperspektive betrachtet – Eure politischen Entscheider alles gegeben, um diese Einmaligkeit in eine ganz andere, ja geradezu inhaltlich gegensätzliche Einmaligkeit zu verwandeln – mit aller Konsequenz und Jahr für Jahr immer konsequenter.

**Aus dem Bild des offenen Tores wurde das Bild eines gepfropften Flaschenhalbes. Jawoll, so ist es!**

Ihr glaubt mir nicht? Lest einfach weiter.

Wo sonst auf der Welt, liebe Hamburger, gibt es eine Stadt von vergleichbarer Größe, die konsequent alle Verkehre mitten durch die Stadt führt? Die Bahn zwingt alle Nord-Süd-Verbindungen durch Euren alt-ehrwürdigen Hauptbahnhof, dessen Kapazitätsgrenzen schon vor geraumer Zeit überschritten wur-

den. Infolge dessen werden spätestens an dieser Stelle Verspätungen höchstwahrscheinlich. Wenn dann dem Reisenden, der im echten Norden wohnt, schon sein Zug fehlt, so kann er sich damit trösten, dass er die Wartezeit auf seinen Anschlusszug auf den Bahnsteigen zugig verbringen darf.

Wer als Schleswig-Holsteiner also Bahnstress vermeiden will und auch nicht ausreichend erkältungs-resistent ist, nimmt sein Auto. Mit dem durchquert er nahezu staufrei ganz Europa, aber in Hamburg wird er mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit ausgiebig im Stau stehen. Wäre dies ein vorübergehender Zustand, so würde ihn der Reisende aus dem echten Norden gelassen tolerieren, aber das ist schon seit Jahrzehnten so – und ein Ende ist nicht absehbar.

**Über Jahrzehnte wird in Hamburg auf der A7, Europas wichtigster Nord-Südverbindung, staubildend gebaut.**

Der Elbtunnel wurde immer wieder um eine weitere Röhre ergänzt. Folglich brauchte auch die A7 entsprechend mehr Spuren. Südlich der Elbe steht die A7 auf Stelzen, die nun ob des vielen Verkehrs ge-

DIE FAMILIEN  
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN  
UNTERNEHMER

brechlich sind und demzufolge ersetzt werden müssen. Und natürlich braucht die A 7 dort auch mehr Spuren. So hat man simultan gleich zwei Staugründe, aber das ist – zugegebenermaßen aus der Not heraus – schlaue eingerichtet worden. Denn diese Gleichzeitigkeit ist besser, als die Staugründe hintereinander durchstauen zu müssen.

Es scheint aus Nordperspektive alles so gewollt zu sein. Die Mehrheit von Euch, liebe Hamburger, hat sich mit diesem Zustand erkennbar arrangiert. Nur einigen Wenigen von Euch scheint der Verkehrslärm, den die innerstädtische A7 verursacht, gehörig auf die Nerven gegangen zu sein. Spätestens jetzt hätte man anderswo überlegt, ob man den Verkehr nicht zum Beispiel über einen Straßenring ableiten könnte. Nicht so bei Euch in Hamburg!

So staunt der Reisende aus dem Norden nun über entstandene und noch während der nächsten Jahre entstehende Tunnel, die dort gebaut werden, wo weder Berge noch Wasser im Wege sind. Aber mit dieser Maßnahme konnten die Staus natürlich wunderbar weiter gepflegt und das Image Hamburgs als nahezu Staumarktführer weiter erhalten werden.

Auch wochenendlange Komplettsperrungen von Europas wichtigster Nord-Süd-Verbindung stört Euch, liebe Hamburger, offensichtlich nicht. Trifft es womöglich zu, dass Ihr in Eurem tiefen Glauben, Ihr lebet im oder zumindest am Tor zur Welt, gar nicht aufgefallen ist, dass das berühmte Tor zu dem lästigen Pfropfen wurde, mit dem sich die Wirtschaft und der Tourismus im echten Norden und auch weit darüber hinaus herumschlagen müssen?

Man muss kein studierter Logistikexperte sein, um zu wissen, dass drei Viertel des von Norden kommenden Schwerverkehrs Nordrhein-Westfalen oder die Beneluxländer zum Ziel hat. Das sind täglich Tausende von LKW, die sich unnötigerweise inmitten von Hamburg stauen, dort CO2 emittieren und

unnötige Transportkosten und überlange Transportzeiten für den echten Norden und ganz Skandinavien produzieren. Den PKW-Verkehr, liebe Hamburger, will ich hier gar nicht dezidiert erwähnen.

**Ihr, liebe Hamburger, aber zelebriert in hanseantischer Gelassenheit den weiteren Ausbau und die weitere Vertunnelung der A7 als kassieret Ihr von jedem Fahrzeug, das die Stadt durchquert, Reichtum anhäufende Wegelagergebühren.**

Für die Steuergelder, die in Hamburg für den Ausbau und die Überdachung der A7 ausgegeben wurden und werden, hätte die Verlängerung der A 20 von Bad Segeberg bis nach Bremerhaven in Form einer Westumfahrung Hamburgs größtenteils finanziert werden können. Die nun aktuell gewordene militärstrategische Bedeutung der A20 sei hier nur am Rande erwähnt.

**Warum nur pflegt Ihr Hamburger Euer Image als Pfropfen zur Welt so, statt zusammen mit dem echten Norden lautstark für die Weiterführung der A20 zu schreien?**

Aber Ihr liebt die Klarheit, die Konsequenz und die Eindeutigkeit. Wenn schon Pfropfen, dann richtig, oder? Denn auch Euer Flughafen, der ja auch unser ist und auf den man ausweichen könnte, weil sich Bahn und Auto aus den genannten Umständen als ungeeignet erweisen, trägt zum Pfropfenimage bei. Interkontinentalflüge bieten nur zwei nach Asien ausgerichtete arabische Fluggesellschaften an. Wer die nicht nutzen will oder kann, dem bleibt nur der Umsteigeweg über eines der anderen großen europäischen Drehkreuze, die vielfach an viel kleineren Städten als Hamburg, wie z. B. München, Zürich, Brüssel, Amsterdam oder gar Frankfurt angesiedelt sind.

**So kann es kein Kurzschluss sein, dass Ihr – bewusst oder unbewusst – Eures schönen alten Bildes vom Tor zur Welt zu irgendeinem Zeitpunkt überdrüssig geworden seid – zugunsten des Bildes eines gepfropften Flaschenhalbes!**

Wahrlich schade – um Euch, um uns und um Eure so schöne Stadt. Mit augenzwinkernden, aber wahrhaftigen Grüßen aus dem echten Norden

Euer

Rüdiger Behn

Grüße aus dem  
echten Norden!



# Neuer Glanz für Fleesensee

Von Malte Wettern

## Dettmer Group investiert in Ferienresort

Nicht nur Golfer kennen ihn gut – den Robinson Club Fleesensee in Mecklenburg-Vorpommern. Doch kaum jemand weiß, dass dieses Resort kürzlich seinen Besitzer gewechselt hat. Neuer Eigentümer ist eines unserer Verbandsmitglieder: die Dettmer Group. Julia Dettmer hat uns alles über die Hintergründe des Kaufs und die Investitionen in die Anlage erzählt.

**Ihr habt ein Hotel gekauft. Was hat ein Logistikunternehmen mit Tourismus zu tun?**

Das stimmt, es erscheint auf den ersten Blick komisch. Die Dettmer Group ist eine große Logistikgruppe mit mehr als 40 einzelnen Unternehmen. Wir besitzen Binnenschiffe, versorgen den Flughafen Frankfurt über eine Pipeline mit Kerosin und schlagen dort Luftfracht um, haben Recyclingunternehmen und Kunststoffaufbereiter, ein Tanklager in Magdeburg sowie diverse andere Unternehmen von Spezial- bis Containerlogistik und sind mit Dettmer Rail im Schienenverkehr aktiv. Das sind alles Business-to-Business-Geschäfte, wo ein Ferienhotel nicht zwangsläufig hineinpasst. Aber ganz neu ist Tourismus für unser Unternehmen auch nicht: Wir hatten einst Kreuzfahrtschiffe, zum Beispiel die MS Astor oder die MS Astoria, und waren mit Passagieren auf den Weltmeeren unterwegs.

**Wie kommt man darauf, ins Hotelgewerbe einzusteigen?**

Es gab schlicht eine Kaufopportunität für den Robinson Club in Fleesensee in Mecklenburg-Vorpommern. Es ist der einzige Robinson Club in Deutschland und wurde gerade 25 Jahre alt. Fleesensee ist ein großes Ferienresort, zu dem auch ein Grundstück direkt am gleichnamigen See gehört – wunderschön! Bekannt ist der Club für seine riesige Golfanlage: Mit fünf Plätzen und 73 Löchern haben wir hier das größte zusammenhängende Golfresort Deutschlands. Außerdem gibt es Wassersportmöglichkeiten – und die Lage ist auch gut, weil Fleesensee nicht allzu weit von Hamburg und Berlin entfernt ist. Das Hotel hat eine spannende Geschichte, die mit dem Aufbau der Tourismuswirtschaft



in Ostdeutschland verbunden ist: Als das Resort Fleesensee eröffnet wurde, war es das größte Nordeuropas. Der damalige Bundeskanzler Gerhard Schröder kam zur Eröffnungsfeier und pflanzte eine Buche, die seitdem wächst und gedeiht. Sie steht auf der sogenannten Kanzlerwiese vor dem Haupteingang des Robinson Clubs.

**Arbeitest du jetzt an der Rezeption statt in deinem Unternehmen „Jongen“ im Hamburger Hafen?**

In der Hotellerie ist in der Regel der Besitz der Immobilie vom Betrieb getrennt. Es gibt auch andere Konstellationen, aber die wären für uns nicht in Frage gekommen. Der Tourismus-Riese TUI betreibt den Club mit seiner Marke Robinson, operativ mischen wir uns

da gar nicht ein. Ich muss immer ein bisschen schmunzeln, wenn ich höre, dass erfolgreiche Unternehmer unbedingt ein Hotel haben und managen wollen. Die sind oft viel unterwegs und denken dann, sie können das mit ihrer Hotelerfahrung als Gast automatisch auch betreiben. Das geht wirtschaftlich oft schief und wird zum Verlustbringer. Wir vertrauen da lieber auf die Profis der TUI.

**Gibt es Synergien zwischen der Dettmer Group und dem Robinson Club in Fleesensee?**

Nicht direkt. Wir haben dort einen “Dettmer Day” veranstaltet, zu dem alle Geschäftsführer unserer Firmen gekommen sind. Es ist schön, so etwas in einem Hotel veranstalten zu können, in dem ein Hauch von

Anzeige

## 25 Jahre nachhaltige Produktion

**Anteil CO<sub>2</sub>-neutraler Energie bei der Herstellung von Brantho-Korrux**  
(inkl. Heizung, Beleuchtung, EDV, Verwaltung etc.)

Jahr	Anteil in %
1997	30%
2007	40%
2012	50%
2017	80%
2019	100%

**Zusätzlich:**

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

Seit Ende 2018 ist 100 % der von uns bei der Produktion von Brantho-Korrux eingesetzten Energie CO<sub>2</sub>-neutral.

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

**Metallschutzfarben - Instandhaltungsfarben**



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



[www.rostschutzfarbe.de](http://www.rostschutzfarbe.de)

**Die Dettmer Group – einst mit der MS Astor und der MS Astoria unterwegs auf den Weltmeeren**



Dettmer weht. Ich könnte mir vorstellen, dass man bei weiteren Baumaßnahmen auch Produkte aus unserem Haus verwendet. Wir stellen beispielsweise in Bayern bei unserer Tochter Purus Plastic nachhaltige Ecoraster-Bodengitter und Dachbegrünungssysteme her. Durch Fleesensee lernen wir natürlich auch viel für andere Firmenbereiche – wie etwa Mitarbeitergewinnung mitten in Mecklenburg-Vorpommern in einer hart umkämpften Branche.

**Was hat euch bewogen zu renovieren?**

Der Deutschlandtourismus boomt und wir gehen davon aus, dass die Entwicklung anhalten wird. Gleichzeitig hat sich der Anspruch der Gäste verändert. Urlauber buchen heutzutage auch gern Suiten, erwarten mehr Wellness. Also haben wir einen neuen Trakt mit 38 Zimmern und Suiten angebaut, den WellFit-Spa und Fitnessbereich komplett überholt und erweitert sowie die Bar und Lobby umgebaut. Ein großes Hallenbad zu bauen, war eine große Investition und hat bei uns für längere Diskussionen gesorgt. Doch nun bieten wir drei Pools, von denen einer sogar halbolymische Maße hat. Das Hauptrestaurant wurde erweitert. Und wir haben ein Wohnhaus für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gebaut, was wichtig für die Fachkräftegewinnung ist. Bei allem haben wir auf hohe grüne Standards geachtet; Fleesensee gehört zu den nachhaltigsten Clubs der Marke Robinson. Das macht es aber nicht gerade zum Schnäppchen bei den Baukosten.

**Info:** Julia Dettmer war bis 2022 Vorsitzende der "Jungen Unternehmer" in Hamburg. Sie hat das Unternehmen Jungen gemeinsam mit einem Partner im Hamburger Hafen gegründet. Jungen entsorgt Abfälle von Kreuzfahrt- und Containerschiffen, pumpt Treibstoffrückstände ab und führt die Ölunfallbekämpfung im Hamburger Hafen bei Havarien durch. Gemeinsam mit ihrem Vater Heiner Dettmer ist sie Gesellschafterin der Dettmer Group mit Hauptsitz in Bremen. Julia Dettmer lebt mit ihrer Familie in Hamburg.



Julia Dettmer mit Martin U. Müller

**Wie wichtig ist die Digitalisierung in dem Bereich?**

Sehr wichtig, klar. Bei Robinson läuft ohnehin sehr viel per Smartphone-App, etwa die Anmeldung zu Aktivitäten oder dem Kidsclub. In der Hotellerie wird zunehmend auch auf Künstliche Intelligenz gesetzt, etwa werden Teller mit Speiseresten gescannt und analysiert, um Foodwaste zu verhindern und das Angebot zu optimieren. Breitbandversorgung ist Minimum-Standard; nicht wenige Gäste haben über die Coronazeit gelernt, dass Workcation, also die Kombination aus Urlaub und Arbeiten, durchaus nett sein kann. Es sind aber auch Kleinigkeiten, auf die wir beim Umbau geachtet haben, wie etwa ausreichend viele Lademöglichkeiten für alle Arten von Endgeräten. Jeder kennt den Nervfaktor, wenn das nicht ohne Probleme geht und man mehr als ein Smartphone hat.

**Kommen Firmen nach Fleesensee, um Veranstaltungen mit Mitarbeitern und Kunden durchzuführen?**

Ja, das passiert viel. Hier hilft uns wieder die Nähe und gute Erreichbarkeit aus den Metropolregionen Berlin, Hamburg, Lübeck, Rostock und Hannover. Sogar die TUI selbst nutzt das Hotel gern für Sitzungen ihres Top-Managements. Der Robinson Club bietet sieben variable Seminarräume für bis zu 450 Personen und verfügt über moderne Veranstaltungstechnik. Mittlerweile reicht es nicht mehr, einfach einen Flipchart hinzustellen. Viele erwarten richtige Eventkonzepte – bis hin zu außergewöhnlichen Teambuilding-Aktionen wie gemeinschaftlichem Bootsbau oder Offroad-Events. Um das zu organisieren, gibt es eigens Mitarbeiter. Für mich zählt aber etwas anderes noch mehr: die idyllische Lage in der Mecklenburgischen Seenplatte. Wie viele schlimme Meetings in muffigen Konferenzräumen musste ich schon erleben ...

Anzeige



A STAR ALLIANCE MEMBER



APEX WORLD CLASS  
by IATA

2025

CERTIFIED · VALIDATED · VERIFIED



# KEEP FLYING WITH WORLD CLASS

We are honored to receive the APEX World Class Award for the fourth consecutive year, along with recognition for Best-in-Class Sustainability.



TURKISH AIRLINES



## Ein Hauch von Welt – mitten in Hamburg

Zu Besuch im frisch renovierten Hamburg Marriott Hotel, wo hanseatische Eleganz auf internationale Gastfreundschaft trifft.

Von Mila Pham

Wer durch das ABC-Viertel schlendert, spürt schnell: Hier pulsiert das Herz der Hansestadt. Zwischen Boutiquen, Galerien und Cafés erhebt sich ein Haus, das seit Jahren ein fester Bestandteil der Hamburger Hotellandschaft ist – und doch gerade neu erblüht: das Hamburg Marriott Hotel. Hinter der eleganten Fassade verbirgt sich nicht nur ein Rückzugsort für Reisende aus aller Welt, sondern auch ein Stück gelebte Geschichte eines globalen Hotelimperiums – und ein Ort, der sich immer wieder neu für die Stadt öffnet.

Ein Zuhause auf Zeit –  
mit hanseatischer Seele

Seit dem Frühjahr erstrahlen die Zimmer und Suiten des Hauses in neuem Glanz. Das Design? Eine Hommage an Hamburg: maritime Blautöne, goldene Akzente, viel Licht und klare Linien. Wer hier eincheckt, spürt sofort die Verbindung zur Stadt – und gleichzeitig den Komfort, den man von einem Haus der Marriott-Familie erwartet.

Ob Geschäftsreisende, Städteurlauber oder Langzeitgäste – das Hamburg Marriott schafft den Spagat zwischen internationalem Standard und lokalem Charakter mit beeindruckender Leichtigkeit.

### Marriott International – eine Familie mit Geschichte und Vision

Was viele nicht wissen: Hinter dem Hamburger Haus steht mit Marriott International die größte Hotelgesellschaft der Welt. Gegründet 1927 von J. Willard und Alice Marriott als kleiner Root-Beer-Stand in Washington, D.C., entwickelte sich das Unternehmen über fast ein Jahrhundert hinweg zu einem globalen Marktführer mit über 9.500 Hotels in 144 Ländern. Mehr als 30 Marken – von luxuriösen Resorts bis zu smarten Longstay-Konzepten – gehören heute zur Gruppe.

Ein besonderes Kapitel dieser Erfolgsgeschichte wurde 1988 in Hamburg geschrieben: Mit der Eröffnung des Hamburg Marriott Hotels betrat die Marke Marriott Hotels erstmals den deutschen Markt – ein Meilenstein, der das Haus bis heute prägt. Und doch ist das Erfolgsgeheimnis kein Zahlenwerk, sondern eine Philosophie: „Take care of your people and they will take care of your guests.“ Dieses Credo des Gründers prägt bis heute die Unternehmenskultur – spürbar auch im Hamburger Haus, wo das Team mit echter Herzlichkeit und Professionalität überzeugt.

### Kulinarik mit Charakter – das neue Cast Iron Grill

Ein weiteres Highlight: das zu Beginn des Jahres wiedereröffnete Restaurant Cast Iron Grill. Hier trifft amerikanische Küche auf französische Raffinesse – und Hamburger Sommer auf BBQ-Genuss. Ob saftiger Signature Burger, zartes Steak oder kreative vegane Gerichte: Die Speisekarte ist so vielfältig wie die Gäste. Besonders charmant: die großzügige Sommerterrasse, auf der man bei einem Glas Wein den Trubel der Stadt hinter sich lassen kann. Ein Ort, der nicht nur Hotelgäste anzieht, sondern auch für ein spannendes Abendessen oder ein stilvolles Geschäftsessen mitten in der City geschätzt wird.

Foto: Marriott International



### Ein Hotel, das mehr ist als nur ein Ort zum Schlafen

Das Hamburg Marriott Hotel ist nicht nur ein Ort zum Ankommen – es ist ein Ort zum Bleiben, Erleben und Genießen. Die eleganten Veranstaltungsräume bieten den passenden Rahmen für besondere Anlässe – ob geschäftlich oder privat. So verbindet das Hotel hanseatische Gelassenheit mit der Weitsicht eines globalen Konzerns. Und es zeigt, wie moderne Hotellerie heute aussehen kann: persönlich, stilvoll und mit einem offenen Blick in die Welt.

Anzeige



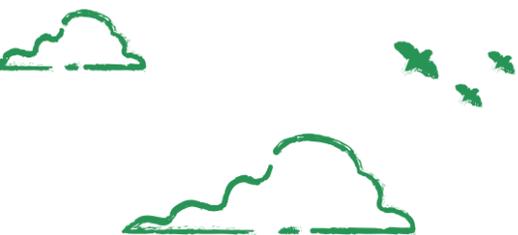
**FOTOGRAFIE**  
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

Mobil 0172 417 83 22 · Mail : [info@schultz-coulon.de](mailto:info@schultz-coulon.de)

[www.schultz-coulon.de](http://www.schultz-coulon.de)





# Mit Globetrotter in die Welt

Von der freakigen Community zum Branchen-Primus

Von David Friedemann und Björn Castan

„Der Grat zwischen finanziellem Reichtum und unter der Brücke schlafen ist ein sehr schmaler.“  
**Andreas Bartmann, Geschäftsführer von Globetrotter, spricht mit dem HAMBURGER UNTERNEHMER über Risiken des Unternehmertums, Herausforderungen des Einzelhandels und die Geschichte von Globetrotter.**

**I**n der Hamburger Zentrale des Omnichannel-Outdoorspezialisten Globetrotter empfängt uns Andreas Bartmann, der seit über 40 Jahren Erlebnis-einkaufswelten für seine naturverbundene Zielgruppe gestaltet. Globetrotter betreibt 22 Filialen und beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter aus über 50 Nationen. Allein in der Zentrale kümmern sich 150 Mitarbeiter um den besonderen Hamburger Handelsbetrieb.

**Herr Bartmann, trifft das Leitbild „Das Tor zur Welt“ auf Hamburg noch zu?**

Ein Tor funktioniert immer in zwei Richtungen. Ich empfinde eine hohe Bereitschaft in Hamburg, sich der Welt zu öffnen. Ich bin viel gereist und mir hat das imaginäre Tor immer geholfen, in die Welt hinauszugehen und von anderen Ländern zu lernen. Ich liebe diese Stadt und schätze die Offenheit des Tores in beide Richtungen.



**Wie sind Sie Unternehmer geworden?**

Die Globetrotter von damals waren eine freakige Community. Keine Reise konnte zu extrem sein. Wir sind jedes Wochenende geklettert und suchten nach guten Produkten für unsere Leidenschaft.

Ich habe Produktionstechnik studiert, ein Mix aus BWL und Maschinenbau. Das Gründerteam kannte sich aus dem Alpenverein. Unser erster Laden war 1979 in der Wandsbeker Chaussee. Ich habe meine ursprünglichen Karrierepläne als Ingenieur über den Haufen geworfen und bin vom Kunden im Geschäft auf die Verkäuferseite gewechselt.

Unsere Branche ist von Familienunternehmen geprägt. Auch wenn wir inzwischen Teil eines börsennotierten Unternehmens sind, sehe ich Globetrotter nach wie vor als Familienunternehmen, da dies auch unseren Konzern auszeichnet. Wir führen wertebasiert mit einer langfristigen Orientierung. Einzelhandel ist ein margenschwaches Geschäft und es ist schwer, einen Kapitalstock aufzubauen. Wenn es Krisen gibt, wird es schnell eng mit der Finanzierung über Banken. Die Coronajahre hätten wir aus eigener Kraft nicht stemmen können. Hier war der Anschluss an eine größere Struktur eine gute und richtige Entscheidung. Viele Familienunternehmen sind hier durch eine interne Nachfolgeregelung nicht unbe-

dingt zukunftsfähig aufgestellt. Wir haben einen strategischen Investor gesucht, der zu unseren Werten passt. Der Käufer war unser ältester Lieferant, daher kannten wir uns gut und vertrauen uns.

Der Grat zwischen wirtschaftlichem Reichtum und unter der Brücke schlafen ist ein sehr schmaler. Banken wollen private Haftung, da ist man schnell in der Zwickmühle.

Ich habe einen hohen Respekt vor Entwicklungen, die außerhalb unseres Unternehmens geschehen und die ich nicht beeinflussen kann. Wenn Politiker fragwürdig handeln, wie gerade in Amerika, hat man es nicht selbst im Griff. Da steht man schnell vor Herausforderungen, die kaum eigenständig zu bewältigen sind. Meine Bereitschaft, Risiken zu tragen, hat sich mit der Lebenserfahrung verändert. Ich berate manchmal Start-ups und bin beeindruckt, welche hohen Risiken manche Gründer eingehen. Ich rate dazu, sich nicht in jungen Jahren finanziell zu ruinieren, auch wenn dafür ein Lebenstraum nicht erfüllt werden kann.

» Ich sehe Globetrotter nach wie vor als Familienunternehmen. «

Foto: Ibrahim Ot



### Ihre Kunden bereisen mit Ihren Produkten die ganze Welt. Was suchen Ihre Kunden in der Welt, wenn sie durch das besagte Tor gehen?

Sie suchen Lebensqualität. Früher war Reisen mit vielen Entbehrungen verbunden. Heute kann man selbst Fernreisen sehr einfach machen. Reisen macht süchtig, man entdeckt immer wieder Neues. Manche Reisende suchen schlicht wärmeres Wetter. Andere schätzen das Zusammenkommen mit anderen Kulturen. Einige suchen Ruhe und Ausgleich in der Natur, Kraft und Stärke, die man wieder mit nachhause bringt. Und das gemeinsame Erleben. Naturerlebnisse wirken für Freundschaften und für Familien zusammenschweißend. Mir hat das Reisen dabei geholfen, ein positiver Mensch zu sein. Reisen tut gut und stärkt sowohl physisch als auch psychisch.



**>> Im Einzelhandel haben wir den Discount, wo es nur um Masse geht, und ein hochpreisiges Segment, das von nachhaltiger Qualität lebt. Die Mitte stirbt. <<**

### Wie hat sich das Kaufverhalten für Outdoorausrüstung in den letzten Jahrzehnten verändert?

Outdoor spricht heute breitere Zielgruppen an. Wir stellen eine neue Sensibilisierung und Begeisterung auch junger Menschen mit Erlebnissen in der Natur fest. Kunden hinterfragen stärker die Herkunft und Nachhaltigkeit von Produkten. In der Generation meiner Eltern wurde teils unwissend noch das Öl im Wald abgelassen.

Unser Portfolio hat sich sehr gewandelt. Ausrüstung für Extremtouren machen heute nur noch circa fünf Prozent unseres Umsatzes.

Im Kern sind wir uns treu geblieben und haben heute noch Marken, die sich seit unseren Gründungsjahren gehalten haben, z. B. Fjällräven, North Face und Patagonia.

Unsere Kunden schätzen es sehr, bei uns einen kontinuierlichen Ansprechpartner im Laden zu haben. Einen ehrlichen Berater, der sie über Jahre und unterschiedliche Reisen begleitet.

### Wie passen Sie Ihre Unternehmensstrategie an diese Veränderungen an?

Im Einzelhandel haben wir den Discount, wo es nur um Masse geht, und ein hochpreisiges Segment, das von nachhaltiger Qualität lebt. Die Mitte stirbt. Wir sind bei einem hohen Qualitätsversprechen geblieben. Dabei rede ich nicht vom Luxussegment. Unser Team wird vernünftig bezahlt und im Einkauf achten wir darauf, unter welchen Bedingungen und aus welchen Materialien Produkte hergestellt werden. Wir haben den Second Hand-Handel in unsere Filialen gebracht. Daraus sind bereits nennenswerte Umsätze entstanden. Das Ziel der Zirkularität ist verinnerlicht, es gab ein Umdenken, hin zum Wiederverwerten. Ein qualitatives Kleidungsstück gehört nicht in den Müll. Daher platzieren wir Reparaturwerkstätten an hoch frequentierten Stellen im Laden, um zu zeigen, dass wir es damit ernst meinen. Unseren Mitarbeitern vermitteln wir einen Stolz auf Reparaturen.

### Welche Reiseziele sind aktuell besonders beliebt in der Outdoorcommunity?

Skandinavien ist bei den Deutschen nach wie vor besonders stark. Man ist schnell in einer attraktiven Wildnis, die auch für nicht so erfahrene Outdoorfreunde leicht erlebbar ist. Beliebte sind auch alle Länder mit schönen Bergen und attraktiven Tierwelten. Botswana, Namibia, Südafrika haben keine Zeitverschiebung und sind sehr attraktiv. Im Fernbereich werden Südamerika und Patagonien gerne bereist. Im Vordergrund für die Auswahl der Reiseziele steht heute die Sicherheit beim Reisen. Aber ich sage immer: Bevor du in die Ferne gehst, lerne erst einmal dein direktes Umfeld kennen.

### Ist der Trend zu nachhaltigem Tourismus ungebrochen?

Der Wunsch nach Nachhaltigkeit ist unumkehrbar. Den Trend zur Nachhaltigkeit im Reisen halte ich daher für ungebrochen. Eine „Umwelt leck mich am Arsch“ Haltung stirbt zum Glück aus.



Anzeige

# AUS DATEN WERDEN TATEN!

Gute Marktforschung aus Hamburg.  
Mit Hilfe fundierter Forschungsergebnisse werden Sie Ihr Geld nur in die besten Ideen mit den größten Marktchancen investieren.

RESEARCH  
FOR FUTURE

researchforfuture.com

**Unternehmen:**  
Globetrotter Aus-  
rüstung wurde 1979 in  
Hamburg-Wandsbek als  
"Norddeutschlands ers-  
tes Spezialgeschäft für  
Expeditionen, Safaris,  
Survival, Trekking" von  
den beiden Abenteurern  
Peter Lechhart und  
Klaus Denart gegrün-  
det. Das Unternehmen  
zählt zu Europas größ-  
ten Outdoor-Händlern.  
Globetrotter beschäftigt  
in seinen 22 Filialen  
sowie im Versand mehr  
als 1.000 Mitarbeiter  
aus rund 50 Nationen.  
In den Erlebnisfilialen,  
City Stores und im On-  
line-Shop werden rund  
50.000 Artikel von 500  
Marken angeboten.

**Unternehmenssitz:**  
Hamburg  
**Gründungs-  
jahr:**  
1979  
**Mitarbeiter:**  
ca. 1.000  
**www.globetrotter.de**

Für Fernreisen bedeutet das: lieber seltener und dafür länger. Die Wichtigkeit der Ökosysteme können Sie am besten verstehen, wenn Sie direkt hineingehen. Beim Thema Plastik sind wir gefordert. Das beste Produkt ist das, was man nicht wegwirft. Selbst auf Galapagos habe ich schon Plastikmüll im Wasser erlebt. Wir werden die Welt nur bedingt retten können, aber einer muss ja damit anfangen. Das ist eine Frage der Aufklärung und Bildung. Gerade bei jüngeren Menschen ist das schon gut verstanden. Wir haben in Costa Rica heruntergewirtschaftete Ländereien gekauft und diese aufgeforstet. Da ist nach 15 Jahren ein richtig toller Urwald entstanden. Das ist ein sehr beglückendes Gefühl.

**Wie sehen Sie die Zukunft des stationären Handels für Outdoorprodukte?**

Es gibt natürlich Kunden, die sich stationär beraten lassen und anschließend online kaufen. Sich darüber zu beklagen, halte ich aber für ein Feigenblatt. Es ist unsere Aufgabe, unsere Kunden so gut zu beraten, dass sie auch wirklich bei uns kaufen. Wenn wir das richtige Produkt für den Kunden finden, dann kauft er auch bei uns. Wir sehen seit ein paar Jahren eine Seitwärtsbewegung im Onlinehandel. Die prognostizierten Wachstumsraten sind nicht eingetreten. Wir waren Pionier im Omnikanalhandel. Es gibt praktisch keine reinen Online- oder Offlinekunden, sondern im wesentlichen Hybridkunden. Unsere Kunden kommen immer wieder gerne in unsere Geschäfte. Falls etwas gerade nicht

verfügbar ist, können unsere Mitarbeiter über ihre Tablets bestellen und nach Hause liefern. Das funktioniert sehr gut. Ein Problem ist der dreiste Ladendiebstahl. Die Diebe gehen sehr gezielt vor, ihnen passiert in unserer Justiz kaum etwas. Erwischte Diebe werden oft aggressiv, so dass wir Sicherheitsleute brauchen, um unsere Mitarbeiter zu schützen.

**Sie sind Vorsitzender des Einzelhandelsverbandes in Hamburg. Welche Themen liegen Ihnen dort besonders am Herzen?**

Die Zukunftsfähigkeit der Geschäftsmodelle. Aktuell beobachten wir viel Unsicherheit, wie Läden ihre Nachfolge regeln. Durch globale Verunsicherungen entstehen Zukunftsängste in der Bevölkerung. Es wird mehr gespart. Das hinterlässt Spuren im Einzelhandel. Wir sehen seit Jahren Umsatzrückgänge. Man muss sich daher mehr einfallen lassen, wie z. B. Events oder Promotion, um Erlebnisse beim Einkaufen zu schaffen. Unsere Kunden sollen zukünftig unsere größten Lieferanten werden. Zweitverwertung und zirkulare Wertschöpfung sind die Zukunft. Dieses Segment verdoppelt sich aktuell jedes Jahr.

*>> Wir waren Pionier im Omnikanalhandel. <<*



**Verraten Sie uns einen Blick in die Zukunft von Globetrotter?**

Ich bin ein großer Fan von KI und suche nach Wegen, wie wir innerhalb unserer DNA KI integrieren können. Heute stehen wir vor einem neuen Quantensprung durch KI. Stupide, nervige Arbeiten können an die KI abgegeben werden. Neue Wertschöpfungspotenziale entstehen, wenn wir noch besser verstehen, was die Kunden wann und warum kaufen und die Warenströme daran ausrichten. Zum Beispiel können wir Wetterdaten verbinden mit den Sortimenten auf der Fläche und der Personaleinsatzplanung. Die Qualität unserer Arbeit wird sich dadurch weiter steigern.

**Vielen Dank!**

Mit dem Westfield Center vergrößert sich die Einzelhandelsfläche der Innenstadt um 20%. Dass sich die Umsätze insgesamt um 20% erhöhen, ist nicht realistisch, es wird also deutliche Umsatzverschiebungen geben. Die Kreuzfahrer allein werden nicht die benötigten Umsätze bringen. Die Domachse ist nie als eine attraktive Laufverbindung zur Innenstadt entwickelt worden, das hat der Senat versäumt. Für die Kerncity wird es daher enger.

Anzeige

# DAS BUSINESS-GOLFTURNIER DES JAHRES



Wann?  
**02.09.  
2025**

Wo?  
**PEINER  
HOF**



Interessierte Unternehmer können eine Teilnahme unter [info@hhvw.de](mailto:info@hhvw.de) mit dem Betreff B2B-Golfcup anfragen.

**IHRE GASTGEBER**



# Grenzenlos Chancen nutzen - auch in Krisenzeiten

Tipps aus der Expertenrunde



Christopher Pfestorf, Leiter Mittelstand bei der Hamburger Volksbank und Steffen Wüsthof

Am Tor zur Welt brodeln es. Denn gerade den international aktiven Mittelständlern in der Hansestadt setzen die geopolitischen Risiken und US-Strafzölle inmitten einer schwächelnden Binnenkonjunktur besonders zu. Das Fazit aus dem Expertengespräch mit Steffen Wüsthof zum Hamburger Mittelstand fällt so hanseatisch wie optimistisch aus: Wer jetzt klug agiert, kann aus der Krise Kapital schlagen.

## 01 Kühler Kopf für wichtige Entscheidungen

Nach zwei Jahren negativen Wachstums ist die Wirtschaft im ersten Quartal 2025 überraschend gewachsen. Die nach oben korrigierte Prognose des Statistischen Bundesamts sorgt für Auftrieb und dürfte besonders das hart betroffene produzierende Gewerbe zuversichtlicher stimmen – mit einer besseren Auftragslage und einer sinkenden Anzahl der Unternehmensinsolvenzen. Weiterhin gilt für den Mittelstand der „Risk-on-Modus“, der vor allem durch die US-Zölle bedingt ist. Laut DZ BANK erwarten 50 Prozent der Unternehmen indirekte Auswirkungen, etwa über Kunden oder Lieferanten. Auch Unternehmen, die primär auf den Heimatmarkt fokussiert sind, spüren die Folgen über Zweitroundeneffekte. Da heißt es einen kühlen Kopf zu bewahren und zu handeln.

## 02 Strategische Fragen, die Sie sich jetzt stellen sollten

Sie sollten jetzt handeln: Geschäftsmodelle prüfen, klug Investitionen tätigen und Nachhaltigkeit als strategisches Asset begreifen. Ist mein Geschäftsmodell unter den neuen geopolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen tragfähig? Besteht Anpassungsbedarf durch Digitalisierung, neue Märkte oder veränderte Kundenbedürfnisse? Viele unserer mittelständischen Kunden investieren genau jetzt – gezielt und mit klarer Priorisierung, vor allem in Effizienzsteigerung, Automatisierung und ESG-konforme Geschäftsmodelle. Nutzen Sie individuelle Fördermittelberatungen, Liquiditätsanalysen und flexible Finanzierungslösungen. Und profitieren Sie von internationaler Expertise sowie überregionalen Programmen, wie wir sie in Zusammenarbeit mit der DZ Bank anbieten.

## 03 Internationalisierung bleibt Pflicht – trotz Zollspirale

Trotz aller Unsicherheiten bleiben die USA Deutschlands wichtigster Handelspartner. 2024 exportierte Deutschland Waren im Wert von über 160 Mrd. € in die Vereinigten Staaten – das entspricht fast vier Prozent des BIP. Für rund 20 Prozent der mittelständischen Unternehmen sind die USA weiterhin eine strategische Zielregion. Besonders im Maschinenbau denken viele über eine Verlagerung von Produktionskapazitäten in die USA nach, um Zölle zu umgehen und von niedrigeren Energiepreisen zu profitieren. Hierbei sollten Sie auf die Absicherung von Währungsrisiken über Akkreditive bis hin zu digitalen Plattformen für den internationalen Zahlungsverkehr achten. Auch eine strategische Beratung zahlt sich aus, wenn es um Auslandsengagements wie in den USA, Südostasien oder Osteuropa geht.

## 04 Stimmung zwischen Realität und Reformbedarf steigt

Wir stellen eine wachsende Nachfrage nach Standortanalysen, Investitionsrechnungen und strategischer Begleitung fest. Zuletzt wurde die Standortqualität Deutschlands kritisch gesehen. Laut DZ BANK-Umfrage bewerteten die Unternehmen Deutschland im Schnitt nur noch mit „ausreichend“. Besonders schlecht schnitten die Bahn-Infrastruktur sowie die Effizienz und die Digitalisierung der Behörden ab. In Hamburg zeigt sich der Mittelstand wieder zukunfts- und investitionsbereit, wenn es um verlässliche Rahmen- und Förderbedingungen sowie in Aussicht gestellte Verbesserungen geht, mit denen er seiner Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Kunden und dem Wirtschaftsstandort gerecht werden kann.

## 05 Nachhaltigkeit: Vom Pflichtprogramm zum Wettbewerbsvorteil

Während politischer Debatten über Klimaziele hat der Mittelstand längst begonnen, Nachhaltigkeit strategisch zu denken. ESG-Kriterien beeinflussen heute nicht nur die Reputation, sondern Finanzierungsbedingungen, regulatorische Anforderungen und die Attraktivität für Fachkräfte. Mittlerweile bieten alle Finanzinstitute ESG-Ratings, CO<sub>2</sub>-Rechner und Beratungsangebote zur Transformation von Geschäftsmodellen an. Bei unseren Kunden sind zudem Workshops, ESG-Checks und der Zugang zu Förderprogrammen für nachhaltige Investitionen sehr beliebt. Dabei geht es weder den Unternehmen noch uns nur um CO<sub>2</sub>-Bilanzen oder Energieeffizienz, sondern um Haltung für eine stabile Entwicklung über Generationen hinweg. In einer Zeit, in der kurzfristige Renditeorientierung an ihre Grenzen stößt, ist das ein starkes Signal – und ein echter Wettbewerbsvorteil.

### Unser Tipp

Jetzt die Geschäftsmodelle prüfen, Politik und Förderprogramme im Blick behalten, Investitionen klug tätigen und Nachhaltigkeit als strategisches Asset begreifen – wir von der Hamburger Volksbank unterstützen Sie gern.



### Kontakt

Hamburger Volksbank  
Hammerbrookstraße 63 - 65  
20097 Hamburg

[www.hamburger-volksbank.de](http://www.hamburger-volksbank.de)

Steffen Wüsthof  
Bereichsleiter Firmenkunden  
Hamburger Volksbank



# „Für immer mutig“

Unternehmertag 2025 der jungen Unternehmer

Von Niklas König



Am 26. und 27. März 2025 verwandelte sich Hamburg in das Zentrum junger Unternehmenslust: Unter dem Motto „Für immer mutig“ bot der Unternehmertag der jungen Unternehmer im 75. Jubiläumsjahr eine außergewöhnliche Plattform für Vernetzung, Austausch und neue Ideen.

DIE FAMILIEN  
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN  
UNTERNEHMER



Bereits am Vorabend des offiziellen Programms kamen zahlreiche Unternehmer in der stilvollen wineBANK Hamburg zusammen. Die feierliche Eröffnung wurde von einem Impuls des geschäftsführenden Gesellschafters Friedrich Crone (Friedrich Crone GmbH & Co. KG) begleitet – ein gelungener Auftakt, der Lust auf mehr machte.

Der Haupttag am 27. März begann mit der Begrüßung durch den Bundesvorsitzenden der jungen Unternehmer, Thomas Hoppe. Der Hannoveraner Gründer ist seit 2023 in dieser Funktion für den Verband tätig. Auf ihn folgte ein Vortrag von Jochen Spethmann, der als Gesellschafter der Laurens Spethmann Holding seinen Weg ins

Unternehmertum nachzeichnete. Das traditionsreiche Hamburger Familienunternehmen produziert und vertreibt europaweit Tee, Ernährung und Cerealien.

Auch im Anschluss ging es um konkrete Herausforderungen für Unternehmer: Eine Diskussionsrunde zum Thema „Wirtschaftsstandort Deutschland – Herausforderungen für Gründer und Nachfolger“ brachte spannende Perspektiven hervor. Mit dabei waren unter anderem Dr. Frederik Hümmeke (VANTISGO GmbH), Alexander Gerdes (CLAGE GmbH), Katrin Bauer (Frailice GmbH) und Johanna Heise (Heise Gruppe). Stefan Merath, Experte für Unternehmerentwicklung, lieferte im Anschluss praxisnahe Strategien zum Umgang mit dem Fachkräftemangel.





Foto: Anne Großmann Fotografie, Marc Schultz-Coulon

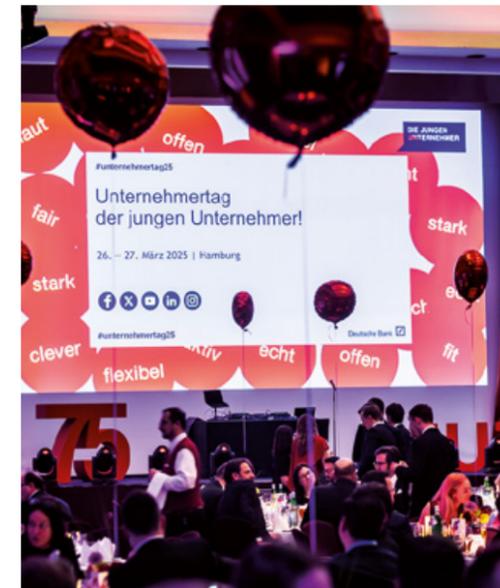


**Im Fokus der Diskussion: »Wirtschaftsstandort Deutschland – Herausforderungen für Gründer und Nachfolger«.**

Ein besonderes Highlight war der persönliche Talk von Fabian Kienbaum (Kienbaum Consultants International) und Simon Engelhorn (claida GmbH). Offen, authentisch und inspirierend berichteten sie von ihren Erfahrungen als Unternehmer und Familiennachfolger. Emotional und nahbar wurde es auch beim Live-Podcast „WOT Podcast – von 0 auf 100“ mit Nena Brockhaus und Vivien Wulf, die mit ihren unternehmerischen Geschichten und persönlichen Einblicken das Publikum begeisterten.

Anja und Michael Bauer (Bauer Gruppe) berichteten in ihrem Vortrag „Hackerangriff im Autohaus“ eindrücklich über die Herausforderungen und Maßnahmen, mit denen sie ihr Unternehmen nach einem schweren Cyberangriff retten konnten. In der anschließenden Fragerunde erläuterte Tommi Unruh von KPMG konkrete rechtliche Strategien zum Schutz vor digitalen Bedrohungen.

Den krönenden Abschluss bildete der Vortrag von Christina Block (Eugen Block Holding). Offen sprach sie über ihren Weg zum Erfolg – von den ersten Schritten bis zum Aufbau der renommierten Block House-Restaurants. Im Anschluss erhielten die Teilnehmer bei einer exklusiven Führung durch das Grand Elysée Hotel Hamburg Einblicke hinter die Kulissen eines Spitzenhotels.



**Ein Tag voller Mut, Begegnung und Unternehmergeist – DIE JUNGEN UNTERNEHMER freuen sich schon auf den Unternehmertag 2026!**



# Aufbruch statt Stillstand

Von Niklas König

Unternehmensteuerreform und Bürokratieabbau stehen auf der Agenda der Wirtschaft ganz oben

Mit dem Amtsantritt der neuen Bundesregierung verbindet die Wirtschaft große Hoffnungen auf einen Neustart: Die Präsidentin der Familienunternehmer, Marie-Christine Ostermann, drängt auf eine umfassende Steuerreform und einen drastischen Abbau bürokratischer Hürden. Für den Bundesvorsitzenden der jungen Unternehmer, Thomas Hoppe, entscheidet sich der künftige Erfolg Deutschlands an der Frage, ob Investitionen und Gründungen künftig erleichtert statt erschwert werden – von der Kapitalbeschaffung bis zur Entstigmatisierung des Scheiterns.



Foto: Anne Großmann Fotografie



DIE FAMILIEN  
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN  
UNTERNEHMER

*>> Wer Arbeitsplätze schafft,  
verdient Anerkennung und  
nicht zusätzliche Hürden! <<*

**Frau Ostermann, Herr Hoppe, die neue Bundesregierung ist im Amt. Welche Erwartungen verbinden Sie mit diesem Regierungswechsel?**

**Marie-Christine Ostermann:** Wir stehen wirtschaftlich unter enormem Druck – ob durch den demografischen Wandel, hohe Energiekosten oder die internationale Konkurrenz. Von der neuen Bundesregierung erwarten wir ein klares Signal des Aufbruchs. Das bedeutet vor allem: Steuern runter, Bürokratie abbauen, Investitionen erleichtern.

**Thomas Hoppe:** Gerade junge Unternehmerinnen und Unternehmer brauchen Rückenwind statt Gegenwind. Gründungen werden in Deutschland systematisch erschwert. Wer wagt, muss belohnt werden – nicht ausgebremst. Wir fordern eine Politik, die unternehmerisches Denken belohnt und Mut zur Veränderung zeigt, auch beim Sozialstaat.

**Frau Ostermann, Sie sprechen Steuern und Bürokratie an. Was sind Ihre konkreten Forderungen?**

**Ostermann:** Wir brauchen endlich eine umfassende Steuerreform. Deutschland ist ein Hochsteuerland – das bremst Investitionen und schwächt unsere Wettbewerbsfähigkeit. Die Unternehmenssteuern müssen auf ein international wettbewerbsfähiges Niveau von unter 25 Prozent gesenkt werden.

Außerdem erstickt die Bürokratie die Wirtschaft. Ein Mittelständler hat nicht die Ressourcen einer Großkanzlei, um sich durch zig Berichtspflichten und Dokumentationsanforderungen zu kämpfen. Die Berichtspflichten müssen umfassend abgebaut werden. Wir fordern eine echte One-in-Two-out-Regel: Für jede neue Vorschrift müssen zwei alte gestrichen werden.

**Wie sehr belastet die aktuelle Bürokratielage den Mittelstand konkret im Alltag?**

**Ostermann:** Enorm. Allein die Umsetzung europäischer Lieferkettenrichtlinien beschäftigt ganze Abteilungen – und das in Unternehmen, die eigentlich produzieren, nicht dokumentieren wollen. Bürokratie bindet Ressourcen, die besser in Innovation, Ausbildung und Digitalisierung investiert wären. Wenn wir als Wirtschaftsstandort attraktiv bleiben wollen, müssen wir diesen regulatorischen Wildwuchs dringend eindämmen.

**Herr Hoppe, wo sehen Sie die größten Hindernisse für junge Unternehmerinnen und Unternehmer?**

**Hoppe:** In Deutschland fehlt es an einer echten Gründermentalität – und das liegt auch an den politischen Rahmenbedingungen. Der Zugang zu Kapital ist zu schwierig, die Regulierungen zu komplex, und das Risiko ist oft unverhältnismäßig hoch. Hoffnung machen mir allerdings geplante Maßnahmen wie die One-Stop-Shop-Regelung oder die angestrebte Gründung in 24 Stunden – wenn sie denn zügig und konsequent umgesetzt werden.

Doch nicht nur die Regierung hat Hausaufgaben, sondern auch die Gesellschaft: Scheitern darf nicht stigmatisiert werden, Erfolg nicht misstrauisch beäugt. Wer aus Fehlern lernt, ist ein Gewinn für unser Land – und wer Arbeitsplätze schafft, verdient Anerkennung und nicht zusätzliche Hürden.

#### Welche Rolle spielen Bildung und digitale Kompetenzen in der Gründerförderung?

**Hoppe:** Eine sehr große. Gründungsgeist beginnt in der Schule. Wir brauchen ein Bildungssystem, das unternehmerisches Denken vermittelt – mit Pflichtmodulen zu Finanzbildung, Projektarbeit und digitaler Kompetenz. Wer schon als Schüler lernt, wie man Ideen entwickelt, Businesspläne schreibt und Risiken kalkuliert, hat später keine Angst vor der Selbstständigkeit.

#### Sie haben auch den Sozialstaat angesprochen. Was fordern Sie dort konkret?

**Hoppe:** Unser Sozialstaat ist zu teuer, zu wenig zielgerichtet und oft leistungsfeindlich. Wir brauchen eine Reform, die Eigenverantwortung stärkt und die Sozialabgabenlast für Arbeitgeber wie Arbeitnehmer senkt. Dafür braucht es eine generationengerechte Reform des Rentensystems und eine Entlastung bei den Lohnzusatzkosten. Nur so können junge Leistungsträger wieder eine Perspektive bekommen und das Wohlstandsversprechen generationengerecht eingelöst werden.

**>> Erfolg darf nicht misstrauisch beäugt werden. <<**

#### Frau Ostermann, wie kann die Politik das Vertrauen der Unternehmer zurückgewinnen?

**Ostermann:** Indem sie handelt. Viele Familienunternehmerinnen und -unternehmer sind frustriert, weil Leistung mehr reguliert als ermöglicht wird. Vertrauen entsteht durch Verlässlichkeit. Wenn eine Regierung sagt, sie entlastet die Wirtschaft – dann muss sie es auch tun. Ein klarer, ambitionierter Zeitplan für Steuervereinfachung, digitale Verwaltungsprozesse und schlankere Regelwerke wäre ein guter Anfang.

#### Wie wichtig sind stabile wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für Familienunternehmen?

**Ostermann:** Existenziell. Wir denken langfristig, in Generationen. Dafür brauchen wir Berechenbarkeit bei Steuern, Energiepolitik, Arbeitsrecht. Ständige Kurswechsel – etwa bei der Energiepolitik – erschweren Investitionsentscheidungen massiv. Wer will, dass Unternehmen hierzulande investieren, muss ihnen Planungssicherheit bieten.

#### Herr Hoppe, was wäre für Sie das wichtigste Signal in den ersten 100 Tagen dieser Regierung?

**Hoppe:** Ein echtes Gründerpaket – mit besseren Rahmenbedingungen für Start-ups und einer Vereinfachung der Gründungsformalitäten. Und: Ein klares Bekenntnis zu einer generationengerechten Sozialstaatsreform. Junge Menschen brauchen Chancen, keine neuen Lasten.

#### Und Frau Ostermann, Ihr Wunsch an die neue Regierung zum Schluss?

**Ostermann:** Ein Belastungsmoratorium für Unternehmen. Keine neuen Steuern, keine neuen bürokratischen Auflagen. Parallel dazu ein konkreter Zeitplan für eine Unternehmenssteuerreform und den Bürokratieabbau. Nur so können wir Vertrauen zurückgewinnen und neue Dynamik in den Standort Deutschland bringen.

**>> Wer will, dass Unternehmen hierzulande investieren, muss ihnen Planungssicherheit bieten. <<**

Anzeige

## LET'S CHANGE CLEANING

Wir schaffen verlässliche Perspektiven und geben Raum für nachhaltige Entwicklung.

**FRISCHEN  
GEBÄUDEDIENSTLEISTER  
GESUCHT?**

www.ray.de



## Zwischen Zwei- und Dreidimensionalität

Von René Spiegelberger



BIRDS Werkreihe von Henrik Eiben - FOTO: Franziska Krug

In der vergangenen Ausgabe des HAMBURGER UNTERNEHMER Magazins stellten wir Ihnen im Ateliiergehör den Künstler Thomas Schütte vor, der zuletzt über den Jahreswechsel mit seiner Übersichtsschau im New Yorker MoMA für Aufsehen in der Kunstszene sorgte. Für diese Ausgabe führten wir zu dritt das Gespräch mit Henrik Eiben, dem in Tokio geborenen und in Hamburg lebenden Meister des kühnen Materialmixes. Im Rahmen des Girls'Day unterstützte Tilda Willers beim Interview mit Hintergrundfragen zum Berufsbild des Künstlers und spezifischen Themen im Werk des Zeichners und Bildhauers.



Henrik Eiben im Ateliiergehör mit Tilda Willers zum Hamburger Girls'Day.



**Lieber Henrik, Farbe als Sprache: Du hast mal gesagt, dass Du am liebsten das ganze Farbspektrum in deinem Werk vereinen würdest. Gibt es Präferenzen oder Farbtheorien, nach denen du vorgehst? Und was gefällt dir an den Impressionisten und ihrer Farbsetzung?**

Ich nähere mich allem, was mich inspiriert, über mein Gefühl an. Was mich generell in der Kunst fasziniert, ist, dass man sich etwas – egal, was es ist – anschauen kann, und dieses Etwas eine Emotion in dir hervorruft, also alle deine Vorurteile durchbricht und dich direkt im Herzen berührt. Sozusagen alles widerlegt, was du immer dachtest oder bescheiden meinstest, darüber zu wissen. Und das liebe ich an der Kunst, dass sie immer wieder überrascht. Gerade beim Impressionismus, von dem ich dachte, er sei nicht meine Sache, waren es Pierre Bonnard's Werke mit ihrer Simplizität der Motive und der Aufgeladenheit der Farbe, die mich unerwartet getroffen haben. Es sind keine spektakulären Szenen – zum Beispiel sieht man seine Frau, die ihr Bein wäscht –, und trotzdem haben sie so viel Respekt, Grazie, so eine Vollkommenheit und Hingabe. Das hat mich beeindruckt.

**Deine Werke bewegen sich sehr häufig zwischen Zwei- und Dreidimensionalität. Was reizt dich am Übergang in den Raum und in die dritte Dimension?**

Das Schöne bei dieser Art von Arbeit ist, dass du eigentlich immer mit einer Konstanten arbeitest: der Gravitation. Manchmal verfluche ich sie auch, aber letztendlich musst du eine Bildidee entwickeln, die nicht die Gravitation negiert, sondern mit ihr zusammenarbeitet. Je älter ich werde, umso mehr verstehe ich, dass man mit den Materialien, vielleicht auch mit dem Nicht-Verstehen – also warum man etwas macht –, gelassen umzugehen hat und Dinge erst einmal stehen lässt. Später kommt dann die Klarheit.

**Wie kam es zu jenem Ausgangspunkt deiner Arbeit, also deinem Sprung vom klassischen Bildformat ins Relief, in die Skulptur?**

Das begann, als ich Stoff für mich als Material entdeckt habe. Damit sind die Arbeiten materialbedingt dreidimensionaler geworden. Stoff kann man zusammennähen oder aus der Fläche in den Raum ziehen. Und schon hat man andere Fragestellungen als ein klassischer Maler, der sich in der Zweidimensionalität bewegt. Das hat mir relativ früh in meiner Karriere totale Freiheit in der Formsprache gegeben. Auch, weil dieser Weg noch nicht so häufig beschritten worden war und ich dadurch das Gefühl hatte, in der Tür zu einem neuen Raum zu stehen, den ich nur noch zu betreten brauchte.

**Glas, Holz, Metall, Textil – wie triffst du die Wahl? Und wie entstehen deine Materialkombinationen?**

Rückblickend scheint es ein Charakteristikum meiner Arbeit zu sein, dass ich zumindest zwei unterschiedliche Materialien in einem Kunstwerk vereine – also jene Polarität der Materialien, aus der eine Spannung entsteht. Immer wenn ein neues Material aufkommt, basiert das auf der Erfahrung der zuvor verwendeten sowie einer neuen Notwendigkeit. So habe ich jetzt ganz aktuell Stein in meine Materialpalette aufgenommen, weil es anscheinend das adäquate Material für eine konkrete künstlerische Idee ist. Die Wahl findet also stets über den Inhalt statt, und daraus entscheide ich, mit welchem Material ich arbeite. Wie lautet die künstlerische Idee, und welches ist das geeignete Material, um diese künstlerische Idee zu transportieren?

**Woran erkennst du, dass ein Werkkomplex abgeschlossen ist?**

Das ist zum Glück bei mir ein ganz natürlicher Prozess. Es gibt zahlreiche Werkreihen, die ich aus kommerzieller Sicht weitertreiben könnte. Doch dann gibt es irgendwann diesen Punkt, an dem ich merke, dass es mir schwerer fällt, weiterzugehen. Ich merke, wie meine Gedanken abschweifen und ich etwas Neues angehen möchte. Erst ist es nur ein Experiment oder eine Zeichnung, und plötzlich entwickelt sich daraus eine nächste Bildidee. Das ist ein fließender Übergang. Dabei hilft in meinem Fall ein großes Atelier, weil ich Dinge einfach liegen lassen kann. Ich habe vielleicht erst ein Gefühl, dann eine Ahnung von dem, was das ist, woran ich arbeite, und schon bin ich mitten in einer neuen Werkreihe.

**Wann weißt du, dass es an der Zeit ist, liegengelassene Werke wieder in die Hand zu nehmen?**

Dies ist das Einzige, was sich meiner Kontrolle entzieht. Ich komme manchmal an den Punkt, an dem ich denke: Das könnte gut werden. Aber dann stehe ich am nächsten Tag davor – und habe keine Ahnung, was der nächste Schritt ist. Das ist das Härteste: Wenn sich die Arbeiten plötzlich verschließen, und ich davorstehe und mich frage: Was wollt ihr eigentlich von mir? Es ist ein seltsames Gefühl, fast schon verstörend. Dann brauche



Unikate der Werkreihe BIRDS von Henrik Eiben

ich Ablenkung, weil ich diesen Zustand kaum aushalten kann. Also mache ich etwas anderes: baue zum Beispiel eine Kiste für eine Arbeit oder spiele Tischtennis. Man muss sich manchmal bewusst ablenken, gerade wenn man spürt, dass da etwas Gutes im Entstehen ist. Das Schwierigste ist eigentlich, das Vertrauen nicht zu verlieren. Das Vertrauen darauf, dass die Werke irgendwann wieder mit mir sprechen werden. Und wenn sie das tun, dann höre ich ihnen zu und wir machen weiter.

**Es freut mich sehr, dass du der Idee von Ilka Peemöller und mir gefolgt bist und für ihren Heimatsalon die Werkreihe BIRDS entstehen lässt. Stoff wird darin abermals eine Rolle spielen. Was hast du für Assoziationen zu Heimat, und hat diese stoffliche Entscheidung auch etwas damit zu tun?**

Stoff ist, wie gesagt, das erste Material, mit dem ich mich ernsthaft künstlerisch auseinandergesetzt habe. Und es ist eigentlich wie ein Bezug auf Heimat – eine Zurückführung darauf, woher ich komme und wie ich gestartet bin. Jetzt baue ich Stoffe nicht mehr ausschließlich aufgrund ihrer interessanten Charakteristika ein, sondern auch inhaltlich – als Rückführung oder Bewusstwerden meiner Anfänge. Also ein Zusammenspiel zwischen dem Material, mit dem ich gestartet bin, und der Formfindung, die heute neu ist. Das heißt eine Heimatverbundenheit im übertragenen Sinne. Wo bin ich gestartet? Wo bin ich jetzt? Wie denke ich? Wie habe ich gedacht? Das finde ich eine schöne Symbolik.



Künstler Henrik Eiben und Heimatsalon Gastgeberin Ilka Peemoeller mit Rene Spiegelberger  
- Photo by Franziska Krug/Getty Images



**Du bist heute als erfolgreicher Künstler auch zwangsläufig ein Stück weit Unternehmer. Wie gehst du mit diesen zwei Sphären Atelier und Kunstmarkt um?**

Ich finde, unternehmerisches Denken und Kunstmachen schließen sich nicht aus. Ich habe das große Glück, in der Kunst nicht nur meine Passion entdeckt zu haben, sondern auch davon leben zu können. In Bezug darauf, mit der Kunst Geld zu verdienen, möchte ich es gerne so ehrlich machen, wie es geht. Schon aus Respekt dieser Tatsache gegenüber verlangt mir das ab, dass ich das Beste von mir erwarten darf und geben will. Was den Kunstmarkt angeht, gab es Zeiten, in denen ich mir Gedanken dazu gemacht habe, aber der Kunstmarkt ist nicht nur so groß und so unterschiedlich in jeglicher Form und allen Facetten, dass ich da ohnehin keinen Einfluss nehmen kann. Es ist nicht meine Aufgabe zu beurteilen, welche Position wann wichtig ist oder ob sie überhaupt eine Berechtigung hat. Meine Aufgabe ist, das positiv zu beeinflussen, was hier im Atelier geschieht – dazu mein Bestes beizusteuern. Das mache ich so gut, wie es geht.

**Deine Titel weichen auf erfrischende Art von dem in der zeitgenössischen Kunst häufig verwendeten o. T. (ohne Titel) ab. Was ist die Intention deiner Titel?**

Sprache ist ein Werkzeug, mit dem wir kommunizieren. Da ich abstrakt arbeite, möchte ich mit den Titeln eine Assoziationskette freisetzen, die im Zusammenspiel mit dem Kunstwerk eine Symbiose eingeht. Manchmal unterstreicht so ein Titel auch, wie das Kunstwerk gesehen oder nicht gesehen werden kann. Er kann aber auch eine zusätzliche Ebene dafür schaffen, was der Betrachter in dem Werk sieht – zumal ich glaube, dass Kunst nicht nur eine Wahrheit transportiert. Kunst ist immer ein Ausgangspunkt der Kommunikation. Sie kann der Impuls sein, der Menschen gedanklich zu neuen Ufern trägt. Das wäre sogar der Idealzustand, den ich mir wünschte.



Die Fragen an Henrik Eiben stellten Tilda Willers und Rene Spiegelberger am 03. April 2025. Das ungekürzte Interview finden Sie auf [www.part.foundation](http://www.part.foundation).



# Das Ohr – Tor zur Innenwelt

Wie Veränderung beim Zuhören beginnt

Von Gabriela Friedrich

Die  
Autorin



**Erinnern Sie sich an die Radio-Kampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“? Oder an einen dieser Songs, die man nicht mehr loswird – ein sogenannter Ohrwurm? Kein Wunder: Was über das Ohr in uns dringt, hat oft eine starke Wirkung. Diese Kraft macht sich Mentalcoach Gabriela Friedrich in ihrer telefonischen Arbeit zunutze.**

## Das Ohr – unser sensibelster Zugang zur Innenwelt

Unser Gehör ist ein erstaunlich direkter Kanal zum Gehirn. Akustische Reize werden innerhalb von Millisekunden verarbeitet – schneller als visuelle oder taktile Eindrücke. Dabei gelangen sie über den Hörnerv in tiefe Hirnregionen, unter anderem ins limbische System, das für emotionale Reaktionen verantwortlich ist. Studien der Neuropsychologie zeigen, dass besonders Stimme und Tonfall unmittelbar emotionale Resonanz auslösen können – ohne dass wir bewusst darüber nachdenken.

Darum wirkt eine vertraute, empathische Stimme oft beruhigender als gut gemeinte Worte auf Papier. In der Coaching-Arbeit über das Telefon entfällt visuelle Ablenkung – der Fokus richtet sich ganz auf das Gehörte und damit auf das innere Erleben. Genau hier entsteht die Wirkung: Die Sprache des Coachs trifft direkt auf das unbewusste Erleben – und wird dort zum Impuls für neue neuronale Verschaltungen.

Diese Erkenntnisse nutzen auch moderne Verfahren wie das Neuro-Linguistische Programmieren (NLP) oder (S)HE – (Self) Hypno Empowerment. Der gezielte Einsatz von Sprache, Rhythmus, Pausen und Intonation aktiviert innere Bilder, Erinnerungen und Gefühle – und eröffnet neue Zugänge zur Selbstwahrnehmung.

## Wie der innere Wandel beginnt

Stellen Sie sich vor, Sie liegen entspannt auf Ihrem Sofa. Vorab haben Sie reflektiert, welches belastende Gefühl, welche einschränkende Erinnerung oder welchen Glaubenssatz Sie loslassen möchten. Am anderen Ende der Leitung: eine ruhige, einfühlsame Stimme, die gezielt formulierte Suggestionen spricht. Suggestionen, die Ihrem Innersten behutsam, aber bestimmt helfen, sich vom Problemzustand zu lösen – hin zu innerer Klarheit, Ruhe oder Kraft.

Die Sätze fordern keine dramatischen Schritte, sondern setzen sanfte Impulse. Und doch entsteht durch die geschickte Aneinanderreihung dieser Impulse eine tiefgreifende Veränderung – oft verbunden mit einem Gefühl der Erleichterung und inneren Freiheit.

Das Besondere: Es ist keine tiefe Trance notwendig. Sie bleiben bei vollem Bewusstsein und erleben die Veränderung ganz aktiv, während Sie innerlich beobachten, wie sich Ihre Wahrnehmung verändert. In der Vertrautheit des eigenen Zuhauses fällt es vielen leichter, sich wirklich einzulassen. Die geschlossenen Augen, das Wissen, unbeobachtet zu sein – all das schafft ideale Voraussetzungen für innere Arbeit.

Die Stimme am Ohr begleitet durch einen Prozess, der nicht nur emotional wirkt, sondern neurologisch messbar ist: Wird ein Thema im Coaching angesprochen, werden die zugehörigen neuronalen Netzwerke aktiviert und dadurch für neue Impulse empfänglich. Die positiven Vorschläge, die das Gehirn nun empfängt, verankern sich – ein neuer Denk- und Fühlweg entsteht. Eine tiefgreifende, oft dauerhaft spürbare Neuverknüpfung ist die Folge.

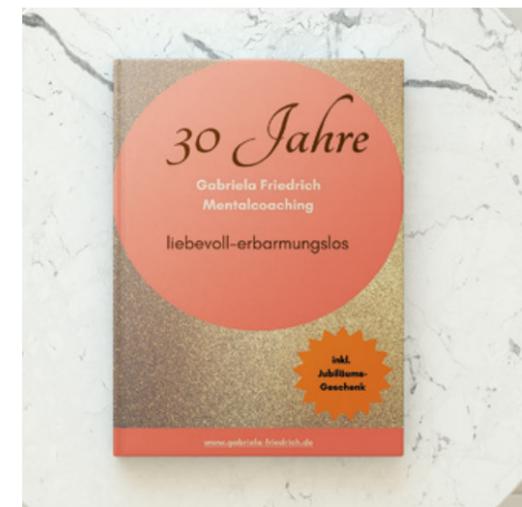
## Ein Beispiel aus der Praxis

Eine Klientin litt unter einem chronischen Gefühl der Einsamkeit – selbst in Gesellschaft enger Freunde. Stets verspürte sie eine innere Unruhe, die sie mit Aktivität zu kompensieren versuchte. Im Coaching zeigte sich rasch: Ihre Eltern konnten wenig mit Gefühlen umgehen – als Kind fühlte sie sich deshalb oft übersehen und allein. Die belastendsten Erinnerungen

bearbeiteten wir gezielt mithilfe des (S)HE-Hypno-Coachings. In ihrer Vorstellung entstand ein neues inneres Bild davon, wie es sich anfühlt, gesehen und verstanden zu werden. Zwei Monate später berichtete sie: „Ich bin innerlich viel ruhiger geworden. Das Getriebensein ist verschwunden – ich kann jetzt gut mit mir allein sein.“ Auch ihr emotionales Verständnis und ihre Selbstwahrnehmung hatten sich verbessert.

Diese Form des Coachings ist intensiv – und kann gerade bei emotional stark aufgeladenen Themen körperlich spürbar fordernd sein. Umso hilfreicher, wenn man sich im Anschluss einfach zurücklehnen und zur Ruhe kommen kann – in den eigenen vier Wänden.

E-Book über (S)HE-Telefoncoaching  
Kostenloser Download:  
[www.gabriela-friedrich.de](http://www.gabriela-friedrich.de)



Anzeige



HAMBURGER  
VERSORGUNGSWERK  
Experten für betriebliche Vorsorge

## BENEFITS, DIE DEIN TEAM BEGEISTERN.

Wir können neben BAV auch steuerfreie Sachbezüge mit der MOIN HAMBURG Card – ebenfalls voll digital und ganz unkompliziert!



hhvw.de

# Travel in Style

Anzeige

Die Welt erkunden - real oder in der Phantasie.  
Aber immer mit Sinn für Stil, Ästhetik und Qualität.

## Zeitmeister Weltzeit

Bereits seit den 1930-er Jahren gibt es die sogenannten Weltzeituhren. Diese verfügt über einen ausgeklügelten Zusatzmechanismus mit Städte- und 24-Stundenring, der alle Zeitzonen der Erde plus die Ortszeit darstellt.

[www.wempe.com](http://www.wempe.com)

2.235,00 €



390,00 €

## Kamera

Ob auf einem Roadtrip, auf einer Party oder mit der Familie - die elegante und handliche Leica SOFORT 2 ist ein ständiger Begleiter. Lassen Sie sich inspirieren und tauchen Sie in den Moment ein. Halten Sie besondere Momente schnell, einfach und kreativ fest.

[www.leica-camera.com](http://www.leica-camera.com)



119,00 €

## To-Go Becher

Die KURLAND To-go Becher Edition Farvet (dänisch für farbig) ist von dänischen Strandhäusern und dänischem Spielzeug inspiriert und setzt sich wie ein Baukasten aus bunten Steinen aus Becher, Deckel und Manschette zu einem Set zusammen. Die KURLAND To-go Becher Edition Farvet gibt es in vier unterschiedliche Farbkombination, der KURLAND To-go Becher bildet die Basis, jeweils in Gelb, Violett, Grün und Blau.

[www.kpm-berlin.de](http://www.kpm-berlin.de)



ab 329,00 €

## Globus

Handkaschierter Doppelbild-Leichtglobus. Ein Meisterstück der Kartografie: Der 37 cm große Globus vereint traditionelle Handarbeit mit moderner Technik. Auf edlem Eichenholzfuß und gebürstetem Edelstahl-Meridian präsentiert er bei Licht aus eine realistische physische Ansicht, basierend auf Satellitendaten – bei Licht an wechselt er zur detaillierten politischen Darstellung. Ein stilvoller Blickfang mit Mehrwert.

[www.raethgloben.de](http://www.raethgloben.de)



699,00 €

## Bluetooth-Speaker

Die Soundboks Go ist ein tragbarer Bluetooth-Speaker, der es in sich hat. Dieser Soundboss ist zwar nur halb so groß wie sein großer Bruder, hat aber trotzdem einen gewaltigen Sound und kann Stöße und Spritzer verkraften, wenn es mal wild wird.

[www.soundboks.de](http://www.soundboks.de)

# Scout in the legal jungle

Überschreiten Ihre Verträge Grenzen?  
Wir können cross-border!



Brödermann  
Jahn

Brödermann Jahn Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

ABC-Straße 15, 20354 Hamburg

Phone +49. (0)40.37 09 05 – 0

[www.german-law.com](http://www.german-law.com)

# Weingut Wieninger - Pioniere in Wien

Winzerfamilien aus Österreich

Von Oliver Burschberg



In der letzten Ausgabe begannen wir mit den bedeutenden österreichischen Weinfamilien. Heute begeben wir uns in die Metropole Wien, wo Sie mehr von den vielfältigen Weinregionen Österreichs entdecken werden.

Weinliebhaber sind oftmals erstaunt, dass die Stadt Wien große Weine hervorbringt. Mein Tipp: Fahren Sie in den 21. Bezirk, denn dort liegt das Weingut Wieninger. Es gehört Fritz und Lissi Wieninger, echten Wein-Pionieren! Sie haben es geschafft, den Wiener Wein auf die besten internationalen Weinkarten zu bringen. Dank ihrer Akribie, Weitsicht, Offenheit und ihrem kompromisslosen Qualitätsgedanken können ihre Weine mit den größten der Welt mithalten.



Der  
Autor



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

[cabernetandfriends@t-online.de](mailto:cabernetandfriends@t-online.de)

Lieber Fritz, als Sohn eines Landwirts mit einer Schankwirtschaft war deine berufliche Zukunft fast vorbestimmt. War dir von Anfang an klar, dass du Winzer werden wolltest? Und wer hat dich auf deinem Weg am meisten geprägt?

Meine Eltern haben mich geprägt. Sie haben mir gezeigt, dass diese Gastro-Wein-Welt, in der wir uns befanden, spannend und erfüllend ist. In der Ausbildung hat mich mein Kellerwirtschaftsprofessor Hans Haushofer beeinflusst; meine Wein-Faszination ist auch ihm zu verdanken.

Profittiert ihr von den vielen Millionen Touristen, die Wien besuchen? Und ist der Weintourismus bei euch so wichtig wie in anderen bekannten Weingebieten?

Noch spielt der Weintourismus in Wien eine untergeordnete Rolle, aber die Nachfrage steigt, besonders von internationalen Gästen. Deshalb definieren wir derzeit – gemeinsam mit Kollegen – mehr Angebote. Die Lage in einer Millionenstadt ist von Haus aus ein großer Vorteil, schwärmen doch gerade an den Wochenenden tausende natursuchende Stadtbewohner in die Außenbezirke, spazieren durch die Weingärten, machen anschließend Halt in einer der Buschenschenken und genießen das Angebot des lokalen Weins und der feinen Schmanckerl.

Anzeige



**LE CARE**

Software von Familybusiness  
- für Familybusiness



hat es vorgemacht - jetzt sind Sie dran,  
**Hamburger Unternehmer!**

Mit unserer **Software** haben Sie Ihren  
juristischen **Datenschutz** digital im Griff!



040 480017-15  
hello@lecare.com



## Familienleidenschaft für beste Weine



Euer „Buschenschank am Nussberg“ sollte ein absolutes „Muss“ für jeden Wienbesucher sein. Wie viele Gäste könnt ihr pro Jahr dort bewirten?

Es dürften viele tausende Gäste sein; bei etwa 300 Sitzplätzen haben wir oft mehrere Belegungen und bemühen uns redlich, unsere Vorstellung von Qualität bis zum letzten Tisch abzuliefern. Der Zauber des Ortes bei schönem Wetter ist unbeschreiblich – Gänsehautfeeling!



Man kannte mich auch vorher schon, aber die Sendung „Winzerlegenden“ hat mich ganz persönlich in viele Wohnzimmer gebracht. Wein ist nun mal immer mit der Person, die dahintersteht, eng verbunden, und so war die Sendung, die noch dazu technisch aufwändig produziert wurde, ein riesiger Vorteil. Zu deiner zweiten Frage: Ja, das Weingut Wieninger steht von Montag bis Samstag von 10.00 bis 16.00 Uhr für Führungen und Verkostungen zur Verfügung, Reservierungen sind erbeten. Sonn- und feiertags ist das Weingut geschlossen, aber die Buschenschank ist bei Schönwetter geöffnet.

Wie kommt es, dass dir der „Wiener Gemischter Satz“ so wichtig ist, d.h. Weine aus drei Rebsorten eines Wiener Weingartens, die gemeinsam gelesen und verarbeitet werden?

Ich übernahm 1999 meinen ersten Weingarten am Nußberg, die Ried Ulm, ein damals schon alter Gemischter Satz. Sehr viel habe ich damals nicht vom Gemischten Satz gehalten, und ich plante, den Weingarten zur Neubepflanzung zu roden. Vorsichtig wie ich bin, wollte ich aber zuvor noch einen Jahrgang in den Keller bringen. Dabei musste ich feststellen, wie außergewöhnlich dieser Wein war. Er hat mir die Augen geöffnet und

Wann hast du begonnen, dich kompromisslos um die Gesundheit deiner Böden zu kümmern? Gab es eine spezielle Erfahrung, die dich dazu motiviert hat?

Der Jahrgang 2005 war schwierig und nass, was uns zwang, mehr chemischen Pflanzenschutz als üblich anzuwenden. Ich beobachtete dadurch einen starken Einfluß auf die Physiologie der Reben, was mich motivierte, nach Alternativen zu suchen. Ein guter Freund, Stefan Hajszan, dessen Weingut ich später übernahm, führte mich in die Grundzüge der Biodynamie ein. So stellte ich erst fünf Hektar auf biodynamische Bewirtschaftung um, und als mich die Ergebnisse begeisterten, folgten in 2008 alle anderen Weingärten. Heute bin ich mit dieser Entscheidung glücklicher denn je. Es ist schön mitzuerleben, wie sich die Böden regenerieren, die Reben prosperieren und sich die Weine in ihrem Charakterbild verbessert haben.

„ServusTV“ hat euch in der Folge „Erde“ der „Winzerlegenden“ vom 6. September 2024 porträtiert. Hat dieser Film etwas bewirkt? Und kann man das Weingut Wieninger besuchen?

Lokaler Wein und feine Schmankerl



mich bewegen, am Gemischten Satz dranzubleiben: mehr „Terroirausdruck“ als ich je in meinen Weinen feststellen konnte, mehr Charaktertiefe, einfach sehr gelungen ohne Schönen oder andere Eingriffe. Plötzlich hatte ich einen Megawein. Das hat mich nachhaltig verändert.

Deine hochbewerteten Chardonnays und Pinot Noirs werden in „Select“ und „Grand Select“ unterteilt. Was sind dabei die Unterschiede?

Die besten Weingärten oder auch nur Teile von Weingärten werden separat gelesen und verarbeitet. Dann gibt es eine große Verkostung im Verkostungsraum mit meinem Kellermeister Luis und meinem Exportmanager Alf, der auch Sommelier ist, und wir stellen eine Faßsektion im Meßbecher zusammen. Das Beste wird Grand Select, dann kommt Select. Chardonnay Grand Select sind nur die ganz alten Weingärten, alle am Bisamberg, angebaut in 225 bis 600 Literfässern. Select sind meist andere Weingärten, ebenfalls alt mit mindestens 40 Jahren, aber auch vom Nußberg und angebaut in 225 bis 2500 Literfässern.



Beim Pinot ist es ähnlich, nur sind manche Topweingärten nicht so alt, und beide, sowohl Grand Select als auch Select, werden in Fässern von 225 bis 600 Liter angebaut.

Ihr produziert auch euren Winzersekt auf einem sehr hohen Niveau. Steigt die Nachfrage daran?

Ja, eindeutig. Wir arbeiten auch hier sehr konsequent – mit hochwertigen Trauben und mit sehr langen Lagerzeiten auf der Hefe in der Flasche. Das zahlt sich am Ende des Tages aus.

Lieber Fritz, vielen Dank für das Gespräch!

Anzeige



## DR. THOMSEN & KOLLEGEN – DIE SPEZIALISTEN FÜR IHRE ZAHNGESUNDHEIT



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



Dr. Tore Thomsen  
Zahnarzt  
Ästhetische Zahnheilkunde,  
Wurzelkanalbehandlungen,  
Abrasionsgebisse



Dr. Coralie Thomsen  
Fachzahnärztin für  
Kieferorthopädie,  
unsichtbare Zahnspangen



Dr. Giedre Matulienė  
Fachzahnärztin für  
Parodontologie, Peri-  
implantitisbehandlung



Dr. Rafael Hasler  
Fachzahnarzt für  
Oralchirurgie,  
Implantologie

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

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



# Alles was Recht ist

## Juristische Take-aways für Unternehmer

zubereitet von den Anwälten von Brödermann Jahn

### 01

#### Pauschale Geheimhaltung vor dem Aus

(BAG, Urteil vom 17.10.2024 – 8 AZR 172/23)

Vertrauliches Know-how zählt in vielen Unternehmen zu den wichtigsten Assets. Umso größer ist das Bedürfnis, dieses Wissen auch über das Ausscheiden von Mitarbeitern hinaus zu schützen. Doch Vorsicht: Das Bundesarbeitsgericht hat nun klargestellt, dass pauschale Verschwiegenheitsklauseln in Arbeitsverträgen diesen Schutz nicht automatisch garantieren.

In dem entschiedenen Fall wollte ein Maschinenbauunternehmen seinem langjährigen Manager gerichtlich verbieten lassen, bestimmte interne Informationen weiterzugeben – Informationen, die er bereits Jahre zuvor unter einem Pseudonym an einen potenziellen Wettbewerber gesendet hatte. Der frühere Arbeitgeber berief sich dabei auf eine standardisierte Verschwiegenheitsklausel im Arbeitsvertrag. Vor dem Bundesarbeitsgericht blieb der Versuch erfolglos.

#### Das sagen die Richter:

Das Gericht sieht zwei entscheidende Schwachstellen:

Zum einen genügt es nicht, Informationen als „vertraulich“ zu bezeichnen. Nur was durch angemessene Schutzmaßnahmen tatsächlich als Geschäftsgeheimnis im Sinne des Gesetzes zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG) gilt, genießt rechtlichen Schutz. Allgemeines Betriebswissen oder Alltagsinterna fallen nicht darunter.

Zum anderen sind sogenannte „Catch-all-Klauseln“ – also sehr weit gefasste und unbegrenzt gültige Geheimhaltungsvereinbarungen – unwirksam. Sie benachteiligen Mitarbeiter unangemessen und ersetzen kein wirksam vereinbartes Wettbewerbsverbot. Zulässig sind nachvertragliche Verschwiegenheitspflichten nur, wenn sie sich auf konkret bezeichnete Informationen beschränken und inhaltlich wie zeitlich klar definiert sind.

#### Fazit für die Praxis:

Für Unternehmen ist es essenziell, den Schutz sensibler Informationen gezielt und rechtssicher zu gestalten. Pauschale Standardklauseln reichen dafür nicht mehr aus. Wer strategisch wichtiges Know-how absichern will, sollte seine Arbeitsverträge und Geheimhaltungsklauseln in sonstigen Verträgen (Fertigungsverträge, NDA o.ä.) prüfen – und bei Schlüsselpersonen über ein ordentlich vereinbartes Wettbewerbsverbot nachdenken.

(Dr. York Zieren)

(Sarah Owusu)

### 02

#### Transparenzpflicht statt Schweigepflicht - Mitgesellschafter müssen auch bei Kaufabsicht Infos herausgeben

(BGH, Beschluss vom 22.01.2025 – II ZB 18/23)

Ein Gesellschafter einer Publikumpersonengesellschaft kann von seinen Mitgesellschaftern Auskunft über deren Beteiligungsverhältnisse verlangen – auch zur Vorbereitung eines konkreten Kaufangebots.

#### Das sagen die Richter:

Gesellschafterrechte enden nicht mit dem Etikett „Publikumsgesellschaft“. Zwar gelten bei solchen Gesellschaften Besonderheiten, dennoch steht einem Gesellschafter grundsätzlich ein Informationsrecht gegenüber seinen Mitgesellschaftern zu – jedenfalls dann, wenn ein berechtigtes Interesse besteht. Ein solches erkannte der BGH in dem Wunsch, Kaufangebote für Gesellschaftsanteile vorzubereiten, ausdrücklich an. Auch die DSGVO steht der Erfüllung des Auskunftsanspruchs nicht entgegen.

Die Auskunft darf aber nicht zur bloßen Marktsondierung oder auf Verdacht verlangt werden. Sie muss konkret begründet sein. Die Entscheidung stärkt die Position aktiver Gesellschafter, die aus ihrer Beteiligung mehr machen wollen – etwa durch Zukäufe. Gleichzeitig betont der BGH, dass dem Auskunftsrecht schutzwürdige Interessen der Mitgesellschafter entgegenstehen können. Eine Abwägung im Einzelfall ist also Pflicht. (Sarah Owusu)

### 03

#### AGB-Recht? Nicht im Schiedsverfahren - wenn man es richtig macht

(BGH, Beschluss vom 09.01.2025 – I ZB 48/24)

Obgleich die Regelungen zur Inhaltskontrolle von Allgemeinen Geschäftsbedingungen nach deutschem Recht als national zwingend geltend, können bei vertraglicher Vereinbarung eines Schiedsgerichts diese u. U. auch in Verträgen zwischen zwei deutschen Unternehmen wirksam ausgeschlossen werden.

#### Das sagen die Richter:

Das AGB-Recht ist nicht sakrosankt – es kann abbedungen werden. Der BGH hat nun in einem obiter dictum erkennen lassen, dass das AGB-Recht wirksam ausgeschlossen werden kann, wenn eine Schiedsabrede zwischen zwei Unternehmern wirksam vereinbart wurde. Während das allgemein in grenzüberschreitenden Sachverhalten mit Blick auf die europarechtlich zulässige Teilrechtswahl ohnehin weitgehend als zulässig angesehen wird, hat der BGH hier nun nicht differenziert, ob dies nicht auch bei rein deutschen Sachverhalten möglich sein kann. Erst im Verfahren der Vollstreckbarkeitserklärung des Schiedsspruches wäre erneut zu prüfen, ob die Nichtanwendung von AGB-Vorschriften im schiedsgerichtlichen Verfahren zu einem Ergebnis





führen, das gegen den sogenannten ordre public verstoße. Wenn also zum Beispiel das Schiedsgericht eine Regelung für wirksam halte, deren Zustandekommen nicht mehr als Ausdruck der vertraglichen Selbstbestimmung begriffen werden kann oder eine vertragliche Regelung zu schlechthin nicht mehr tragbaren Vertragsfolgen führe.

#### Fazit für die Praxis:

Die für viele Unternehmer unliebsame ABG-Kontrolle kann also auch im deutschen Recht vermieden werden, solange die vertraglichen Regelungen nicht zu völlig unverhältnismäßigen Folgen führen. Und ganz grundsätzlich gilt ja auch: Wo echte Vertragsfreiheit herrscht, bleibt das AGB-Recht draußen. Mit oder ohne Schiedsvereinbarung. (Tina Denso)

Ein Grundstückseigentümer kann einen langfristigen Nutzungsvertrag für Windkraftanlagen nicht einfach kündigen, nur weil noch kein Windrad steht. Auch wenn die Nutzung unter einer aufschiebenden Bedingung (Genehmigung und Inbetriebnahme) steht, ist der Vertrag mit Unterschrift bindend. Wer unterschreibt, bleibt (erstmal) dabei – auch bei Windstille.

#### Das sagen die Richter:

Ein Landwirt hatte mit einem Windkraftprojektierer einen Nutzungsvertrag über seine Ackerflächen geschlossen. Die eigentliche Nutzung sollte erst beginnen, wenn eine Genehmigung vorliegt und die Windräder in Betrieb gehen – also irgendwann. Doch als sich der Baubeginn verzögerte, wollte der Eigentümer zurückrudern und kündigte. Der BGH stoppte diesen Versuch. Die Karlsruher Richter stellten klar: Die Vertragslaufzeit mag erst mit Inbetriebnahme beginnen, aber die Bindung an den Vertrag besteht bereits jetzt. Wer einen solchen Vertrag unterschreibt, verpflichtet sich verbindlich – auch wenn es (noch) keinen Strom gibt. Eine ordentliche Kündigung ist vor Eintritt der Bedingung nicht vorgesehen. Auch ohne laufende Windräder bleibt der Vertrag also in der Welt.

#### Fazit für die Praxis:

Besser wäre es gewesen, ein Recht zu vereinbaren, den Vertrag kündigen zu können, wenn die Bedingungen nicht bis zu einem bestimmten Zeitpunkt eingetreten sind. (Philipp von Dietze)

04

### „Unterschrieben ist unterschrieben – auch ohne Wind“

(BGH, Urteil vom 12.03.2025 – XII ZR 76/24)

Anzeige



HAMBURGER  
VERSORGUNGSWERK  
Experten für betriebliche Vorsorge

# Employer Branding



von Pflicht bis Kür -  
alle Benefits aus  
einer Hand

#bAValsBenefit



Kostenfrei  
bAV Score  
durchführen!  
hhww.de



# Statements

Wir fragen  
2 Wirtschaftsexperten:

**Welche fiskal- und wirtschaftspolitischen Maßnahmen muss die Bundesregierung in 2025 ergreifen, um Deutschland nach drei Jahren Rezession als Wirtschaftsstandort wieder wettbewerbsfähig zu machen und gleichzeitig Wachstum und Wohlstand nachhaltig zu sichern? Was sind nach Ihrer Einschätzung die Dos und Dont's?**

# Statements



## Thorsten Alsleben antwortet...

**U**m Deutschland nach drei Jahren Rezession wieder wettbewerbsfähig zu machen und zurück zu nachhaltigem Wachstum zu führen, sind jetzt entschlossene fiskal- und wirtschaftspolitische Maßnahmen erforderlich. Die von der Bundesregierung geplanten Investitionen in die deutsche Infrastruktur sowie steuerliche Entlastungen für Unternehmen, darunter eine gestaffelte Senkung der Körperschaftsteuer und erweiterte Abschreibungsmöglichkeiten, können nur ein erster Schritt sein.

Wir brauchen jetzt vor allem echten Bürokratieabbau, beschleunigte Genehmigungsverfahren und eine Gesetzgebung, die Innovationen und Fachkräfteeinwanderung erleichtert, um so die wirtschaftliche Dynamik zu stärken. Das schuldenfinanzierte Sondervermögen war ein harter Schlag für die Befürworter der Schuldenbremse. Trotzdem muss der so entstandene fiskalische Spielraum jetzt sinnvoll genutzt werden. Ich erwarte von der Regierung Merz, dass sie einen klaren Fokus auf Investitionsanreize, schnellen Ausbau und Erneuerung der Verkehrsinfrastruktur, stabile Rahmenbedingungen und die Flexibilisierung des Arbeitsmarktes setzt. Dabei ist auch wichtig, dass es jetzt schnell geht, um ein für inländische und ausländische Investoren wichtiges Aufbruchsignal zu senden.



**Thorsten Alsleben** ist seit 2023 Geschäftsführer der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), die sich für die Stärkung der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland einsetzt. Alsleben hat sein juristisches Staatsexamen in Bonn abgelegt und bei der Deutschen Welle ein Volontariat zum TV- und Hörfunkredakteur absolviert. Nach Stationen beim ZDF in Düsseldorf und als Hauptstadtkorrespondent in Berlin sowie im Leitungsstab des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie als Hauptstadtrepräsentant der Unternehmens- und Personalberatung Kienbaum war Alsleben zuletzt knapp neun Jahre Hauptgeschäftsführer der Mittelstands- und Wirtschaftsunion.

# Statements



## Folker Hellmeyer antwortet...

### Mahnung: Alles hängt an neuer Energiepolitik

Deutschland hat nicht nur eine konjunkturelle, sondern eine strukturelle Krise. Bezüglich der Struktur ist es die größte Krise seit 1949.

Die neue Bundesregierung steht vor größeren Herausforderungen als Gerhard Schröder, als er die größte und erfolgreichste Reform in der Geschichte unseres Landes auf den Weg brachte. Die von der Regierung ins Spiel gebrachten Reformen, insbesondere die degressiven Abschreibungen, die Fokussierung auf Digitalisierung und der Fokus auf Entbürokratisierung, sind zielführend. Sie reichen aber nicht aus.

Wir leben seit 300 Jahren in einem energetischen Zeitalter. Jede Form des erreichten Wohlstands und Wachstums ist verbunden mit der intensivierten und effizienteren Nutzung der Energie. Deutschland hat in der westlichen Welt die energieintensivste Wirtschaft. Unsere industriell geprägte Ökonomie



(28 Prozent der Wirtschaftsleistung) ist unser tragendes Geschäftsmodell – ein anderes haben wir nicht! Doch haben wir das Ass der „Hidden Champions“ im Ärmel: Rund 1.600 von 3.400 „Hidden Champions“ sind hier angesiedelt. Dieses Wirtschaftskluster ist einmalig auf der Welt und stellt eine tragende Säule dar. Dieses Modell ist mangels preislicher Konkurrenzfähigkeit – wir zahlen den fünffachen Gaspreis im Vergleich zu den USA – und mangels nachhaltiger Versorgungssicherheit existenziell gefährdet.

>> Die deutschen Hidden Champions sind existenziell gefährdet! <<

# Statements

Das Schicksal der deutschen Industrie und damit der deutschen Zukunftsfähigkeit hängt an der Energiepolitik. Die von der Regierung anvisierten Maßnahmen gehen in die richtige Richtung, sie sind aber nur ein Tropfen auf einen sehr heißen Stein. Wenn die Energiepolitik nicht drastisch verändert wird, werden alle anderen Maßnahmen unterproportional wirken.

*Das Schicksal der deutschen Zukunftsfähigkeit hängt an der Energiepolitik.*

Chefvolkswirt **Folker Hellmeyer** ist Spezialist für Wirtschaft und Märkte. Er kam nach seinem Wirken als Chefanalyst (Helaba 1997 bis 2002, SOLVECON 2018 bis 2022) und Chefvolkswirt (Bremer Landesbank 2002 bis 2017) als Chefvolkswirt im April 2022 zur Netfonds Gruppe, Hamburg. Er verfasst regelmäßig Artikel für alle relevanten Wirtschafts- und Finanzmedien und ist gefragter Interviewpartner in TV, Rundfunk und Finanzkanälen der sozialen Medien.



Dieses Porträt ist zuerst erschienen  
in Ausgabe Nr. 67 des Magazins  
DER HAMBURGER

In den 90-er Jahren brach  
der Kaviarmarkt zusammen.

# Kaviar Reloaded

Von David Pohle

Lass das Salz weg, nimm Kaviar! Markus Rüschi ist angetreten, die Einstellung zum Kaviar nachhaltig durchzulüften. Angefangen hat der Inhaber in der Familienfirma: 100 Jahre wird das Altonaer Kaviar Import Haus 2025, Zeit, alte Vorurteile zu pulverisieren und die Ära der neuen Kaviarfreiheit einzuläuten.



Schmarjestraße 44. Um die Ecke der Bahnhof und repräsentativer das Rathaus Altona, die Elbe, der Hafen nicht weit. Dieses Haus hier muss man finden wollen oder schon kennen, kein Schild an der Tür, aber frische Farbe und ein fettes Jahrhundert Firmengeschichte. 2025 wird groß gefeiert, wenn es nach Markus Rüschi geht, dem Inhaber des seit Beginn in Familienhand befindlichen Unternehmens, am besten mit Kaviar satt und Dosenbier. Dosenbier? Yep, das ist die neue Kaviarfreiheit, mit der AKI vor allem das eigene Geschäft mächtig durchgelüftet hat.

Mit Max und Anne Schuldt fing die Story eines der ältesten Kaviarhäuser der Welt genau hier an, Max kaufte im Hafen das schwarze Gold der Zaren von russischen Seeleuten, Anne radelte die Ware aus, wohnen taten sie hier. 1963 übernahm Neffe Gustav, gelernter Landwirt, und baute das Unternehmen mit Johanna stetig aus. Fotos auf der Website zeigen beide Paare genau vor der Hausnummer 44, das die Eltern von Markus gekauft hatten.

Fotos: René Supper

In den 90er-Jahren reiste er mit seinen Eltern noch nach Astrachan, und es wurde eingekauft, wenig später brach der Kaviarmarkt zusammen, die Störbestände waren nahe Null, und man sah wenig Zukunft mehr für den Kaviarhandel. Anfang der 2000er-Jahre übernahm Markus dann allein die Geschäftsführung. Die Voraussetzungen waren bescheiden, die Bilder von gemeuchelten, letzten Wolga-Stören hatten Kaviar endgültig zu einem No-Go-Produkt gemacht, der große Fisch, König des Kaspischen Meeres, hatte wie die Gänse, deren Lebern gestopft wurden, keine Lobby mehr, die Zeit der Wende, das Ende der Sowjetunion, Anarchie überall.

2010 kam das längst überfällige Verbot für Stör aus Wildfang.

Das frühe Setzen auf Aquakulturen war ein Booster, die Kaviarrevolution aus der Schmarjestraße hatte den Weg für die Zukunft geebnet. „Anfangs wussten die Züchter überhaupt nicht, wie Kaviar schmecken soll, die Fische lagen im Brackwasser, waren ungenießbar. Wir haben Experten vom Kaspischen Meer eingeladen, die den Züchtern gezeigt haben, wie es geht: In der Wildnis essen Weibchen wochenlang nicht, schwimmen Flüsse hoch, laichen dann in eiskalten, sauberen Wassern, wie Detox für Störinnen quasi. Das machen wir jetzt künstlich, um den Fisch auf seine letzten Stunden vorzubereiten.“

Aquakulturen brachten die  
Kaviarrevolution.

## DER HAMBURGER. DAS GRÖSSTE MAGAZIN DER STADT



Vier ganz große  
Ausgaben für 50 Euro  
im Jahresabo

- ★ Wöchentlicher Newsletter ★ Podcasts ★
- ★ ePaper [derhamburger.info](http://derhamburger.info) ★
- ★ @der\_hamburger\_mag ★ @der\_hamburger\_liebt ★
- ★ Freundeskreis mit tollen Events ★

[abo@derhamburger.info](mailto:abo@derhamburger.info) [derhamburger.info](http://derhamburger.info)

**Die Störbestände erholen sich wieder und sind hoffentlich irgendwann keine bedrohte Tierart mehr.**

Und dann geht es schnell: Fisch tot, Fisch auf, Rogen raus, Salz dazu, abfüllen, fertig.

Geschlachtet wird in Wöhrden in der Nähe von Heide, morgens kommt die Rohware in 1,8-kg-Dosen nach Altona. „Wir haben inzwischen fast 50 Mitarbeiter an zwei Standorten, die Herzblut, Expertise und meistens auch ganz gute Laune mitbringen.“ Und dann wird mit schnellem Durchlauf nur auf Bestellung jede Dose per Hand gefüllt, verpackt und zum Versand vorbereitet.

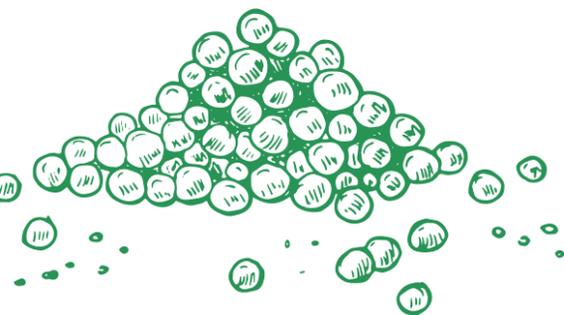
„Guter Kaviar, die Spitzenqualität, die wir haben, riecht frisch, schmeckt auch so, glänzt mit vielen Aromen, kommt nie streng, vielleicht ein wenig salzig und hat einen glänzenden Spiegel. Festes Korn und fällt nicht aus der offenen Dose, wenn sie umkippt.“, erklärt Markus. „Augen schließen, eine frische Brise Nordseeluft einatmen und in Gedanken über die See gucken – das ist Kaviargeschmack für mich“, so hat er es auch seiner Werbeagentur in die Feder diktieren lassen.

Der Stör wäre vermutlich ausgestorben, jetzt erholen sich die Bestände vorsichtig. Geschmuggelter Kaviar ist illegal. Jeder Händler weiß das. „Und“, ergänzt Markus, „die Fische aus Kulturen sind qualitativ inzwischen besser und günstiger. Fische, die nicht geschlachtet werden, werden in ursprünglichen Lebensräumen ausgesetzt. Da es sechs bis 20 Jahre bis zur Schlachtung dauert, ist der Stör – hofft Markus – irgendwann keine bedrohte Tierart mehr.“



„Inzwischen“, sagt Markus, „ist Kaviar ein Ganzjahresgeschäft, es gibt Ups and Downs. Und wenn schon eine Papaya auf dem Flottbeker Markt 12 Euro kostet, was sind dann 50 Euro für ein Gläschen Kaviar?“ Das sei zwar teurer als Leberwurst, aber niemals dekadent.

Die Frage, seit wann der Chef dieser Kaviarfamilie Kaviar mag, hätte ich mir sparen sollen. „Wir waren als Kinder früher häufig auf dem Land in Schleswig-Holstein, da haben wir morgens frische Brötchen mit ordentlich Butter und einem gehörigen Schlag Kaviar bekommen. War köstlich, brauchst ja nicht kauen. Schätze, ich war zwei, geht auch noch mit 90“, erfreut sich Markus der Kindheitserinnerung. Und heute? „Ich ja auch pur, aber Ei ist gut, Blinis, Schmand, Kartoffeln sind super, als Püree, zum Beispiel mit Spiegelei beim Lieblingsitaliener, musst ja auch nicht kochen können



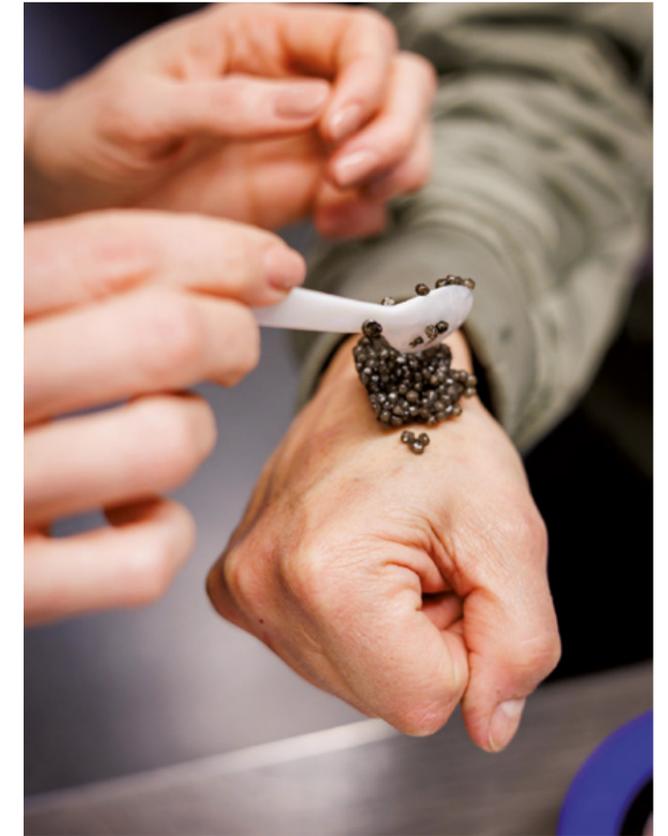
für. Alles, was gut mit Trüffeln geht, geht auch mit Kaviar.“ Und was trinkt er dazu? „Kalte Dose Bier ist prächtig, Süßwein auch. Ich selbst finde ja, Champagner-Perlen haben zu viel Säure, und wenn ich Wodka zu jedem Löffel nehme, ist das auf Dauer zu ungesund“, und irgendwie blitzen seine Augen verschmitzt.

Während wir sprechen, kommen telefonisch Aufträge. Cornelia Poletto, Spitzenköchin, möchte eine größere Dose. Kein Thema, wird frisch abgefüllt und dann ab nach Eppendorf dafür.

„Wir achten natürlich auf die Optimierung der Prozesse. Aber nicht, um Kosten zu reduzieren, sondern um die Qualität immer zu verbessern. Das ist sehr arbeitsintensiv, mit schwieriger Planung, wo wir wenig bis nix vorbereiten können“, ergänzt Markus.

„Austern zum Beispiel“, fährt Markus fort, „gibt's als herrliches Naturprodukt am Hafen oder auf Märkten, lässig, pur, nicht teuer. Da sehe ich Kaviar auch. Und dass Kaviar teuer sein muss, ist Bullshit“, ereifert er sich.

Und am Ende sind die Dinge doch immer ganz einfach. Der beste Kaviar ist der, der dir schmeckt. So eben.



Anzeige

## WochenMarkt der INSM-Fakten-Newsletter



Jeden Mittwoch – die wichtigsten Meldungen und Kennzahlen zum Marktgeschehen.

Jetzt abonnieren!



## Reisen wie die Reichen

Purer Luxus ohne viel Geld - mit der Million-Points-Club-Methode

„Was wir können, können Sie auch“ – verspricht dieses Buch von Ulf-Gunnar Switalski, Jonas Moll und Alexander Reckhaus.

Reisen wie die Reichen – das klingt für viele nach einem fernen Traum, nicht wahr? Doch genau hier setzen die Autoren an: Luxusreisen sind längst kein exklusives Privileg mehr, sondern eine Frage der richtigen Strategie. Mit ihrer Methode zeigen sie Ihnen, wie Sie sich diesen Traum erfüllen können – ganz ohne ein Vermögen auszugeben. Die Idee dahinter? Meilen und Punkte werden ab sofort zu Ihrer neuen Zweitwährung. Ganz gleich, ob bei Payback, beim Online-Shopping oder auf Reisen – Meilen lassen sich fast überall sammeln. Mit den richtigen Kniffen füllen sich Ihre Konten schneller, als Sie es für möglich halten. Schon bald werden Sie Flugtickets in der Business Class oder First Class und luxuriöse Hotelsuiten genießen – Leistungen, für die andere Tausende Euro bezahlen.

**Reisen wie die Reichen**  
**Ulf-Gunnar Switalski,**  
**Jonas Moll, Alexander Reckhaus**  
 Next Level Verlag  
 25. Februar 2025  
 208 Seiten  
 ISBN-10: 3689360595  
 ISBN-13: 978-3689360597  
 18,00 bzw. 13,99 Euro

Dieses Buch ist keine Werbeveranstaltung. Es ist eine Einladung, intelligenter zu reisen – und mehr aus Ihrem Alltag herauszuholen. Schritt für Schritt erfahren Sie, wie Sie Ihre Chancen maximieren und jede Gelegenheit optimal nutzen. Die drei Autoren zeigen Ihnen, wie Sie mit kleinen Tricks große Ziele erreichen. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt: Ob beim Einkaufen, auf Reisen oder sogar durch geschicktes Bezahlen – das Sammeln von Meilen wird zu einem festen Bestandteil Ihres Alltags. Der Traum vom Luxusflug oder der exklusiven Hotelsuite rückt schneller in greifbare Nähe, als Sie vielleicht denken.

### Über die Autoren:

**Ulf-Gunnar Switalski** ist ein führender deutscher Loyalty Experte. Er beschäftigt sich seit mehr als 35 Jahren mit Bonusprogrammen und verbringt mehr als acht Monate im Jahr auf Reisen.

**Jonas Moll** ist ein vielseitiger und engagierter Reise-Influencer, Content Creator und Unternehmer.

**Alexander Reckhaus** bzw. AlexV ist ein 27-jähriger Reiseblogger und Content-Creator, der in der deutschen YouTube-Szene für Abenteuer, Unterhaltung und einen Hauch von Größenwahn steht.



Anzeige

# IST IHR UNTERNEHMEN BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT?

Für Ihre zukunftsfähigen Geschäftsprozesse und Systeme. Damit **Cloud, KI und Automatisierung** zur Gegenwart werden.

RBOmnishore - Wir gestalten und pflegen Ihre Unternehmenssysteme und IT-Architektur.



RB-OMNISHORE.DE

PARTNER DER **SAP**

## Bettina Tietjen



**Hamburg gilt als „Tor zur Welt“. Was würden Sie Touristen unbedingt zeigen, wenn sie die Stadt zum ersten Mal besuchen?**

Zuerst würde ich mit ihnen auf die Plaza der Elbphilharmonie fahren, weil man von dort fast alles sieht, was ich an Hamburg liebe: Wasser, Schiffe, Kräne, alte und neue Architektur. Anschließend würde ich eine Hafensrundfahrt machen und zum Schluss gibt's ein leckeres Matjesbrötchen bei „Brücke 10“.

### Wer ist Bettina Tietjen?

**Moderatorin, Autorin, Norddeutsche mit Fernweh**

Seit über drei Jahrzehnten prägt Bettina Tietjen die deutsche Fernsehlandschaft – charmant, schlagfertig und mit Tiefgang. Ob auf dem Roten Sofa, in der NDR-Talkshow, im Kochstudio oder eben auf Reisen mit der Kamera im Gepäck: Die NDR-Moderatorin nimmt ihr Publikum mit auf echte und sehr sympathische Entdeckungsreisen. Für die Sendung „Tietjen camp“ reist sie in ihrem Wohnmobil mit Prominenten durchs Land. In ihrem Podcast „Ins Blaue“ unterhält sie sich mit ihren Gästen über deren Reise-Abenteuer. Ihre Bücher „Unter Tränen gelacht“, „Tietjen auf Tour“ und „Früher war ich auch mal jung“ waren alle Bestseller.

**Wie verändert sich der Blick auf die Heimat, wenn man viel reist?**

Man lernt Dinge zu schätzen, die man im Alltag oft gar nicht mehr wahrnimmt. In meinem Fall – ich bin ja viel im Wohnmobil unterwegs – bedeutet das: Ich bin wieder dankbar dafür, dass ich zuhause viel Platz habe, schöne Klamotten, bequeme Möbel, ein Klavier, einen großen Fernseher und saubere Badezimmer.

**Gibt es ein Reiseziel, das ganz oben auf Ihrer Wunschliste steht – ein Ort, den Sie unbedingt noch erleben möchten?**

Ich möchte unbedingt mit dem Wohnmobil durch Neuseeland reisen. Das muss traumhaft schön sein: Natur pur, freundliche Menschen und keine gefährlichen Tiere. Und in Europa möchte ich mal mit viel Zeit und Ruhe die gesamte iberische Halbinsel, also ganz Spanien und Portugal, erkunden. Das geht aber erst, wenn ich im Rentenalter bin (lach).

**Reisen heute: Spontane Abenteuer oder minutiös geplante Auszeiten – wie sieht Ihre ideale Reise aus?**

Wann ich mir meine Auszeiten nehme, muss ich natürlich vorplanen. Aber wohin es geht, entscheide ich gern kurzfristig. Am liebsten fahren mein Mann und ich mit unserem Wohnmobil „Ins Blaue“. So heißt deshalb auch mein Camping-Podcast. Wir richten uns nach dem Wetter und danach, worauf wir gerade Lust haben.

**Wenn Sie auf Ihre berufliche Reise zurückblicken: Gibt es etwas, das Sie heute anders machen würden?**  
Ich würde alles wieder ganz genauso machen!

## Fa(l)ke News

Von Falk Röbbelen

„Das Tor zur Welt“ wird der Hamburger Hafen genannt, der als drittgrößter Containerhafen Europas unsere Stadt mit 950 Häfen in 178 Ländern verbindet. Beeindruckende Zahlen. Ebenso beeindruckend sind über 130.000 Arbeitsplätze in Hamburg und mehr als die doppelte Zahl bundesweit, die vom Hafen abhängig sind, bei einer Bruttowertschöpfung von 8% des Hamburgischen BIP – das sind 8 Mrd. Euro, bundesweit sogar 50 Mrd. Euro. Was für ein gigantisches Wirtschaftsgebiet! Also alles gut? Mitnichten!

Auch hier ist seit Jahren bekannt, dass diese „tragende Säule“ der außenhandelsorientierten deutschen Wirtschaft nicht mehr über eine Erhöhung des Containerumschlags in die Zukunft geführt werden kann. Und auch wenn es einen „Zukunftsplan Hafen“ und ein Strategiepapier „Hamburg 2040“ gibt und auch wenn die Initiative „Hamburg vor zur Welt“ von Erkenntnissen und Maßnahmen spricht, bleibt doch das ungute Gefühl, dass auch hier eine Entwicklung verschlafen wird! Oder gar schon verschlafen wurde?

So war unser Hafen 2005 noch auf Rang 8 der Umschlagvolumina der weltweiten Häfen. Heute ist er auf Rang 23 abgefallen! Schon die Wachstumsrate der größten EU-Häfen ist doppelt so hoch wie im Hamburg Hafen. Der Containerumschlag stagniert seit 20 Jahren und die Wertschöpfung im reinen Umschlag ist gering und ohne relevantes Potential! All das sind keine Geheimnisse.

Gibt es denn auch Lösungsvorschläge? Natürlich: Zunächst einmal bedarf es realistischer Prognosen, dann müssen relevante Hafensflächen für Innovations- und Energy-Hubs sowie Zukunftstechnologien genutzt werden. Letztenendes muss der Hafen als größtes zusammenhängendes und vor allem stadtzenturnahes Gewerbegebiet mit dem Fokus auf Warenverarbeitung und Unternehmensansiedlung entwickelt und genutzt werden. Infrastrukturprojekte – u. a. A26, A20, Köhlbrandbrücke, aber auch Fehmarn-Belt-Querung – müssen schnell und planbar umgesetzt und Hamburg als Schienen-Knotenpunkt zwischen Kopenhagen, Amsterdam und Berlin ausgebaut werden. Klingt logisch?! Dann setzen wir es doch einfach um!

Ja, ok, Sie haben es gemerkt: Das mit dem „einfach“ war ein Witz. Wir wissen alle, dass der Weg von der Erkenntnis zur Umsetzung verdammt weit ist. Auch wir Hamburger sind leider Erkenntnisriesen und Umsetzungszwerge. Und Erkenntnis ohne Umsetzung ist sinnlos. Auch das ist bekannt. Wenn also das WIE allseits bekannt ist, sollten wir hartnäckiger nach dem WANN fragen! Sonst bleibt nur das Prinzip Hoffnung für das Tor zur Welt. Die Hoffnung, dass der Weg nicht so weit ist, dass sich das Hamburger Tor irgendwann für immer schließt.

In diesem Sinne: Bleiben Sie neugierig und auch ein bisschen penetrant!

# Goldschätzchen

## Lieblingsorte entstehen durch Geschmack

Etwas versteckt im Grünen, doch nur einen Katzensprung von Hamburg entfernt, liegt ein kulinarischer Wohlfühlort: das Goldschätzchen in Prisdorf. Wer hierherkommt, entdeckt mehr als ein Restaurant – man entdeckt einen Ort, an dem mit Herz gekocht, mit Blick für Details serviert und mit Begeisterung gefeiert wird.

Im ehemaligen Herrenhaus des Peiner Hofes in Prisdorf trifft norddeutsche Landhausidylle auf zeitgemäßen Genuss. Das Goldschätzchen steht für moderne Landküche von Küchenchef Carlos und seinem Team. Die Karte vereint Vintage Classics wie Wiener Schnitzel mit der kreativen Handschrift der Chef's Edition – inspiriert von Kindheitserinnerungen, neugedacht mit regionalen Zutaten.

Ein echtes Highlight ist der idyllische Wein- und Biergarten direkt hinter dem Haus: Wiesen, ein kleiner Teich, Vogelgezwitscher und Froschsang bilden die Kulisse für entspannte Abende

mit Freunden, Familie und Hund. Jeden Mittwoch heißt es: After Work im Grünen, mit Musik, Comfort Food und lauen Sommernächten. Drinnen überzeugt das Restaurant mit gemütlichem Wintergarten, modernen Details und einer Terrasse für die warmen Monate. Auch für Hochzeiten, Familienfeiern oder Business-Events ist das Goldschätzchen eine echte Empfehlung – mit viel Raum für persönliche Wünsche und einer Küche, die begeistert.

Gut erreichbar mit der Regiobahn ab Hamburg (Haltestelle Prisdorf), eignet sich das Restaurant auch perfekt für einen kleinen Ausflug oder den besonderen Feierabendmoment – das Goldschätzchen macht aus jedem Besuch ein kleines Fest. Und aus Gästen schnell Stammgäste.



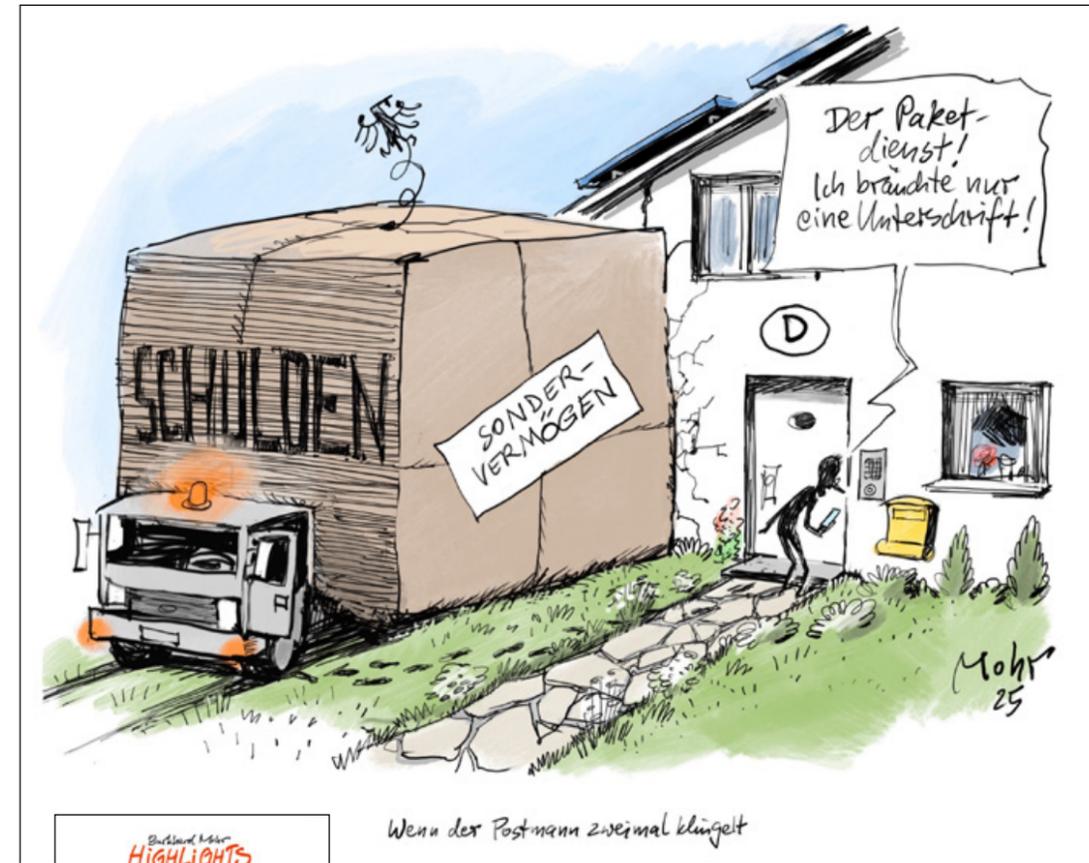
### Adresse:

Goldschätzchen  
Peiner Hof 7  
25497 Prisdorf  
www.goldschaetzchen.com

Öffnungszeiten À-la-carte Restaurant:  
Di – Sa: 17.30 – 23.00 Uhr

Öffnungszeiten Wein- und Biergarten:  
Di – Fr: 14:00 – 22 Uhr  
Sa & So: 12:00 – 22 Uhr

Mittwoch: After Work ab 17 Uhr



Wenn der Postmann zweimal klingelt



## 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 FAMILIENUNTERNEHMER E.V.  
Charlottenstraße 24  
10117 Berlin

### Vertreten durch:

Albrecht von der Hagen,  
Hauptgeschäftsführer  
E-Mail: vdhagen@familienunternehmer.eu

Verantwortlich im Sinne von § 55 Abs. 2 RStV / MStV:  
Malte Wetttern, HHFI Hamburg Finance GmbH  
Willhoop 3, 22453 Hamburg

### Redaktionsleitung:

Malte Wetttern (ehrenamtlich)

### Landesgeschäftsstelle Hamburg

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

### Redaktion:

redaktion@hhun.de  
Malte Wetttern, David Friedemann,  
Björn Castan, Gabriela Friedrich,  
René Spiegelberger, Falk Röbbelen  
Redaktionsanschrift: c/o :Laborato,  
Kleine Reichenstraße 6, 20457 Hamburg

### Konzeption und Design:

:Laborato, Kleine Reichenstraße 6,  
20457 Hamburg, www.laborato.de

### Mediabuchung:

anzeigen@hhun.de  
Auflage: 4.500 Exemplare,  
unentgeltliches MitgliederMagazin

### Druck & Versand:

a&c Druck und Verlag GmbH  
Esplanade 20, 20354 Hamburg  
www.auc-hamburg.de

### Nächster Redaktionsschluss:

08.08.2025

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 Einreichung von Beiträgen und Bildern alle Rechte für die Print- und Digitalverarbeitung an die Redaktion abtreten. Ein Anspruch gegen die Redaktion entsteht grundsätzlich nicht. Der Verfasser verpflichtet sich außerdem, **HAMBURGER UNTERNEHMER** von Ansprüchen Dritter, die durch die Verwendung von zur Verfügung gestellten Materialien entstehen, freizustellen.

### Datenschutz ist Vertrauenssache:

Informationen zum Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten im Rahmen der Datenschutz-Grundverordnung finden Sie unter <https://www.familienunternehmer.eu/ds-gvo.html>. Magazin abbestellen (für Gäste, Medien & Politik): [widerruf@familienunternehmer.eu](mailto:widerruf@familienunternehmer.eu) bzw. [widerruf@junge-unternehmer.eu](mailto: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



# WEMPE

EXQUISITE  
TIMEPIECES & JEWELRY

*Fine Jewelry*

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