

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Julia Bielenberg

Medienhaus Oetinger
Geschichten für Generationen

**Familienunternehmer-Tage
in Stuttgart**

„Zukunft gestalten.
Wirtschaftswachstum jetzt!“

„Warum ich Mitglied bin.“

12 Unternehmer, 12 Antworten

2026

Familienunternehmerin des Jahres

Generationsen

Nr. 2

2026

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

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

Wir werden nicht müde, es zu wiederholen: Familienunternehmen denken in Generationen, nicht in Quartalen. Deshalb sind verlässliche politische Rahmenbedingungen und langfristig tragfähige Entscheidungen für uns von zentraler Bedeutung. Doch statt notwendiger Reformen erleben wir ausufernde Bürokratie sowie die zunehmend verkrusteten Strukturen unseres Steuer- und Sozialversicherungssystems.

Die Botschaft der Familienunternehmertage in Stuttgart war daher eindeutig: „Zukunft gestalten – Wirtschaftswachstum jetzt!“ Wer Verantwortung über Generationen hinweg übernimmt, braucht die Freiheit, unternehmerisch zu handeln, zu investieren und Arbeitsplätze zu sichern. Dafür sind die richtigen politischen Weichenstellungen unerlässlich.

Das Leitmotiv des generationenübergreifenden Denkens ist für uns mehr als ein Slogan, wie die Mitglieder zeigen, die sich mit langjähriger Unternehmensgeschichte in dieser Ausgabe auf den Seiten 34 bis 39 vorstellen. Sie gewähren Einblicke in ihre Unternehmen, ihre Geschichte und ihre Beweggründe für ihr Engagement in unserem Verband. Dabei wird deutlich: Familienunternehmen sind geprägt von Haltung, Verantwortung und

dem Wunsch, auch kommenden Generationen eine Perspektive zu eröffnen. Unsere Empfehlung ist deshalb ebenso einfach wie überzeugend: JOIN US!

Auf dem Cover sehen Sie die frisch gekürte Familienunternehmerin des Jahres, Julia Bielenberg vom Medienhaus Oetinger. Das traditionsreiche Verlagshaus steht seit mittlerweile 80 Jahren für unternehmerische Kontinuität, Innovationskraft und die erfolgreiche Weitergabe von Verantwortung über Generationen hinweg. Es ist damit ein eindrucksvolles Beispiel für die besondere Stärke familiengeführter Unternehmen.

Auch darüber hinaus widmet sich diese Ausgabe dem facettenreichen Thema Generationen: dem Spannungsfeld zwischen den Altersgruppen und der Frage nach mehr Generationengerechtigkeit, der erfolgreichen Unternehmensnachfolge, dem Vertrauen in die Zukunft, der Bedeutung persönlicher und unternehmerischer Chroniken sowie der gezielten Nachwuchsförderung. Denn die Zukunft entsteht nicht von allein, sie wird gestaltet.

Wir wünschen Ihnen inspirierende Einblicke, neue Denkanstöße und einen großen Schwung Motivation, damit wir weiterhin gemeinsam Verantwortung übernehmen und Zukunft gestalten können – für die nächste Generation und die danach.

Herzlichst,
Malte Wettern & David Friedemann



David Friedemann
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

OPERNLOFT

IM ALTEN FAHRTERMINAL ALTONA

BRINGEN SIE IHR EVENT AN DIE ELBE!



Sie suchen eine außergewöhnliche Veranstaltungslocation mit echtem Hamburg-Flair? Dann sind Sie im **OPERNLOFT** genau richtig! Wir bieten Ihnen exklusive Räume und den perfekten Rahmen für Events wie Tagungen, Messen oder Roadshows mit Blick auf den Hafen. Für Weihnachtsfeiern mit besonderer Atmosphäre sind noch vereinzelt Termine verfügbar – jetzt anfragen!



Van-der-Smissen-Straße 4 | 22767 Hamburg www.fahrterminal.de

events@opernloft.de +49 (0) 40 / 254 911 30

Erleben Sie außerdem unsere einzigartigen Event- und Krimiopern sowie Opern-Slams – immer in 90 Minuten! Infos: www.opernloft.de

Anzeige

- in** • Die Familienunternehmer – Metropolregion Hamburg
- f** • DieJungenUnternehmerHamburg
• hamburg.familienunternehmer.eu
- @** • [diejungenunternehmerhamburg](https://www.instagram.com/diejungenunternehmerhamburg)
• [familienunternehmer_hh](https://www.instagram.com/familienunternehmer_hh)



Noch kein
Mitglied?



Jetzt
scannen!



HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Veranstaltungen

- 20 Familienunternehmer-Tage in Stuttgart
- 52 Spargelesen mit Philipp Amthor
- 76 Amundi German Masters



52

Politik & Gesellschaft

- Statements der Regionalvorsitzenden 8
- Warum wir Mitglieder sind 34
- Angst gewinnt Gold - Abstimmung über die Olympiabewerbung 54
- Glosse - Fa(l)ke News 84



54

Unternehmertum

- 12 ODS Orient - Mit KI in die Zukunft
- 44 Behn - Geglückter Generationswechsel
- 72 Opernloft - Oper für alle
- 78 A.V. Brandt - Spezialfarben mit Geschichte



78

Julia Bielenberg



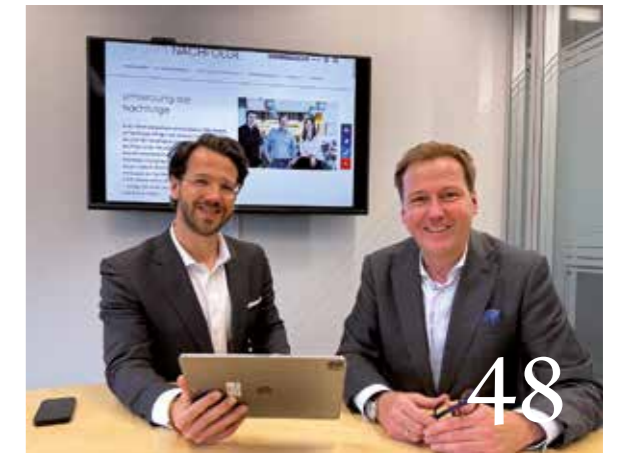
Titelstory

Julia Bielenberg
Medienhaus Oetinger

26

Wissenswertes

- 16 AGA - Recruiting für KMU
- 18 Tipps vom Notar
- 24 Bits & Business
- 40 Rente - demografische Bombe
- 42 Die Chronik - ein Angebot
- 48 Wüsthofs Finanztalk
- 50 Vermögen mit Weitblick
- 56 Epigenetik
- 68 Alles was Recht ist



48

Kunst, Trends & Style

- 58 Produkttipps ›Next Gen Mode‹
- 64 Ateliergespräch - Unathi Mkonto

Rubriken

- Nachgedacht über Generationen 6
- Winzerfamilien - Weingut Fidesser 60
- Unser Buchtipps 82
- Nachgefragt - Conner Pirck 83
- Gastro-Tipp 86



Vertraut der Jugend!

Von Björn Castan

Unternehmerisches Denken in Generationen liegt in unserer DNA als Familienunternehmer. Ich möchte hier sogar soweit gehen, gelungene Generationswechsel in Familienunternehmen als die Königsdisziplin des Unternehmertums zu bezeichnen. Nicht jedem ist diese vergönnt. Viele müssen mangels natürlicher oder geeigneter Nachfolger ihre Unternehmen entweder verkaufen oder schließen. Dies ist völlig in Ordnung. Diese Kolumne richtet sich an alle Unternehmergenerationen, für die ein Übergang des Unternehmens auf die nächste Generation möglich ist oder war.

Beim Nachdenken über Generationen landen wir schnell bei einer Erkenntnis, der wahrscheinlich jeder zustimmen wird: Es erscheint grundsätzlich sinnvoll und wünschenswert, dass Generationen voneinander lernen. Meistens lernen die Jüngeren von den Älteren sowohl ein fundamentales Wertesystem als auch den Umgang mit Menschen. Und die Älteren lernen von den Jüngeren ... ja was eigentlich? Welchen Rat Ihrer Junioren haben Sie zuletzt wirklich angenommen oder umgesetzt? Meinen wir Älteren, wenn wir ganz ehrlich zu uns sind, aufgrund unserer größeren Lebenserfahrung nicht doch alles besser zu wissen als die Jugend? Und ist nicht sowieso die nächste Generation der Untergang des Abendlandes, weil wir es ja viel schwerer hatten? Dieser Denk-

weise möchte ich entschieden entgegentreten. Denn hier kommt die gute Nachricht: Das Abendland wird durch unsere Jugend nicht untergehen – ganz im Gegenteil.

Lassen Sie uns der nächsten Generation statt mit Misstrauen, Überheblichkeit und Skepsis mit Vertrauen begegnen. Die Jüngeren werden unsere Unternehmen anders führen als wir. Gleichzeitig spricht viel dafür, dass sie es nicht schlechter, sondern besser machen werden. Warum? Weil sie ihre eigenen Stärken haben; wir müssen es ihnen nur zutrauen und dann nach und nach loslassen.

Daher möchte ich den Grundgedanken des voneinander Lernens noch einmal aufgreifen. Danach sollte auch die ältere Generation von der jüngeren lernen, nicht nur andersherum. Im Gegensatz zu uns, die wir mit drei Fernsehprogrammen mit Testbild ab 24.00 Uhr und handgeschriebenen Briefen aufwuchsen, sind unsere Kinder die erste Generation der sogenannten Digital Natives. Ob uns das gefällt oder nicht, sei dahingestellt. Aber nach meiner Überzeugung sind sie als Digital Natives besser auf die Zukunft vorbereitet, die vor dieser neuen Generation liegt, als wir es jemals waren.

Die jungen Leute können sich durch ihren exzessiven Handygebrauch überhaupt nicht mehr richtig konzentrieren? Mag sein, aber wenn sie sich z. B. virtuos von KI-Agenten die

Arbeit organisieren lassen, werden sie vielleicht auch mit geringeren Konzentrationsfähigkeiten effizient und erfolgreich arbeiten können. Ältere Generationen bringen ihre langjährigen Erfahrungen und ihre gewachsenen Netzwerke, Kunden- und Lieferantenbeziehungen und eine tiefe Kenntnis der Teams mit. Die Jungen kommen mit einem offenen Mindset für Innovationen. Sie kommunizieren anders als wir, in einer Höchstgeschwindigkeit mit einer großen Anzahl an Kontakten, die im Vertrieb hilfreich sein können. Sie bespielen die Social Media-Angebote besser als wir es können und erreichen damit völlig neue Zielgruppen.

Im Laufe meiner inzwischen 26-jährigen Mitgliedschaft in unserem Verband der Familienunternehmer habe ich einige Nachfolgerinnen und Nachfolger kennenlernen dürfen, die durch einen zu frühen Tod ihrer Eltern ungeplant und alles andere als optimal vorbereitet in die Unternehmensnachfolge gegangen sind. Sie haben es trotzdem geschafft, was aus meiner Sicht zeigt, dass viel mehr Potenzial in der jüngeren Generation schlummert als wir ihr zuweilen zutrauen.

Warum sollten wir das unternehmerische Potenzial unserer Jugend nicht viel stärker schon zu unseren Lebzeiten heben? Ihnen Verantwortung übergeben, ihre Ideen aktiv ausprobieren, ihre Fähigkeiten, die wir selbst nicht haben, auch im Interesse unserer Firmen entfalten lassen?

Nach meiner Überzeugung haben auch die älteren Generationen die Möglichkeit, von den Jüngeren zu lernen. Sie machen davon sicherlich noch zu wenig Gebrauch. Erich Maria Remarque stellte sogar frustriert fest: „**Wenn wir endlich etwas gelernt haben, sind wir zu alt, um es anzuwenden – und so geht es Welle für Welle, Generation für Generation. Niemand lernt etwas von irgendjemanden anderen.**“

Ich glaube an das Gegenteil.

Herzlichst,
Ihr
Björn Castan

P.S. Wie denken Sie über Generationen?

Schreiben Sie mir gerne an
castan@researchforfuture.com

Der
Autor



Björn Castan

Anzeige

PRObAV
VOLKSWOHL BUND

OBSTKORB? NETT. ZUKUNFT? ENTSCHEIDEND.

Jetzt als Arbeitgeber punkten:

Mit FONDS MODERN und Deutschlands
Top-Anbieter in der betrieblichen
Altersversorgung.



ZUM VIDEO



Statements

von Jasmina Jansen
und Andreas Fischer-Appelt

Hamburg investiert, verschuldet sich aber zugleich indirekt über wachsende Verpflichtungen. Wo müsste der Senat im Interesse der nächsten Unternehmergeneration gegensteuern?

Jasmina Jansen: Hamburg darf Investitionen nicht mit immer neuen dauerhaften Verpflichtungen wechseln. Natürlich braucht unsere Stadt Investitionen in Infrastruktur, Digitalisierung, Bildung und einen funktionierenden Standort. Aber wenn immer mehr Lasten über Sondervermögen, öffentliche Unternehmen oder langfristige Zusagen aufgebaut werden, dann ist das am Ende nichts anderes als eine Verschiebung der Rechnung in die Zukunft. Und genau diese Rechnung zahlt die nächste Unternehmergeneration.

Der Senat muss deshalb viel konsequenter zwischen echten Zukunftsinvestitionen und konsumtiven Ausgaben unterscheiden. Eine sanierte Brücke, schnellere Genehmigungen, digitale Verwaltung oder bessere Schulen schaffen wirtschaftliche Substanz. Ein immer größerer Verwaltungsapparat, immer neue Förderlogiken und immer mehr Regulierung schaffen dagegen vor allem neue Kosten. Hamburg braucht wieder mehr Mut zur Priorisierung. Nicht alles, was politisch wünschenswert ist, ist auch finanzierbar.

Aus Sicht junger Unternehmerinnen und Unternehmer ist vor allem entscheidend, dass der Staat die Rahmenbedingungen verbessert, statt selbst immer mehr Ressourcen zu binden. Unternehmen brauchen verlässliche Infrastruktur, schnelle Verfahren, weniger Bürokratie und Planungssicherheit. Wenn Hamburg hier nicht gegensteuert, verliert der Standort an Wettbewerbsfähigkeit. Dann werden Investitionen verschoben, Gründungen erschwert und Arbeitsplätze entstehen im

Zweifel woanders. Generationengerechtigkeit bedeutet für mich: heute so zu investieren, dass morgen wirtschaftliche Stärke entsteht, nicht Schulden, Verpflichtungen und Bürokratie.

Andreas Fischer-Appelt: Auch wenn der Haushalt in Hamburg noch vergleichsweise solide ist, so werden doch viele Belastungen in Schattenhaushalte, sogenannte Sondervermögen und öffentliche Unternehmen abgeschoben. Die Stadt beschäftigt viel zu viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem riesigen Apparat. In vielen Bereichen wird der Wirtschaft und ihren Angestellten auch das Wasser abgegraben oder Konkurrenz gemacht. Was folgt, sind sehr hohe Pensionslasten der Beamten und Angestellten, die die nächste Generation belasten. Die Stadt sollte mehr Investitionen so tätigen, dass sie eine Rendite ermöglichen. Eine gute Infrastruktur, Straßen und Brücken, Bahngleise und Züge ermöglichen privaten Unternehmen das Wirtschaften und ziehen Arbeitsplätze nach sich. Der Staat sollte viel weniger selbst konsumieren.

Wo versagt das Bildungs- und Ausbildungssystem und was muss politisch jetzt sofort passieren?

Jasmina Jansen: Das Bildungs- und Ausbildungssystem versagt dort, wo junge Menschen die Schule verlassen, ohne wirklich ausbildungsfähig oder berufsfähig zu sein. Viele Unternehmen erleben inzwischen, dass grundlegende Kompetenzen fehlen: Lesen, Schreiben, Rechnen, Verbindlichkeit, Konzentration und ein Verständnis dafür, was Arbeitsleben bedeutet. Das ist kein individuelles Problem einzelner Jugendlicher, sondern ein

strukturelles Problem unseres Systems. Für einen Wirtschaftsstandort wie Hamburg ist das hochgefährlich.

Politisch muss jetzt sofort der Fokus zurück auf die Grundlagen gerichtet werden. Bevor wir über immer neue pädagogische Konzepte sprechen, müssen Kinder sicher Deutsch können, rechnen können und lernen, Verantwortung zu übernehmen. Gerade in einer Stadt mit sehr unterschiedlichen sozialen und sprachlichen Voraussetzungen braucht es mehr Verbindlichkeit, mehr frühe Förderung und Schulen, die nicht allein gelassen werden. Wer Leistungsgerechtigkeit ernst meint, darf Leistungsanforderungen nicht absenken, sondern muss Kinder befähigen, sie zu erreichen. Zudem muss die berufliche Bildung endlich den Stellenwert bekommen, den sie verdient. Wir reden ständig über Fachkräftemangel, behandeln Ausbildung aber gesellschaftlich oft noch immer wie den zweiten Bildungsweg. Das ist falsch. Hamburg braucht eine viel stärkere Verzahnung von Schule und Wirtschaft, bessere Berufsorientierung und mehr Wertschätzung für praktische Berufe. Unternehmen sind bereit auszubilden. Aber sie brauchen junge Menschen, die vorbereitet sind, und ein System, das Leistung, Disziplin und berufliche Perspektiven wieder klarer vermittelt.

Andreas Fischer-Appelt: Das Hamburger Bildungssystem steht aktuell vor einer paradoxen Situation: Während es in bundesweiten Vergleichen oft Spitzenplätze belegt, mehren sich Berichte über strukturelle Defizite, die das „Auffangnetz“ für junge Menschen reißen lassen. Und wir sind hier am „Herz“ der jungen

Generation. Chancen durch Bildung sind eine der wichtigsten gesellschaftlichen Aufgaben, nicht nur eine des Staates.

Hamburg bildet falsch aus. Derzeit kommen zu viele junge Berufsschullehrer aus den Bildungseinrichtungen und zu wenige Lehrer für andere Schulformen.

Auch die Migration ist eine große Herausforderung für das Schulsystem. Über 50 Prozent der Kinder bis Klasse 10 haben einen Migrationshintergrund, über ein Drittel spricht zu Hause kein Deutsch. Hier kann nur eine Schule mit ausreichenden Ressourcen die nötigen Bildungskompetenzen erreichen. Schließlich müssen die Universitäten ausreichend finanziert werden. Die Unternehmen freuen sich auf die junge Generation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wie sinnvoll ist es, zusätzliche Abgaben auf Kapital- und Mieteinkünfte zu diskutieren, wenn genau diese Erträge für viele Unternehmer die Grundlage ihrer Altersvorsorge sind?

Jasmina Jansen: Diese Diskussion geht völlig an der Lebensrealität vieler Unternehmerinnen und Unternehmer vorbei. Wer ein Unternehmen aufbaut, trägt über Jahre Risiko, verzichtet häufig auf Sicherheit und zahlt nicht selten zuerst die Gehälter anderer, bevor er an sich selbst denkt. Viele Unternehmer haben gerade deshalb keine klassische Altersvorsorge wie Angestellte, sondern bauen Vermögen über Beteiligungen, Immobilien oder andere langfristige Investitionen

Statements

von Jasmina Jansen
und Andreas Fischer-Appelt

auf. Diese Erträge dann immer stärker mit zusätzlichen Abgaben zu belasten, ist das falsche Signal. Kapital und Mieteinkünfte werden in der öffentlichen Debatte oft so dargestellt, als seien sie automatisch leistungslos. Das ist ein gefährliches Missverständnis. In vielen Fällen stehen dahinter jahrzehntelange Arbeit, Verzicht, unternehmerisches Risiko und Verantwortung. Wer solche Erträge zusätzlich belastet, trifft nicht nur große Vermögen, sondern auch Familienunternehmer, Selbstständige und Menschen, die eigenverantwortlich für ihr Alter vorsorgen.

Natürlich müssen unsere Sozialversicherungssysteme langfristig stabilisiert werden. Aber die Lösung kann nicht darin bestehen, immer neue Einnahmequellen zu erschließen, ohne die Ausgabenseite ehrlich anzuschauen. Zusätzliche Abgaben auf Kapital und Mieteinkünfte würden Eigentum, Investitionen und private Vorsorge weiter schwächen. Am Ende wird damit genau das bestraft, was wir eigentlich brauchen: Menschen, die Verantwortung übernehmen, investieren, Arbeitsplätze schaffen und nicht darauf warten, dass der Staat alles regelt. Für die nächste Unternehmervergeneration wäre das ein fatales Signal.

Andreas Fischer-Appelt: Wir haben ein Problem: Steigende Kosten der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung treffen auf weniger Beitragszahler, genau wie bei der Rentenversicherung. Die Kosten haben sich zudem durch die Corona-Pandemie außerordentlich erhöht, weil die Geldschleusen in Richtung Gesundheitssystem zu dieser Zeit kräftig geöffnet worden sind. Anstelle von erforderlichen Kostensenkungen, etwa dem Abbau von Krankenhausbetten, Personalkosten und Arzneimitteln, wird nun versucht, mehr Geld ins System zu bekommen. Wer viel verdient, muss jetzt schon über eine deutlich höhere Beitragsbemessungsgrenze deutlich mehr bezahlen. Auch auf Mieten und andere Einnahmen sollen Abgaben gezahlt werden. Eigentümer von Miethäusern sollen auf die Mieten Krankenversicherungsbeiträge zahlen, ohne zusätzliche Leistungen zu bekommen; sie sind ja bereits versichert. Das ist völlig absurd, weil dadurch das Prinzip der Versicherung ausgehebelt würde. Das System wird dann zur Umverteilungsmaschine. Schwierig wird bei der Reform vor allem der Kampf gegen die Lobbys in der Gesundheitsbranche.

KULINARISCHE HIGHLIGHTS

IM HAMBURG MARRIOTT HOTEL

SOMMER MITTEN IN HAMBURG GENIESSEN

Täglich ab 10 Uhr

Unsere Hotelterrasse lädt dazu ein, den Alltag für einen Moment hinter sich zu lassen. Ob auf einen Kaffee zwischendurch oder für eine entspannte Auszeit: Entdecken Sie unsere spezielle Terrassenkarte und unsere neue Auswahl an feinen Marriott Cheesecake-Kreationen. Ein Ort für kleine Genussmomente unter freiem Himmel.

QUICKLUNCH

Mo - Fr von 12:00 bis 14:00 Uhr (außer an Feiertagen)
18,90€ inkl. Wasser und Kaffee

Genießen Sie Ihre Mittagspause im Cast Iron Grill Restaurant oder auf unserer ruhig gelegenen Hotelterrasse mit wöchentlich wechselnden Gerichten inklusive saisonaler Auswahl (Fisch, Fleisch, vegetarisch und aktuell auch Spargel).

WOCHENSPECIAL

Täglich ab 18 Uhr
32,00€ pro Person

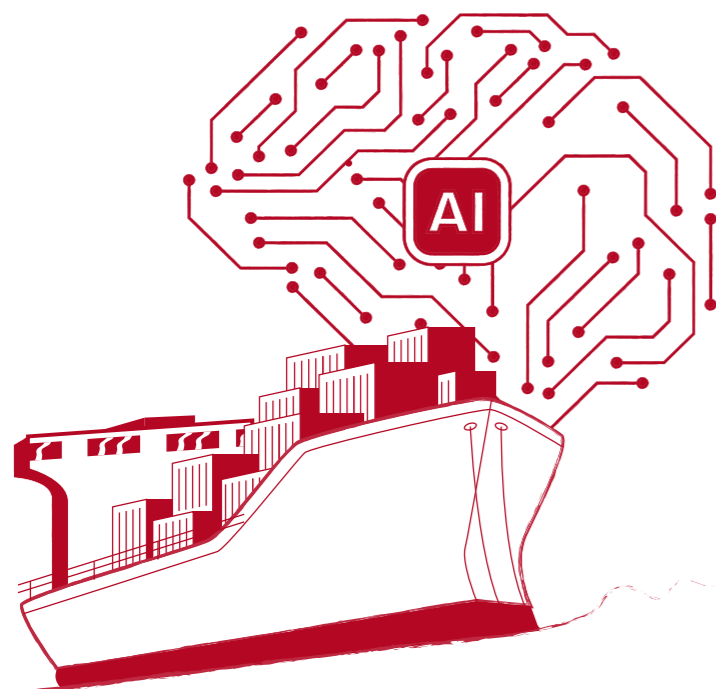
Genießen Sie unser Wochenspecial mit Vorspeise und Hauptgericht – alle zwei Wochen neu und immer frisch zusammengestellt. Ob im Restaurant, in der Bar oder auf unserer Terrasse: einfach vorbeikommen und genießen.

Weitere Infos und die detaillierten Menüs finden Sie auf castirongrill.de und pianobar-hamburg.com. Melden Sie sich jetzt für unseren Newsletter an, um keine Angebote oder Menüs zu verpassen. Einfach rechts den QR-Code scannen und registrieren.



HAMBURG MARRIOTT HOTEL | ABC-STRASSE 52 | 20354 HAMBURG
+49 (0) 40 3505 1735 | CAST.IRON@MARRIOTT.COM





Mit KI in die Zukunft

Die Transformation einer Schiffahrts- und Speditionsgesellschaft

Von Björn Castan

Die Hamburger Schiffahrts- und Speditionsgesellschaft ODS Orient wurde 1974 von Wolfgang Molzahn und Helmut Schawe gegründet. Heute führt sie der Sohn Sven Olaf Molzahn gemeinsam mit Corinna Müller und Luciano Tedesco. Der HAMBURGER UNTERNEHMER hat sich mit dem Enkel des Gründers Steve Robin Molzahn getroffen, der sich auf die Übernahme von Gesellschafterverantwortung vorbereitet.

Was ist das Geschäftsmodell von ODS Orient?

ODS Orient ist eine internationale Schiffahrts- und Speditionsgesellschaft mit Fokus auf RoRo-, Container- und Projektlogistik. Wir organisieren weltweit Transporte von Fahrzeugen, Trucks, Baumaschinen, High-&-Heavy-Einheiten, Containern sowie komplexer Projektladung. Unser Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf der Koordination komplexer logistischer Abläufe zwischen Häfen, Carriern, Terminals, Zollbehörden, Inlandtransporten und Kunden weltweit.

Wie bereiten Ihr Vater und Sie den Generationenübergang vor?

Mein Vater ist 1990 ins Unternehmen eingestiegen und hat ODS Orient international ausgebaut. Logistik gehört dadurch seit meiner Jugend zu meinem Alltag. Es war mir immer wichtig, mir meinen Platz im Unternehmen selbst zu erarbeiten. Mein Vater hat mir früh Verantwortung übertragen und gleichzeitig den Freiraum gegeben, eigene Ideen einzubringen — insbesondere in den Bereichen Vertrieb, Digitalisierung und internationale Geschäftsentwicklung. Nach meinem Studium an der Kühne Logistics University, erster operativer Vertriebserfahrung und meinem Masterstudium in Groningen konzentriere ich mich heute vor allem auf Digitalisierung, Vertrieb und internationale Geschäftsentwicklung. Wir investieren stark in moderne CRM- und Plattformstrukturen sowie in die intelligente Nutzung operativer Daten. Dabei geht es uns nicht einfach um „mehr Software“, sondern darum, jahrzehntelang aufgebautes Erfahrungswissen digital nutzbar zu machen. In der internationalen Logistik existiert unglaublich viel implizites Know-how — Wissen, das oft nur in den Köpfen erfahrener Mitarbeiter vorhanden ist. Dieses Wissen strukturiert

verfügbar zu machen, ist eine der wichtigsten Aufgaben der kommenden Jahre. Gerade in der internationalen Logistik sind Erfahrung, Marktkenntnis und Vertrauen entscheidend. Deshalb sehe ich den Generationenübergang nicht als Leistung einer einzelnen Person, sondern als gemeinsame Weiterentwicklung unseres gesamten Teams. Mein Vater möchte das Unternehmen langfristig in gute Hände übergeben und gleichzeitig weiterhin aktiv begleiten. Perspektivisch wachse ich so Schritt für Schritt in die Unternehmerrolle hinein.

Wie arbeiten die beiden Generationen heute zusammen?

Ich sehe genau darin eine große Stärke unseres Unternehmens: Die ältere Generation bringt jahrzehntelange Marktkenntnis, persönliche Beziehungen und ein gutes Gespür für Risiken und Chancen mit. Meine Generation ergänzt das durch neue Technologien, datenbasierte Entscheidungen und moderne Denkweisen. Wir beschäftigen uns intensiv mit Themen wie Prozessautomatisierung, KPI-Steuerung, Datenqualität, Wissensmanagement und KI-gestützten Entscheidungen. Entscheidend ist für mich die Frage, wie

„Unsere Branche wird künftig deutlich datengetriebener arbeiten müssen.“

operative Abläufe transparenter, messbarer und skalierbarer werden können. Gerade in der Logistik reicht weder reine Erfahrung noch reine Digitalisierung allein aus. Erfolgreich wird man nur dann, wenn beides intelligent zusammengeführt wird.

Was machen Sie anders als Ihr Vater?

Mein Vater hat das Unternehmen mit großer Verlässlichkeit, starken Beziehungen und persönlichem Einsatz aufgebaut. Diese Werte möchte ich weiterführen. Der Unterschied liegt vor allem in meiner Denkweise: Ich arbeite etwas digitaler, datenorientierter und international vernetzter. Ich hinterfrage Prozesse stärker und beschäftige mich intensiv damit, wie Technologie operative Abläufe verbessern kann. Unsere Branche wird künftig deutlich datengetriebener arbeiten müssen.

Welche Tugenden der vorherigen Generation möchten Sie bewahren?

Verlässlichkeit, Loyalität und langfristiges Denken. Mein Vater lebt vor, dass Vertrauen und persönliche Beziehungen wichtiger sind als kurzfristige Gewinne. Außerdem habe ich gelernt,

Anzeige

Mein Leben.
Besser versichert.

Der neue
GENERATION
business plus

canada *life*™

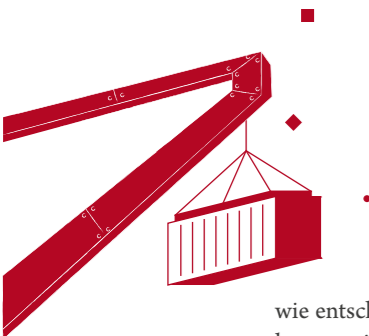
Was dahintersteckt, erfahren Sie hier:
www.canadalife.de/firmenkunden/betriebliche-altersversorgung

Gestalten Sie die betriebliche Altersversorgung individuell.

Ein flexibel wählbares Garantieniveau und die freie Fondsauswahl als Ergänzung zur Garantiekomponente sorgen dafür, dass Renditechancen und Sicherheit optimal verbunden werden. So bekommt jeder Kunde die Vorsorge, die wirklich zu ihm passt.

Canada Life Assurance Europe plc, Niederlassung für Deutschland, Hohenzollernring 72, 50672 Köln, AG Köln, www.canadalife.de
Telefon: 06102-306-1900, Telefax: 06102-306-1901, Maklerservice@canadalife.de, www.canadalife.de

Canada Life Assurance Europe plc unterliegt der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der Central Bank of Ireland.



„Erfolgreich wird man nur dann, wenn Erfahrung und Digitalisierung intelligent zusammengeführt werden.“

wie entscheidend Teamkultur ist. Mein Großvater hat uns eine Weisheit mitgegeben, die unsere Unternehmenskultur bis heute prägt:

„Das Leben ist wie eine Straße, auf der man Menschen immer wieder begegnet. Deshalb sollte man jedem Menschen mit so viel Respekt begegnen, dass man ihm auch Jahre später noch ehrlich in die Augen schauen kann – ohne jemals die Straßenseite wechseln zu müssen.“

INFOBOX:

ODS Orient ist ein in Hamburg ansässiges Speditions- und Schiffsverkehrsunternehmen. Der Schwerpunkt liegt auf RoRo- und Projektladungen – von Nutzfahrzeugen über Baumaschinen bis hin zu High & Heavy. Auf den Kernrouten nach Westafrika, in den Mittelmeerraum, nach Nordafrika und Südamerika ist ODS Orient mit einem eingespielten Netzwerk aus Carriern, Terminals und Agenten aktiv.

Mitarbeiter:
46

www.ods-orient.de

Dieser Gedanke beschreibt unsere Unternehmenskultur wahrscheinlich besser als jede Strategiepräsentation.

Welche Einsatzgebiete für KI haben Sie für Ihr Unternehmen identifiziert?

Sehr viele. In der Logistik entstehen täglich enorme Datenmengen aus E-Mails, Hafeninformatoren, Dokumenten oder Kundenkommunikation. KI kann uns dabei helfen, diese Informationen schneller auszuwerten, Prozesse effizienter zu gestalten und operative Entscheidungen besser vorzubereiten. Besonders spannend sind für uns intelligente Angebots- und Preisprozesse, automatisiertes Dokumentenmanagement, Risikoerkennung sowie Routing- und Kapazitätsentscheidungen. Gleichzeitig sehen wir großes Potenzial im Wissensmanagement und in der automatisierten Kundenkommunikation. Unternehmen, die ihre Datenstrukturen frühzeitig darauf vorbereiten, werden langfristig erhebliche Wettbewerbsvorteile haben.

In welchen Bereichen sehen Sie Wachstumspotenzial für ODS Orient?

Wir sehen weiterhin großes Potenzial in den Märkten Nahost, Afrika und Südamerika. Besonders Projektlogistik, Spezialtransporte und internationale Fahrzeuglogistik werden dort weiterhin wachsen. Weiteres Potenzial erkennen wir auch in digitalen Plattformlösungen und Self-Service-Strukturen, die Kunden mehr Transparenz und schnellere Prozesse ermöglichen. Unternehmen werden zukünftig zunehmend datengetrieben arbeiten müssen. Genau darin liegen unserer Einschätzung nach die größten Chancen unserer Branche.

Welche Auswirkungen hat der Irankrieg auf Ihr Geschäft?

Die geopolitische Lage verändert viele globale Lieferketten. Steigende Versicherungs- und Energiekosten sowie Unsicherheiten im Roten Meer zwingen dazu, Routen kurzfristig anzupassen und Risiken ständig neu zu bewerten. Gleichzeitig entstehen langfristig auch Chancen, etwa durch Infrastruktur- und Wiederaufbauprojekte mit zusätzlicher Nachfrage nach Fahrzeugen, Maschinen und Projektlogistik.

Fühlen Sie sich ausreichend politisch unterstützt?

Ich glaube, dass sich viele mittelständische Unternehmen Rahmenbedingungen mit mehr Tempo und Praxisnähe wünschen. Deutschland verfügt über enormes wirtschaftliches Potenzial, wird jedoch häufig durch Bürokratie, langsame Prozesse und hohe regulatorische Komplexität ausgebremst. Gerade in Zeiten technologischer Umbrüche brauchen Unternehmen mehr Geschwindigkeit, mehr Digitalisierung und stärkere Investitionsanreize.

Ist Fachkräftemangel für Sie ein Thema?

Ja, definitiv. Gute Mitarbeiter zu finden und langfristig zu binden, gehört zu den größten Herausforderungen unserer Branche. Deshalb beschäftigen wir uns intensiv mit modernen Arbeitsmodellen, Digitalisierung und Arbeitgeberattraktivität.

Haben Sie eine Empfehlung für ein gutes Buch?

„Die 1%-Methode“ von James Clear hat mich geprägt, weil es zeigt, wie kleine kontinuierliche Verbesserungen langfristig große Wirkung entfalten können. Außerdem wurde mir „Wir, aber besser“ von Gregor Schmalzried empfohlen, das sich mit den gesellschaftlichen Chancen von KI beschäftigt.

Wie sehen Sie die Zukunft von ODS Orient? Gibt es eine nächste Generation?

ODS Orient wird in den kommenden Jahren deutlich digitaler, internationaler und skalierbarer werden. Dabei möchten wir die Werte bewahren, die unser Unternehmen seit Jahrzehnten auszeichnen: Verlässlichkeit, langfristiges Denken und persönliche Beziehungen. Mein Ziel ist es, Tradition und Innovation sinnvoll miteinander zu verbinden. Und natürlich würde ich mich freuen, wenn unser Familienunternehmen irgendwann auch in vierter Generation weitergeführt wird.

Vielen Dank für das Interview.

RANGE ROVER
SPORT

OHNE LEASING-SONDERZAHLUNG
5 JAHRE GARANTIE

MTL.
€ 779,-¹



Gewerbe-Leasing: 48 Monate, 10.000 km p.a. | Listenpreis € 99.746,- (€ 118.698,- brutto)
Range Rover Sport S Plug-in Electric Hybrid (Automatik, Allradantrieb).

Sonderausstattung: u. a. Panorama-Glasschiebedach inkl. el. Sonnenblende, Black Pack-Paket, 22" Leichtmetallfelgen mit 5 Doppelspeichen Style 5127 Satin Dark Grey, Anhängerkupplungs-Paket, Technologie-Paket, Winter-Paket, Leder Ebony, dunkel getönte Scheiben ab B-Säule, Metallic-Lackierung

Verbrauchs- und Emissionsangaben jeweils kombiniert (WLTP): Kraftstoff (gewichtet) 2,9 l/100 km; Strom (gewichtet) 21,6 kWh/100 km; CO₂-Emissionen (gewichtet) 66 g/km; CO₂-Klasse B; el. Reichweite bis zu 117 km². Bei entladener Batterie: Kraftstoff 9,7 l/100 km; CO₂-Klasse G.

¹Monatliche Gewerbe-Leasingrate für einen Range Rover Sport P460e S AWD Plug-In-Hybrid 3.0 Liter 6-Zylinder Twinturbo-Benziner mit 334 kW (460 PS), Automatik: 779,- € mtl. Leasingrate, 99.746,21 € Gesamtfahrzeuglistenpreis, 0,- € Leasingsonderzahlung, 48 Monate Laufzeit, 40.000 km Gesamtleistung, 38.352,- € voraussichtlicher Gesamtbetrag (Summe aus Leasing-Sonderzahlung und mtl. Leasingraten, zzgl. bei Vertragsablauf ggf. Logistikpauschale sowie Mehr- (14,26 ct/km) oder Minderkilometer (-4,57 ct/km) und Ausgleichsbeträge für etwaigen übermäßigen Fahrzeugverschleiß). Die Überführungskosten i.H.v. 1.400,- € sind separat an die Hugo Pfohe GmbH zu entrichten. Ein freibleibendes Leasingangebot der Arval Deutschland GmbH, Bajuwarenring 5, 82041 Oberhaching, Kalkulation mit Km-Abrechnung. Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. 19 % MwSt. Die Kalkulation stellt zugleich ein repräsentatives Beispiel im Sinne des § 6a PAngV dar. Verbrauchern steht ein Widerrufsrecht nach § 495 BGB zu. Beispielhafte Abbildung eines Fahrzeugs der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeugs sind nicht Bestandteil des Angebotes. Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler. Weitere Details und Angebotsinformationen erfahren Sie bei uns. Druckfehler, Zwischenverkauf, Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

²Reichweite abhängig von unterschiedlichen Faktoren, insbesondere: persönlicher Fahrstil, Streckenbeschaffenheit, Außentemperatur, Heizung/Klimatisierung, Vortemperatur.

Traute-Lafrenz-Straße 167, 22297 Hamburg

Telefon (040) 500 60 500

Hauptsitz: Hugo Pfohe GmbH, Alsterkrugchaussee 355, 22335 Hamburg.

HUGO PFOHE
VAN MOSSEL AUTOMOTIVE GROUP

hugopfohe.de/land-rover/range-rover-sport



Jan
Brinkmann
(040) 500 60 - 549

jan.brinkmann@hugopfohe.de



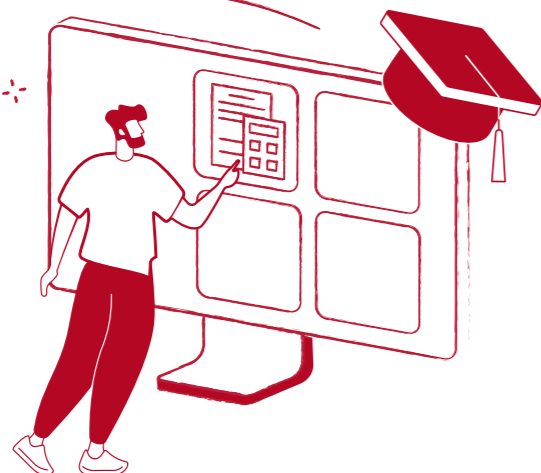
Danilo
Gansel
(040) 500 60 - 511

danilo.gansel@hugopfohe.de



Marko
Hanack
(040) 500 60 - 544

marko.hanack@hugopfohe.de



Die neue Sehnsucht nach Substanz

Wie KMU die junge Generation erreichen

Von Janis Wemhöner

Wir alle kennen sie, die Geschichten von der Generation Z, die schon im Vorstellungsgespräch nach der Work-Life-Balance fragt und scheinbar wenig Fokus auf einen eigenen Beitrag zur Effizienzsteigerung legt. Doch all den Unkenrufen zum Trotz gibt es sie in jeder Generation immer noch: Die echten Leistungsträger. Oder welche, die es werden wollen. Genau diese künftigen High Performer wollen alle Unternehmen im Recruiting am liebsten erreichen. Deshalb lohnt es sich, die eigene Attraktivität ins bestmögliche Licht zu rücken.

Die im Juli 2025 veröffentlichte Studie „Ausbildungsperspektiven“ der Bertelsmann Stiftung offenbart für Ausbildungsbetriebe eine grundlegend optimistische Perspektive: Demnach ist die Berufsausbildung heute die beliebteste nachschulische Bildungsoption. Die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen blieb zuletzt jedoch auf einem Rekordniveau von über 73.000 Plätzen, was ein starkes strukturelles Passungsproblem verdeutlicht. Offensichtlich mangelt es nicht an grundsätzlichem Interesse, sondern oft an der Sichtbarkeit der Betriebe sowie einer ansprechenden Kommunikation.

Um die besten Talente aktiv anzusprechen, müssen Unternehmen ihre Identität als Arbeitgeber schärfen und sie zielgerichtet nach außen kommunizieren. Dafür muss ehrlich herausgearbeitet werden, welche Werte tatsächlich im Alltag gelebt werden und wie sich dabei Betriebe zum Beispiel von großen Konzernen unterscheiden: Es sind nicht selten flache Hierarchien oder eine besonders persönliche Atmosphäre.

Für junge Menschen kann eben dies den Ausschlag geben. Gerade KMU haben häufig genau diese spezifischen Stärken, die man hervorragend kommunizieren kann. Sie reichen von der frühen Übernahme von Verantwortung bis hin zur Möglichkeit, ein Unternehmen aufgrund der kleineren Größe in allen Bereichen sehr gut kennenzulernen.

Das Bewerberverhalten ist heute maßgeblich durch den Wunsch nach Transparenz und Authentizität geprägt. Eine kombinierte Jugend- und Unternehmensbefragung der Bertelsmann Stiftung und des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) aus dem Jahr 2025 verdeutlicht jedoch starke Informationsdefizite. Ein brennendes Thema war: 95 Prozent der Jugendlichen wünschen sich Vorabinformationen zur Ausbildungsvergütung, während fast 40 Prozent der befragten Betriebe diese erst im Vorstellungsgespräch nennen. Hier anzusetzen, ist aus mehreren Gründen klug: Ein ansprechender Auswahlprozess beginnt mit einem transparenten Umgang mit Fakten zum Gehalt und zum Ablauf des Verfahrens. Zugleich beugt man damit auch dem Umstand vor, dass viele Online-Portale

für bestimmte Stellen Gehaltsprognosen angeben, die oft nur wenig bis gar nichts mit der realen Entlohnung zu tun haben. So werden zu hohe Erwartungen ebenso vermieden wie ein falscher Eindruck im negativen Sinne. Unkomplizierte und offene Bewerbungsverfahren steigern die Attraktivität von Unternehmen nachweislich erheblich.

Um die eigenen Stärken erfolgreich nach außen zu kommunizieren, müssen Betriebe dort präsent sein, wo sich ihre Zielgruppe informiert. Das ist zum einen sicherlich online, zum anderen aber auch analog. Praktika gelten in vielen Erhebungen über alle Bildungsgruppen hinweg als wichtigste Informationsquelle für die Berufswahl. Deshalb lohnt es sich, in den allgemeinbildenden Schulen vor Ort, etwa im Rahmen von Berufsorientierungstagen, aktiv für das eigene Unternehmen als Praktikumsgeber zu werben. In der digitalen Welt muss nicht jedes Unternehmen auf sämtlichen sozialen Plattformen aktiv sein. Viel wirkungsvoller ist eine konzentrierte, aber dafür authentische Darstellung des Arbeitsalltags durch die eigenen Auszubildenden. Warum das wichtig ist: Das wesentlichste Attraktivitätsmerkmal ist laut der gemeinsamen Betriebsbefragung von IW und Ber-

telsmann Stiftung mit fast 97 Prozent ein gutes Betriebsklima sowie ein starkes Miteinander im Team. Das lässt sich am besten mit echten Azubis in einem echten Arbeitsumfeld darstellen.

Nicht zuletzt lässt sich so auch ein weiteres wichtiges Ziel erreichen: den Sinn der eigenen Tätigkeit zu vermitteln. Wer als Arbeitgeber erklären kann, welchen Beitrag der Einzelne zum Gesamterfolg leistet, hat im Wettbewerb einen klaren Vorteil. Nehmen wir den Groß- und Außenhandel als Beispiel. Ohne ihn würde überlebenswichtige Versorgung zusammenbrechen. Im Alltag, aber gerade auch im Krisenfall, ist der Handel die wichtigste Stütze für die Aufrechterhaltung der Ordnung. Warum reden so wenige Großhändler hörbar über diese enorme Bedeutung ihres Tuns? Wer die Sinnhaftigkeit des eigenen Unternehmens unterstreicht, echte Perspektiven sowie Sicherheit bietet und die eigenen Vorzüge selbstbewusst kommuniziert, wird die Herausforderungen des Fachkräftemangels nicht nur bewältigen, sondern langfristig gestärkt aus ihnen hervorgehen.

www.aga.de

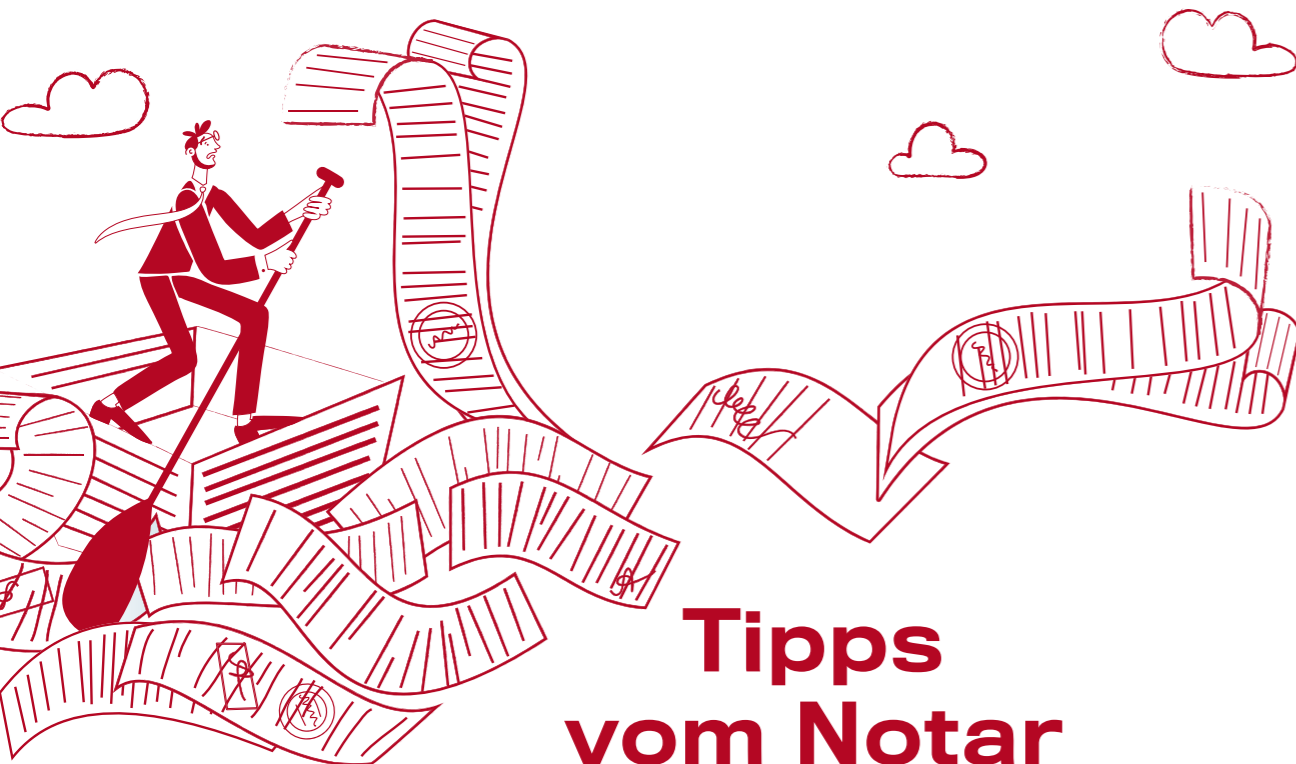
Anzeige

KALAND
IMMOBILIEN MANAGEMENT

Verwaltung.
Entwicklung.
Bewirtschaftung.

Für Gewerbe- und Unternehmensimmobilien.

- ✓ Kaufmännische & technische Bewirtschaftung
- ✓ Facility Management
- ✓ Vermietungsmanagement
- ✓ Bausteuerung
- ✓ Energetische Sanierungsfahrpläne



Tipps vom Notar

Wie Familienunternehmen rechtssicher das unternehmerische Erbe übergeben

Dr. Gerrit Bulgrin

Die Übergabe eines Familienunternehmens an die nächste Generation zählt zu den anspruchsvollsten unternehmerischen Aufgaben. Sie verbindet wirtschaftliche, rechtliche und psychologische Fragen, die sich nicht isoliert lösen lassen. Wer sein Lebenswerk geordnet weitergeben möchte, sollte sich idealerweise fünf bis zehn Jahre vor dem geplanten Übergang mit Strukturen, Erwartungen und Risiken befassen.

Familie und Unternehmen: zwei Welten unter einem Dach

Das Besondere an Familienunternehmen ist die enge personelle Verflechtung von Eigentum und Leitung. Auf der Unternehmensebene zählt ökonomische Rationalität, in der Familie prägen Loyalität, Zugehörigkeit und Emotionalität das Geschehen. Beide Sphären in Einklang zu bringen, fällt heute schwerer als früher: Der traditionelle Familienpatriarch, der Konflikte autoritativ entschied, ist die Ausnahme geworden. An seine Stelle treten ausgehandelte Lösungen – mit Chancen ebenso wie mit Konfliktpotenzialen.

Drei Grundmodelle der Nachfolge

Die Praxis kennt drei Grundmodelle: Das Thronfolger-Modell überträgt das Unternehmen geschlossen auf eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger. Strukturen und Hierarchien bleiben klar; weichende Geschwister werden über Gleichstellungsgelder, Zuwendungen aus dem Privatvermögen oder Pflichtteilsverzichtsverträge wirtschaftlich beteiligt. Bewährt hat sich auch die sukzessive Nachfolge, bei der Leitungsaufgaben und Anteile schrittweise übertragen werden. Das Team-Modell verteilt Leitung und Anteile auf mehrere Familienmitglieder. Das fördert Gleichbehandlung und kann unternehmerischen Mehrwert generieren, setzt aber Kooperationsbereitschaft voraus. Für Pattsituationen empfiehlt sich die Aufnahme

„Die Übergabe gelingt, wenn rechtliche Gestaltungen den tatsächlichen Lebensentwürfen folgen.“

von Deadlock-Klauseln in den Gesellschaftsvertrag; eine Familienverfassung kann zusätzlich gemeinsame Werte und Spielregeln festschreiben. Kombinations-Modelle trennen schließlich Beteiligungs- und Leitungsebene: Die Anteile gehen auf mehrere Erben über, während eine Person – familienintern oder als Fremdgeschäftsführerin – die operative Führung übernimmt, häufig flankiert durch einen Beirat.

Lebzeitige Übertragung und Vorsorge für den Todesfall

Rechtlich stehen entgeltliche, unentgeltliche und gemischte Gestaltungen offen – vom Kaufvertrag über die Schenkung unter Nießbrauchsvorbehalt bis zur Übertragung gegen Versorgungsleistungen. Jede Variante hat steuerliche Folgen: Asset oder Share Deal lösen Ertrags- und gegebenenfalls Gewerbesteuerpflichten aus, unentgeltliche Übertragungen die Schenkungsteuer. Die §§ 13a, 13b ErbStG bieten bei Schenkungen erhebliche Verschonungen für begünstigtes Betriebsvermögen, gekoppelt an Lohnsummen- und Behaltensfristen. Bei Erwerben über 26 Millionen Euro tritt die Verschonungsbedarfsprüfung nach § 28a ErbStG hinzu; in geeigneten Fällen kann eine Familienstiftung als Übernehmerin die Steuerbelastung verstetigen. Stets sollte zudem für den plötzlichen Todesfall vorgesorgt werden – durch abgestimmte Testamente, Erbverträge und Gesellschaftsverträge: Mors certa, hora incerta.

Die Schlüsselrolle des Notars

Im gesamten Übergabeprozess nimmt der Notar als unabhängiger Träger eines öffentlichen Amtes eine zentrale Stellung ein. Beurkundungspflichtig sind die Übertragung von GmbH-Anteilen (§ 15 Abs. 3, 4 GmbHG), Schenkungsversprechen (§ 518 BGB), Erbverträge (§ 2276 BGB) und Pflichtteilsverzicht (§§ 2348, 2346 BGB), Eheverträge (§ 1410 BGB) sowie Verfügungen über Grundbesitz (§ 311b BGB). Letzteres ist für viele Familienunternehmen von erheblicher Bedeutung, da Betriebsimmobilien – Verwaltungsgebäude, Produktionsstandorte, vermietete Bestandsobjekte – oft den werthaltigsten Teil des Familienvermögens bilden und steuerlich wie strukturell besondere Aufmerksamkeit verlangen.

**„Mors certa, hora incerta –
der Tod ist gewiss, die Stunde ungewiss.“**

Die notarielle Aufgabe geht jedoch weit über das formale Beurkunden hinaus. Notare prüfen bestehende Gesellschaftsverträge auf Konsistenz mit der angedachten Nachfolge, gleichen erbrechtliche Verfügungen mit Vinkulierungs- und qualifizierten Nachfolgeklauseln ab und gestalten Rückforderungs- und Widerrufsrechte rechtssicher. Sie weisen auf Fallstricke hin – etwa die Zehnjahresfrist im Rahmen der Erbschaftsteuer (§ 14 ErbStG), Pflichtteilsergänzungsansprüche (§§ 2325 ff. BGB) oder die Anforderungen der erbschaftsteuerlichen Verschonung. Vor allem aber sind sie verpflichtet, alle Beteiligten – auch die wirtschaftlich Schwächeren – über Tragweite und Folgen ihrer Erklärungen aufzuklären. Diese Belehrungspflicht macht die notarielle Mitwirkung zu einem wirksamen Schutz vor übereilten Entscheidungen und späteren Streitigkeiten.

Bei komplexen Konstellationen – mehrstufige Beteiligungen, internationale Bezüge oder die Verzahnung mit Immobilienportfolios – verbindet die notarielle Praxis gesellschafts-, erb- und immobilienrechtliche Expertise zu einem stimmigen Ganzen. Die frühzeitige Einbindung des Notars, idealerweise bereits in der strategischen Planungsphase, vermeidet spätere kostspielige Korrekturen und gewährleistet für alle Beteiligten Rechtssicherheit.

Fazit

Die Übergabe eines Familienunternehmens ist kein einmaliger Akt, sondern ein Prozess. Sie gelingt, wenn unternehmerische Vernunft und familiäre Verständigung zusammenfinden, wenn rechtliche Gestaltungen den tatsächlichen Lebensentwürfen folgen und wenn frühzeitig professioneller Rat eingeholt wird. Der Notar ist dabei nicht nur Beurkundungsorgan, sondern Mitgestalter eines tragfähigen Fundaments – für das unternehmerische Erbe und für die Generation, die es weiterträgt.

Der
Autor



Dr. Gerrit Bulgrin, LL.M. (Columbia), ist Notar in Hamburg und Partner bei den Notaren am Gänsemarkt. Er studierte an der Bucerius Law School, der University of Cambridge und der Columbia University in New York und war zuvor als Rechtsanwalt bei Freshfields Bruckhaus Deringer (Corporate/M&A) tätig. Er berät Familienunternehmen insbesondere bei Nachfolgethemen sowie im Gesellschafts- und Immobilienrecht und ist Mitautor mehrerer Standardwerke zum Aktien- und GmbH-Recht.

Familienunternehmer-Tage 2026 in Stuttgart

Von Niklas König

Die Familienunternehmer-Tage 2026 in Stuttgart standen vom 7. bis zum 8. Mai unter dem Motto „Zukunft gestalten. Wirtschaftswachstum jetzt!“. Unternehmer aus dem gesamten Bundesgebiet kamen in Baden-Württemberg zusammen, um über die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands und Wege zu mehr Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit zu diskutieren.

Fotos: Anne Großmann



DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Wenn Unternehmer zusammenkommen, geht es um mehr als Austausch – es geht um Richtung.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen die Herausforderungen für den Mittelstand in einem zunehmend schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. In Vorträgen und Diskussionen ging es unter anderem um Investitionsbedingungen, Bürokratie, Energiepreise und Fachkräftemangel.

Besondere Aufmerksamkeit erhielt der Auftritt des designierten baden-württembergischen Ministerpräsidenten Cem Özdemir, der bei den Familienunternehmer-Tagen seinen ersten öffentlichen Termin in dieser neuen Rolle wahrnahm. Özdemir traf auf ein Publikum, das klare Antworten erwartete. Denn die wirtschaftliche Stimmungslage ist angespannt. Zeitgleich zur Veranstaltung veröffentlichten DIE FAMILIENUNTERNEHMER ihre aktuelle Quartaalsumfrage – die ein ernüchterndes Bild zeichnete: Fast jedes fünfte Unternehmen plant Stellenabbau, 42 Prozent der Betriebe wollen im laufenden Quartal gar nicht investieren. Besonders alarmierend: Die Verunsicherung nimmt deutlich zu. Mittlerweile nennt fast





„Fast jedes fünfte Unternehmen plant Stellenabbau.“

jeder zweite Unternehmer die Unberechenbarkeit der Finanz- und Wirtschaftspolitik als eines der größten Investitionshemmnisse.

Diese Sorgen prägten auch die Debatten in Stuttgart. Bereits zum Auftakt machte die Präsidentin von Marie-Christine Ostermann deutlich, dass Deutschland wieder eine wirtschaftspolitische Agenda brauche, die Leistung, Investitionen und unternehmerisches Risiko belohnt. Der Tenor vieler Beiträge: Bürokratieabbau, niedrigere Abgaben und mehr Planungssicherheit seien längst keine abstrakten Forderungen mehr, sondern Voraussetzungen für Wachstum und Beschäftigung.

Für wirtschaftspolitische Tiefenschärfe sorgten unter anderem der ehemalige EU-Kommissar Günther Oettinger, der frühere Verfassungsrichter Prof. Udo Di Fabio sowie der Wirtschaftshistoriker Prof. Werner Plumpe. In ihren Beiträgen spannten sie den Bogen von geopolitischen Verschiebungen über die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft bis hin zur historischen

Bedeutung unternehmerischer Freiheit für Wohlstand und gesellschaftliche Stabilität.

Auf dem Podium diskutierten DIW-Präsident Marcel Fratzscher, FAZ-Wirtschaftsjournalistin Heike Göbel und Thomas Hoppe, Bundesvorsitzender der jungen Unternehmer, intensiv die Frage, ob staatliche Schuldenprogramme tatsächlich Wachstum erzeugen können oder ob sie lediglich Symptome kaschieren.

Die Familienunternehmer-Tage 2026 machten deutlich: Die volkswirtschaftlichen Herausforderungen sind strukturell und dulden keinen politischen Aufschub mehr.

„42 Prozent der Betriebe wollen nicht investieren.“



„Zwischen Anspruch und Realität wächst die Lücke.“



Anzeige

ALWAYS AT YOUR SERVICE

Wir schaffen verlässliche Perspektiven und bieten Raum für nachhaltige Entwicklung.

FRISCHEN GEBÄUDEDIENSTLEISTER GESUCHT?



www.ray.de



Generationswechsel braucht Change

Digitale Souveränität und IT-Resilienz sichern Vermögenswerte

Michael Poß

Bei der Übergabe an die nächste Generation klären viele Familienunternehmer Fragen rund um Eigentum, Verantwortung und Kultur. Doch ein stabiles und anpassungsfähiges Geschäftsmodell braucht eine strategisch durchdachte IT-Strategie. Wer es verpasst, Prozesse, Daten, Verantwortlichkeiten und digitale Souveränität mitzudenken, übergibt an seine Nachfolger vor allem Risiken statt unternehmerischer Substanz. Mit q.beyond starten Unternehmer zukunftsicher in den Generationswechsel.

Laut Studie des ifo Instituts und der Stiftung Familienunternehmen planen gut 43 Prozent der familiengeführten Betriebe gerade den Generationswechsel oder befinden sich schon mittendrin. Eine frühzeitige Vorbereitung gilt als Schlüssel zum erfolgreichen Geschäftsführerwechsel. Dabei müssen vor allem Prozesse, Systeme und die Handlungsfähigkeit in den Mittelpunkt rücken. Denn veränderte Märkte und Kundenanforderungen, geopolitische Unsicherheiten und Lieferkettschwierigkeiten ebenso wie bürokratische Fallstricke und zunehmende Regularien fordern Anschlussfähigkeit.

Analoge Routinen, eine unklare Datenlage oder veraltete IT-Infrastruktur und fehlende Transparenz sind dabei wesentliche Hindernisse. Genau hier braucht es rechtzeitig IT-strategische Weichenstellungen, um Hürden abzubauen, Wissen zu sichern und die nötige Agilität zu schaffen, um das Unternehmen zu stärken. Doch viele Betriebe verschlafen den Weckruf, zeigt der KfW-Digitalisierungsbericht Mittelstand 2025. Ihm zufolge haben die Digitalisierungsaktivitäten deutlich abgenommen: Ausgaben gehen zurück und Projekte stehen still. Für die Zukunft der Firmen ist das riskant, nicht nur aus Effizienzgründen. Sondern auch, weil die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und somit der Grundstein für die Nachfolge bröckelt.

IT-Resilienz beeinflusst Vermögenswert

Wer heute ein Familienunternehmen übergibt, reicht mehr als Zahlen weiter. Im Optimalfall überträgt die eine Generation der nächsten die Fähigkeit, die Organisation selbst unter veränderten Bedingungen effizient und sicher weiterzuführen. Damit avanciert IT-Resilienz zu einem der wichtigsten Rahmenparameter. Sie beeinflusst den Unternehmenswert maßgeblich, auch aufgrund der besseren Widerstandsfähigkeit. Geopolitische Krisen lassen sich besser abfedern. Auf Veränderungen können Verantwort-

liche schneller reagieren und diese für das eigene Unternehmen nutzen. Markt- und Lieferkettenrisiken lassen sich steuern und die Betriebsfähigkeit hängt nicht von einzelnen IT-Lösungen ab.

Digitale Souveränität ist Pflicht

Neben der Krisentauglichkeit wird zudem die Frage relevanter, wie selbstbestimmt ein Unternehmen über seine digitalen Systeme und Daten entscheiden und diese steuern kann. Fehlt es Organisationen an Kontrolle, muss die nächste Generation mit viel Aufwand nachjustieren. Denn Abhängigkeiten, Medienbrüche und technische Altlasten stehen der Handlungs- und Zukunftsfähigkeit im Weg. An Relevanz hat hier vor allem das Thema Cloud gewonnen. Ausschließlich auf die Public Cloud zu setzen, kann mit Blick auf hochsensible Daten Gefahren bergen. Organisationen müssen im Sinne der digitalen Souveränität daher klären, welche Daten wo am besten aufgehoben sind. Hybride Ansätze wie die Verbindung aus Public Cloud, Private Cloud und Colocation versprechen nicht nur

Sicherheit, sondern auch Flexibilität bei Veränderungen. Wird Digitalisierung frühzeitig und strategisch gedacht, lässt sich ein kostspieliger Sanierungsfall umgehen.

IT-Konzept als Basis

Was muss nun konkret geschehen, bevor die nächste Generation startet? Zuerst braucht es ein IT-Konzept, das dem Unternehmen IT-Resilienz und digitale Souveränität sichert. Wer hierbei Hilfe von erfahrenen Fachleuten in Anspruch nimmt, spart Zeit und Geld. Das Team von q.beyond beispielsweise berät seit Jahren Unternehmen wie Donner und Reuschel, den BVR, Dr. Beckmann Group, Fressnapf und viele mehr. Seine Expertise im Bereich digitale Souveränität hilft Unternehmen, die vor einem Generationswechsel stehen, dabei, auch aus IT-Sicht ein stabiles und zukunftsfähiges Geschäftsmodell zu schaffen. Die IT übernimmt dabei eine Schlüsselrolle: als Enabler, der Wandel ermöglicht und die Brücke zwischen Tradition und Zukunft schlägt.

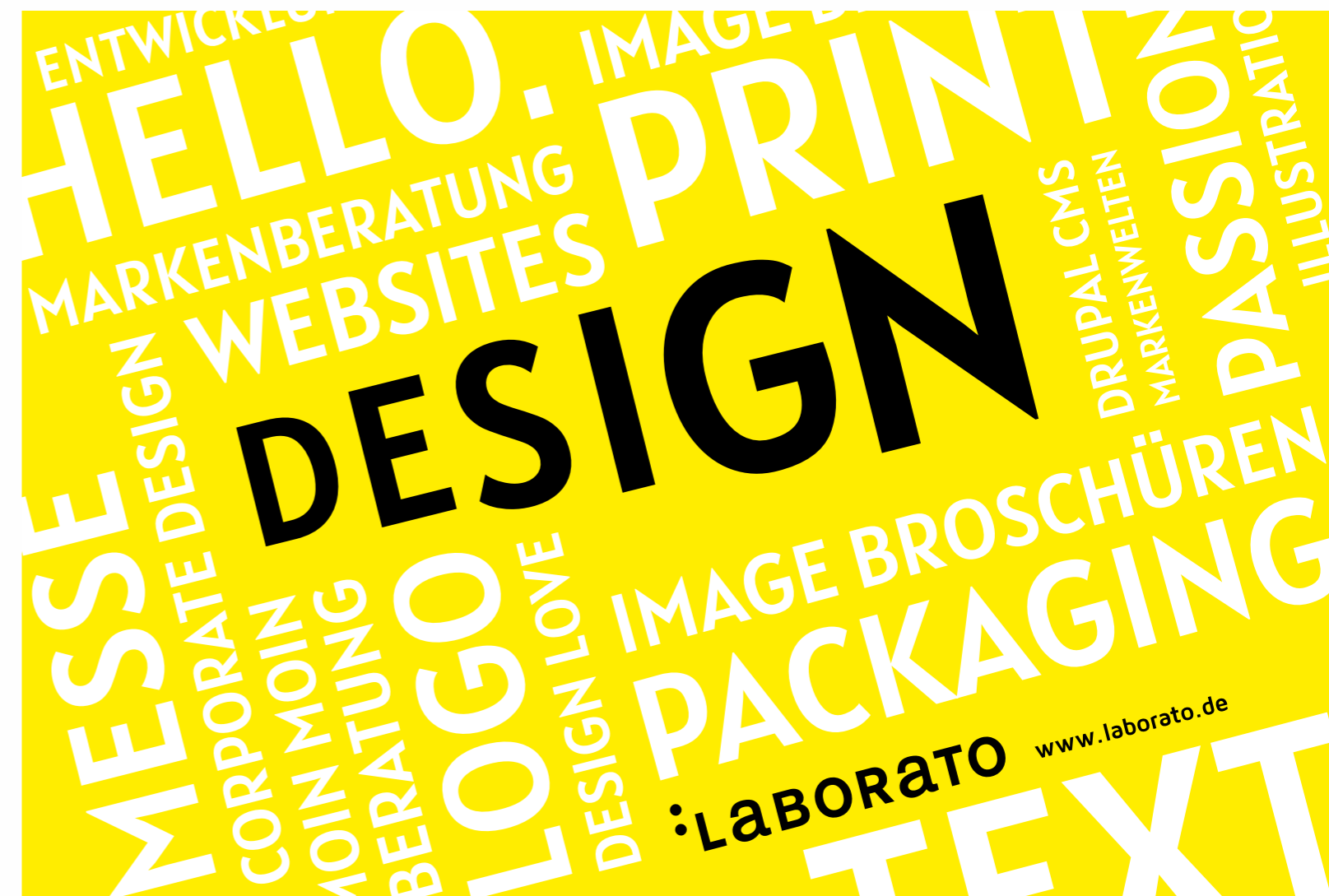
Der Autor



Michael Poß,
Bereichsleiter und
Prokurist, q.beyond AG

www.qbeyond.de

Anzeige





Fotos: Stefanie Kapra

Ein Haus, das Geschichten lebt,
nicht nur verlegt.

Geschichten für Generationen

Von Astrid Lindgren bis Alea Aquarius:
Die Geschichten des Medienhauses Oetinger prägen Kinder – ein Leben lang.

Von David Friedemann

Oetinger gehört zu den bekanntesten Kinder- und Jugendmedienhäusern im deutschsprachigen Raum. Gegründet 1946 in Hamburg, ist das Unternehmen bis heute familiengeführt und einer der letzten konzernunabhängigen Verlage in Familienhand. Seit Generationen prägt Oetinger die Lesezimmer vieler Kinder, Jugendlicher und Familien. Aus dem Verlag, der mit Astrid Lindgren und „Pippi Langstrumpf“ deutsche Literaturgeschichte schrieb, ist ein Medienhaus geworden, das Geschichten längst nicht mehr nur in gedruckter Form erzählt. Bücher, Hörbücher, Apps, Musik, Merchandise, Theater und Film gehören heute ebenso dazu wie ein Programm mit über 3.400 lieferbaren Titeln, acht Labels und 110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Im 80. Jubiläumjahr tritt die frühere Verlagsgruppe nun als Medienhaus Oetinger auf.

Wir sind an einem sonnigen Dienstagmorgen bei Oetinger zu Gast, um uns mit Julia Bielenberg, Verlegerin, sowie Christian Graef und Thilo Schmid, beide Geschäftsführer des Medienhauses, zu treffen. Der Verlag sitzt an der Max-Brauer-Allee in Altona, einem permanenten Stau-Hotspot im Berufsverkehr. Das Medienhaus Oetinger liegt ein Stück nach hinten versetzt und wirkt deutlich ruhiger. Ein historischer Industriebau mit vier Etagen und vielen Fenstern mit feinen Sprossen. Ein Haus mit Geschichte. Während wir noch kurz



✦
✦
✦ **1946 gegründet –
aus Mut und Aufbruchswillen**

Unternehmen:
Medienhaus Oetinger

Schwerpunkt:
Kinder- und Jugendbuch-
verlag sowie Medienhaus
für Geschichten und
Markenwelten – von
Büchern über Hörspiele
und Filme bis hin zu
digitalen Formaten und
immersiven Erlebnis-
angeboten.

Gründung:
1946

Sitz:
Hamburg (Altona)

Mitarbeiter:
110

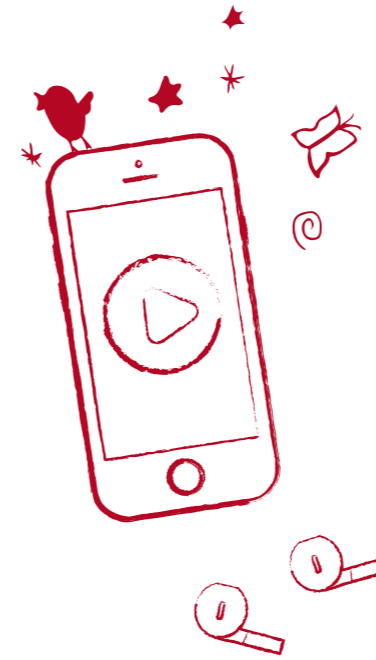
www.oetinger.de

warten, kommen nach und nach die ersten Mitarbei-
ter mit dem Fahrrad an. Einige bleiben kurz stehen,
fragen freundlich, ob sie helfen können und wohin
wir möchten. Schon vor der Tür entsteht ein erster
Eindruck von diesem Haus: offen, aufmerksam und
angenehm unaufgeregt. Drinnen setzt sich dieser Ein-
druck fort. Heller Empfangsbereich, skandinavisch
chic, warm, mit viel Holz, sanften Farben und natür-
lich mit vielen Büchern. Dass dieser Look nicht zufäl-
lig ist, erfahren wir später im Gespräch. Denn die Oe-
tinger Erfolgsgeschichte ist ohne Skandinavien kaum
zu erzählen. Ohne Astrid Lindgren erst recht nicht.
Friedrich Oetinger gründete das Unternehmen zu-
nächst als Verlag für Wirtschaft und Sozialpolitik,
doch die Ausrichtung änderte sich, als er 1949 in
Stockholm Astrid Lindgren kennenlernte und die
deutsche Lizenz für „Pippi Langstrumpf“ erhielt.
Aus dieser Begegnung entstand nicht nur einer der
wichtigsten Erfolge des Hauses, sondern eine lebens-
lange Verbindung zwischen der Familie Oetinger
und Astrid Lindgren. Pippi wurde in Deutschland
zu einer Figur, die ganze Generationen begleitet hat.
Später folgten viele weitere Geschichten von Astrid
Lindgren, von Bullerbü bis Ronja, von Michel bis
Madita. Eine literarische Welt, in der Kinder mutig,
eigensinnig und frei sein dürfen, mit allem, was dazu-
gehört. Auch die persönliche Verbindung zwischen
Astrid Lindgren und der Familie Oetinger blieb über
Jahrzehnte eng. Astrid Lindgren und Heidi Oetinger
verband eine besondere Freundschaft. Bei ihren Be-



suchen in Hamburg übernachtete Lindgren häufig im
Haus der Familie. Julia Bielenberg erzählt von dieser
Verbindung mit wacher Erinnerung. Auch von jener
Nacht, in der Astrid Lindgren starb und unerklärlich
vor dem Haus der Oetingers zwei Birken umfielen.
Später wurde an dieser Stelle eine Linde gepflanzt,
Lindgrens Lieblingsbaum. Die Nähe zu ihr zeigt bis
heute auch die Tafel an diesem Baum. Darauf steht:
„Wir trauern um unsere Freundin und Autorin, der
wir alles verdanken.“
Unser Gespräch beginnt im Erdgeschoss. In einem
hallenartigen Raum mit langem Konferenztisch,
Veranstaltungsfläche, kleiner Bühne, Lesesaal und
Treffpunkt. „Hier finden Lesungen statt, Kinderver-
anstaltungen, Theaterformate und Begegnungen mit
Geschichten“, erfahren wir von Christian Graef. Seit
2008 nutzt Oetinger diesen Standort in Altona. Zu-
nächst zogen nur einzelne Abteilungen ein, bis nach
aufwendigen Sanierungsarbeiten 2020 die gesamte
Verlagscrew hier ihren neuen Standort fand, erzählt
uns Julia Bielenberg, bevor wir uns an den langen

**Die enge Verbindung zu Astrid Lindgren
prägt das Selbstverständnis des
Hauses bis heute.**



**Oetinger verbindet 80 Jahre
Verlagsgeschichte mit neuen,
innovativen Erlebnisformaten.**



Tisch mit Blick auf ein großes Bücherregal setzen. Für
uns fühlt sich der neue Standort wie selbstverständ-
lich an. So, als sei Oetinger schon immer hier gewe-
sen.

Julia Bielenberg führt das Medienhaus als Verlegerin
in dritter Generation. Sie empfängt uns offen, auf-
merksam und mit einer spürbaren Freude an diesem
Haus, die sofort Lust macht, mehr über Oetinger zu
erfahren. Der Begriff Verlegerin passt zu Julia Bielenberg beson-
ders gut, weil dieser mehr ist als eine Funktion. Er beschreibt die
Nähe zur Historie, zu den Auto-
ren, zu den Menschen im Haus,
dem Programm, aber auch zu
der Verantwortung, Geschich-
ten weiterzutragen, erlebbar zu
machen und auch die Jüngsten
fürs Lesen zu begeistern.

2026 feiert Oetinger sein 80-jähriges Jubiläum.
Gleichzeitig hat sich die frühere Verlagsgruppe Oe-
tinger in Medienhaus Oetinger umbenannt, um auch
im Namen sichtbar zu machen, wofür die Ausrichtung
bereits seit langem steht. Tradition bedeutet für Oe-
tinger keinen Stillstand. Im Gegenteil. Sie ist Ansporn,
immer wieder Neues zu wagen, nach vorn zu schauen
und sich als Haus weiterzuentwickeln. „Oetinger be-
findet sich in einer andauernden Transformation und
gilt in der Branche als Innovationsführer für fantasie-
volle Erlebnisformate“, erklärt Thilo Schmid. Bücher
bleiben der Ursprung, aber Geschichten werden wei-
tergedacht. Aus einzelnen Büchern entstehen Welten,
die Kinder und Familien an ganz unterschiedlichen
Stellen erreichen.



**Autorenbeziehungen sind
das Herz des Programms.**





Copyright © Jörg Schwalfenberg



„Die Bildung unserer Kinder ist der einzige Rohstoff, den wir haben.“

Ronja Räubertochter, die Olchis oder Alea Aquarius gehören ebenso dazu wie Autorinnen und Autoren, die das Haus über viele Jahre geprägt haben. Astrid Lindgren natürlich, aber auch Kirsten Boie, Cornelia Funke, Tanya Stewner, Erhard Dietl und viele andere. Man fragt sich schnell, ob man für solche Titel vor allem ein glückliches Händchen braucht. Julia Bielenberg erklärt, dass die Wirklichkeit im Verlagsgeschäft heute komplexer ist. Manuskripte kommen längst nicht mehr einfach stapelweise per Post ins Haus und werden dann nacheinander entdeckt. Viele Stoffe erreichen Verlage über Agenturen, die Titel prüfen, einordnen und vermitteln. Für internationale Rechte wird geboten, verhandelt, entschieden. Gleichzeitig lebt Oetinger stark von gewachsenen Beziehungen zu Autoren, die über viele Jahre aufgebaut wurden. Kirsten Boie ist eine dieser Autorinnen. Ihr erstes Kinderbuch „Paule ist ein Glücksgriff“ erschien 1985 im Verlag Friedrich Oetinger. Damit ist sie dem Haus seit rund 40 Jahren verbunden.

Beim Rundgang durch die Etagen erfahren wir, wie auch hier das Thema NewWork gelebt wird, um agil zu bleiben. Nicht jeder hat hier noch seinen festen Schreibtisch. Clean Desk und Desk Sharing gehören zum Alltag. Christian Graef erklärt, dass dieser Prozess bereits im Zusammenhang mit dem Umzug und den neuen Arbeitsformen angestoßen wurde. „Wir waren von Anfang an positiv überrascht, wie gut das funktioniert und wie eigenverantwortlich sich die

Ein Beispiel dafür sind die Olchis. Aus den muffeligen grünen Figuren ist deutlich mehr geworden als eine Buchreihe. Es gibt Hörspiele, Theater, Filme, Produkte, eine Planetariumshow und immer neue Formen, diese Welt zu erleben. 2026 kommt mit „Die Olchis treffen das Sams“ sogar ein Crossover zweier bekannter Kinderbuchfiguren. Ab Oktober geht Oetinger noch einen Schritt weiter: Dann startet in Hamburg eine in Europa einzigartige, interaktive und immersive Erlebnis-Ausstellung für Familien und vor allem Kinder. Bei Erfolg soll sie durch Deutschland, Österreich und die Schweiz touren. „Hier zeigt sich, wie wir Geschichten heute und künftig auch erzählen möchten. Als Erlebnisformate, die neue Generationen für Figuren, Bücher und Fantasie begeistern“, schließt Schmid an.

Dass viele der großen Namen aus dem Hause Oetinger stammen, wirkt im Gespräch fast unwirklich. Figuren und Geschichten wie Pippi Langstrumpf,

Starke Figuren schaffen langlebige Markenwelten.



©Oetinger Erhard Dietl



Copyright © Jörg Schwalfenberg



Transformation ist bei Oetinger gelebter Alltag.

Teams finden“. Man merkt, dass dieses Arbeiten hier im Alltag angekommen ist.

Doch so sehr Oetinger nach vorn schaut, so deutlich wird im Gespräch auch, dass Transformation nicht im luftleeren Raum stattfindet. Die Freude an neuen Ideen ist groß, die Unzufriedenheit mit den Rahmenbedingungen aber ebenso. „Wir sind sehr unzufrieden mit der politischen und wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland“, sagt Julia Bielenberg. „Es herrscht ein wirtschafts- und leistungsfeindliches Klima. Gerade der Mittelstand müsste anders und besser unterstützt werden, mit mehr Freiheit und weniger Bürokratie.“ Für ein Familienunternehmen, das langfristig denkt, investiert, Arbeitsplätze sichert und kulturelle Inhalte in die Welt bringt, sind steigende Kosten und immer neue bürokratische Anforderungen mehr als nur lästige Begleiterscheinungen. Sie werden zu einer echten Belastung. Auch für die Verlagslandschaft in Deutschland.

Der Claim des Medienhauses lautet „Geschichten fürs Leben“. Kern des Unternehmens ist es, diese Geschichten in unterschiedliche Gefäße zu gießen.

Dabei kommt dem Buch nach wie vor eine besondere Bedeutung zu, wenn es um das Lesen selbst geht. Denn bei aller Freude an Apps, Hörbüchern, Filmen und neuen Erzählformen – am Ende zählt auch eine Fähigkeit, die viel größer ist als der Buchmarkt. „Lesen ermöglicht Teilhabe“, betont Julia Bielenberg. Besonders deutlich wird sie, wenn sie über Kinder und Jugendliche spricht. Über die Sorge, dass gerade Jungs immer weniger lesen. Über Eltern, die im Alltag kaum noch vorlesen. Über Schulen, in denen Leseförderung oft zu wenig Raum bekommt. Und über eine Gesellschaft, die manchmal erst spät merkt, was verloren geht, wenn Lesen nicht mehr selbstverständlich ist. „Die Bildung unserer Kinder ist der einzige Rohstoff, den wir haben“, sagt Julia Bielenberg. „Kinder haben aber keine Lobby in Deutschland. Vernachlässigen wir ihre Bildung, setzen wir unsere Demokratie einer großen Gefahr aus und ebenso unsere Wirtschaft. Lesen können ist ein Wirtschaftsfaktor.“

Deshalb engagiert sich Oetinger für Leseförderung und sucht immer wieder Wege, Kinder neu für Geschichten zu gewinnen. Manchmal klassisch über Bücher. Manchmal über Veranstaltungen. Manchmal über digitale Brücken. „Spannend sind Ansätze, bei denen App und Buch miteinander verbunden





Copyright © Jörg Schwallenberg

„Wir waren positiv überrascht, wie gut Desk Sharing funktioniert und wie eigenverantwortlich sich Teams organisieren.“

werden, etwa wenn Kinder in einer Anwendung nur weiterkommen, wenn sie bestimmte Stellen im Buch gelesen haben“, zeigt Thilo Schmid auf. So wird das Digitale nicht als Gegner des Lesens verstanden, sondern als Einstieg, Motivation oder Verlängerung einer Geschichte. Gleichzeitig verändert sich der Markt. Bücher werden nicht mehr nur in der Buchhandlung entdeckt, sondern auch online gekauft. Das Programm muss im Handel funktionieren, im Netz auffindbar sein, in sozialen Medien erzählt werden und trotzdem im Kinderzimmer ankommen. Rund 300 neue Titel erscheinen bei Oetinger jedes Jahr. Fast jeden Tag kommt damit ein neues Buch hinzu. Insgesamt setzt Oetinger rund sechs Millionen Bücher pro Jahr ab. 9.000 Paletten mit Büchern stehen im Lager zur Verfügung. Vollgepackt mit Geschichten, die darauf warten, verschickt, verschenkt, vorgelesen oder selbst gelesen zu werden.

Der Rundgang führt weiter nach oben, Etage für Etage, bis unters Dach. Loftartige Flächen, Beton, Glaswände, Bücherwände, Arbeitsplätze, Besprechungsecken. Ganz oben wird Social-Media-Content produziert. Von dort blickt man über die Umgebung, während unten im Haus an Programmen, Titeln, Rechten, Vertrieb, Marketing und Gestaltung gearbeitet wird. Am Ende gehen wir noch einmal vor das Gebäude. In einem kleinen gläsernen Anbau stehen Regale voller Bücher und Merchandising-Artikel. Von außen sieht es fast aus wie ein kleiner Laden, auch wenn man hier nichts kaufen kann. Es ist eher ein Schaufenster in die Vielfalt des Hauses. Figuren, Buchreihen, Klassiker, Neuheiten.

Die Geschäftsführung des Medienhauses Oetinger: Thilo Schmid, Julia Bielenberg, Christian Graef



Copyright © Patrick Ludolph



Dann fragt Julia Bielenberg noch, ob ich Kinder habe. Ich erzähle von meiner Tochter. Sie möchte wissen, wie alt sie ist, überlegt kurz und gibt mir ein Buch mit: „Alea Aquarius. Der Ruf des Wassers“. Eine Empfehlung, ganz nebenbei. Genau darin liegt vielleicht viel von dem, was dieses Medienhaus ausmacht. Es geht nicht nur darum, Bücher zu verlegen. Es geht darum, Geschichten weiterzugeben. Von Generation zu Generation. Von Eltern zu Kindern. Von einem Regal in Hamburg-Altona bis in ein Kinderzimmer, in dem abends noch eine Seite gelesen wird.

Von Hamburg in die Kinderzimmer – Geschichten verbinden.



Anzeige



SPIELZEIT 2026/2027

Sturm höhe

Nach dem Roman von Emily Brontë

PREMIERE AM 04. SEPTEMBER 2026

22 Bahnen

Nach dem Roman von Caroline Wahl

PREMIERE AM 11. OKTOBER 2026

Achtsam morden am Rande der Welt

Nach dem Roman von Karsten Dusse

PREMIERE AM 28. NOVEMBER 2026

Broke back Mountain

Nach der Kurzgeschichte von Annie Proulx

PREMIERE AM 24. JANUAR 2027

Himmel erden blau

Nach dem Roman von Romy Hausmann

PREMIERE AM 04. APRIL 2027

Lola rennt

Nach dem Film von Tom Tykwer

PREMIERE AM 17. MAI 2027



ALTONAER THEATER

Museumstraße 17, 22765 Hamburg | Tel.: 040 39 90 58 70

Warum wir Mitglieder sind

Was uns verbindet, ist mehr als Unternehmertum: Es ist der Anspruch, Verantwortung zu übernehmen und Zukunft aktiv mitzugestalten.

Der Verband schafft dafür den Raum – für Austausch, klare Positionen und eine starke gemeinsame Stimme.

Die folgenden Aussagen zeigen, weshalb Verbands-Engagement wichtig ist.



A.V. Branth KG

Tim Valentiner=Branth; Geschäftsführung in der 5. Generation
Axel Valentiner=Branth; Geschäftsführung in der 4. Generation

Wir sind als kleinerer Familienbetrieb seit unserer Gründung 1887 auf die Herstellung hochwertiger Farben und Lacke für den Wartungs- und Instandhaltungsbereich bzw. Nacharbeitungsbereich spezialisiert. Dabei kombinieren wir die Eigenschaften einer einfachen Verarbeitung und geringen Umwelt- und Gesundheitsbelastung in einem Produkt und erfüllen dabei gleichzeitig die höchstmöglichen Schutzklassen. Unsere Kunden sind nicht zwingend Lackierer, erhalten aber ohne Aufwand mindestens gleichwertige Ergebnisse. Unser Vater und Großvater waren unter den ersten Mitglieder im Verband und sind entsprechend auch mit am längsten dabei. Folglich sind wir sprichwörtlich mit dem Verband aufgewachsen: Viele Freunde meiner Eltern waren Bekannte aus der „ASU“. Eine besondere Ehre für uns war die Verbands-Auszeichnung für „umweltbewusste Unternehmensführung“ mit Urkundenübergabe durch den ehemaligen Hamburger Umweltsenator Fritz Fahrenholt. Es sind Netzwerke und Freundschaften entstanden. Wir konnten und können uns einbringen und uns gleichzeitig darauf verlassen, dass unsere Stimme gehört wird und unsere Interessen vertreten werden. Allgemein finden wir es wichtig, dass das Familienunternehmertum durch den Verband gestärkt wird und eine durchdringende Stimme erhält.



Buhck Gruppe

Dr. Henner Buhck, Geschäftsführender Gesellschafter

Familienunternehmen denken in Generationen, nicht in Quartalen. Genau das prägt auch die Buhck Gruppe seit ihrer Gründung im Jahr 1899. Heute führen mein Bruder Thomas und ich das Unternehmen in vierter Generation. Gleichzeitig ist bereits die fünfte Generation Teil unseres Familienunternehmens. Aus einem regionalen Fuhrunternehmen ist über die Jahrzehnte einer der größten Umweltdienstleister Norddeutschlands mit heute über 1.500 Mitarbeitenden geworden.

Dieses Bewusstsein für Verantwortung, Kontinuität und langfristiges Handeln begleitet uns seit über 125 Jahren. Als Umweltdienstleister bewegen wir uns in einem Umfeld, das sich permanent verändert. Neue gesetzliche Anforderungen, technologische Entwicklungen und gesellschaftliche Erwartungen verlangen unternehmerischen Mut und klare Haltung. Gerade deshalb ist der Austausch mit anderen Familienunternehmerinnen und Familienunternehmern für uns besonders wertvoll.

DIE FAMILIENUNTERNEHMER stehen für Werte, die auch uns wichtig sind: Eigenverantwortung, nachhaltiges Wirtschaften, unternehmerische Freiheit und der Wille, Verantwortung für Mitarbeiter, Gesellschaft und kommende Generationen zu übernehmen.

Für uns ist die Mitgliedschaft deshalb weit mehr als ein Netzwerk. Sie ist ein klares Bekenntnis zum Familienunternehmertum in Deutschland.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER



ESCHE SCHÜMANN COMMICHAU

Tom Kemcke, Rechtsanwalt und Steuerberater, Partner

ESCHE berät Unternehmerfamilien seit 1822 – in steuerlichen und rechtlichen Fragen, oft über mehrere Partnergenerationen hinweg. Wir kennen die Lebensläufe unserer Mandanten, begleiten Nachfolgen, Erbschaften und Unternehmenstransaktionen, und waren dabei häufig schon den Eltern oder Großeltern als Berater vertraut.

Was viele nicht wissen: ESCHE ist selbst ein Stück Familienunternehmen. Insbesondere im 19. Jahrhundert rückten viele Berater aus der Familie Burchard nach. Und heute sind mit Elena Esche und Josephine Commichau Enkelkinder der heutigen Namensgeber der Sozietät für uns tätig – ein schönes Zeichen dafür, dass wir selbst leben, was wir unseren Mandanten empfehlen. Ich bin seit fast 40 Jahren bei ESCHE und begleite Unternehmerfamilien als Rechtsanwalt und Steuerberater, aber auch als Beirats- und Aufsichtsratsmitglied sowie als Testamentsvollstrecker. Diese Rollen bedeuten tiefes Vertrauen, das über einzelne Transaktionen weit hinausgeht.

Die Mitgliedschaft bei den Familienunternehmern spiegelt genau das wider: Die Überzeugung, dass langfristige Beziehungen, gemeinsame Werte und generationenübergreifendes Denken der Kern nachhaltigen Wirtschaftens sind.

ESCHE SCHÜMANN COMMICHAU wurde am 21. Juni 1822 von Dr. Johann Carl Knauth in Hamburg gegründet und ist eine der ältesten Sozietäten Deutschlands. 1858 trat Dr. Ernst Friedrich Sieveking als Partner ein, der spätere Präsident des Hanseatischen Oberlandesgerichts, der maßgeblich an der Modernisierung der Hamburger Rechtspflege mitwirkte. 1875 schloss sich Dr. Johann Heinrich Burchard, der spätere Bürgermeister Hamburgs, der Kanzlei an. ESCHE war 1974 eine der ersten Sozietäten, die Rechtsanwälte und Steuerberater in einer Gesellschaft zusammenführte, nachdem dies berufsrechtlich zulässig war. Heute ist ESCHE eine multidisziplinäre Kanzlei mit rund 275 Mitarbeitern in der Hamburger HafenCity.

Foto Kemcke: ©ESCHE SCHÜMANN COMMICHAU/Catrin-Anja Eichinger



Creditreform Hamburg

Nikolaus von der Decken, Geschäftsführender Gesellschafter

Der Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER vereint Unternehmerpersönlichkeiten, die langfristig denken, Verantwortung übernehmen und den Wirtschaftsstandort Deutschland aktiv prägen. Genau diese Haltung verbindet Creditreform seit mehr als 140 Jahren mit familiengeführten Unternehmen – insbesondere in Hamburg als traditionsreichem Handels- und Wirtschaftsstandort.

Creditreform Hamburg ist Mitglied, weil Familienunternehmen in besonderem Maße auf Vertrauen, Verlässlichkeit und belastbare wirtschaftliche Informationen angewiesen sind. Wer über Generationen hinweg unternehmerische Verantwortung trägt, muss Risiken frühzeitig erkennen, Liquidität sichern und stabile Geschäftsbeziehungen schaffen. Genau dabei unterstützt Creditreform Unternehmen seit 1879. Was einst als Schutzgemeinschaft gegen Zahlungsausfälle begann, ist heute Deutschlands führender Anbieter für Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und professionelles Forderungsmanagement. Unsere tägliche Arbeit zeigt dabei immer wieder: Familienunternehmen handeln nachhaltiger, investieren mit größerem Weitblick und beweisen gerade in herausfordernden Zeiten eine besondere Resilienz. Gleichzeitig stehen sie heute massiv unter Druck – durch Bürokratie, Fachkräftemangel, steigende Energiekosten und eine zunehmende wirtschaftliche Unsicherheit.

Umso wichtiger ist der Austausch innerhalb eines starken Unternehmernetzwerks. Denn wirtschaftliche Stabilität entsteht nicht allein durch politische Rahmenbedingungen, sondern vor allem durch Vertrauen, unternehmerische Verantwortung und generationenübergreifendes Denken. Genau dafür stehen sowohl DIE FAMILIENUNTERNEHMER als auch Creditreform Hamburg.

Gemeinsam stark.



Färber Gas
Nils Merten Färber, Geschäftsführer

Mein Name ist Nils Merten Färber, 33 Jahre alt und Geschäftsführer der Färber Gas GmbH in Itzehoe. Was mein Urgroßvater mit viel Ehrgeiz und Mut im Jahr 1922 als kleinen Elektrobetrieb begann, führe ich heute bereits in der 4. Generation mit ca. 70 Mitarbeitern fort. Wir betreiben neben dem Anlagenbau und Großhandel von Flüssiggas weiterhin einen klassischen Handwerksbetrieb für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik. Parallel dazu investieren und engagieren wir uns im Bereich erneuerbare Energien, z. B. am Bau der ersten kommerziellen Produktionsanlage für eFuel in Deutschland.

Wenn ich nach meiner Berufsbezeichnung gefragt werde, lautet die Antwort: Familienunternehmer!

Ich kann mir keinen schöneren Beruf vorstellen und genieße die quasi unbegrenzten Möglichkeiten, die dieser Beruf mit sich bringt. Wir Familienunternehmer tragen ein besonderes Maß an Verantwortung für unsere Mitarbeiter, deren Familien und unsere Kunden. Die Bedeutung und Werte, die unsere Familienunternehmen in Deutschland haben und erfüllen, kann man nie genug hervorheben und wenn nötig im politischen Umfeld verteidigen. Dafür ist unser Verband als starke Interessensvertretung einer starken Gemeinschaft genau die richtige Plattform, um die Stärke zu zeigen, die wir tatsächlich haben.



Hoffmann Bau
Christian Hoffmann – Dipl.-Ing. Architekt
Geschäftsführender Gesellschafter

Seit über 180 Jahren und über 7 Generationen hinweg setzen wir als eines der ältesten familiengeführten Bauunternehmen des Landes zwischen der Ostsee und der Elbe anspruchsvolle und nachhaltige wirtschaftliche Bauaufgaben um. Wir projektieren für uns und private Investoren Wohnungs- und Gewerbebauten und erweitern auch den eigenen Wohnungsbestand. Dabei sehen wir es als unsere Aufgabe, hochwertigen und gleichzeitig bezahlbaren Wohnraum zu schaffen, der architektonischen und energetischen Anforderungen entsprechen und über Generationen hinweg wirtschaftlich rentabel bleiben muss! Als regional aufgestelltes Familienunternehmen sind wir in diesem Zusammenhang mehr denn je auf eine starke Vertretung mit Einfluss auf Kommunal-, Landes- und Bundespolitik angewiesen. Politische Weichen müssen so gestellt werden, dass wir endlich bessere wirtschaftliche Rahmenbedingungen im öffentlichen Baurecht vorfinden und flexibler und unbürokratischer handeln können! Der Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER verleiht uns und unseren Interessen in dem Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Politik eine starke Stimme, die gehört wird!



Fehrmann Tech Group
Henning Fehrmann, Geschäftsführer

Seit 131 Jahren entwickelt sich die Fehrmann Tech Group weiter, mit dem Anspruch, technologisch neue Wege zu gehen und Entwicklungen früh mitzugestalten. Ich führe die Unternehmensgruppe heute in fünfter Generation. Wenn ich auf unsere Geschichte blicke, sehe ich vor allem eines: den Mut, Innovation aktiv voranzutreiben. Mein Großvater entwickelte wasserdruckdichte Schiebefenster für die „Christina O.“ von Aristoteles Onassis, die erste Privatyacht der Welt. Der Reeder nahm die Fenster damals persönlich in unserer Fabrik ab. Mein Vater, ein begnadeter Werkstoff-Ingenieur, begann 1971 mit eigener Materialentwicklung und entwickelte eine hochduktile Aluminiumlegierung mit sechsfach höherer Bruchdehnung – ideal für explosionsgefährdete Bereiche. Damit legte er den Grundstein für unsere Werkstoff-Patente und letztlich auch für die 2020 gegründete KI-Firma MaterialsX.

Heute reicht unser Spektrum von Sicherheitsfenstersystemen über intelligente Glas- und Displaytechnologien bis hin zu industrieller KI, einem Thema, mit dem wir uns schon beschäftigt haben, lange bevor generative KI weltweit bekannt wurde.

Für mich zeigt genau das die Stärke von Familienunternehmen: Langfristiges Denken, Verantwortung und die Fähigkeit, Erfahrung, Technologie und Innovation miteinander zu verbinden.



Jebesen & Jessen Hamburg Gruppe
Fritz Graf von der Schulenburg, Geschäftsführender Gesellschafter & CEO

Unternehmerisches Handeln über Generationen hinweg bedeutet, Verantwortung zu übernehmen – für das eigene Unternehmen, für die Mitarbeiter und für die Gesellschaft. Diese Haltung prägt die Entwicklung der weltweit agierenden Jebesen & Jessen Family Enterprise Group, heute unter Führung der Herren Hans-Michael Jebesen und Heinrich Jessen, ebenso wie meinen eigenen persönlichen Weg.

Unsere Unternehmensgruppe steht seit über 130 Jahren für hanseatische Beständigkeit, internationale Vernetzung und unternehmerische Kontinuität. Über Generationen hinweg hat auch das Hamburger Unternehmen sich immer wieder gewandelt: vom klassischen Handelshaus hin zu einem breit aufgestellten Distributions- und Dienstleistungsunternehmen. Wandel war dabei stets Teil unserer Geschichte, getragen von klaren Werten, langfristigem Denken und dem Anspruch, Verantwortung bewusst an kommende Generationen weiterzugeben.

Die Mitgliedschaft bei Die Familienunternehmer e. V. ist für mich Ausdruck dieses Selbstverständnisses. Der Verband steht für familiengeführte Unternehmen, die Verantwortung nicht delegieren, sondern selbst tragen. Der Austausch mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern, das gemeinsame Werteverständnis und die klare Stimme für unternehmerische Freiheit und Verantwortung machen die Mitgliedschaft für mich wertvoll. Generationen zu verbinden heißt auch, Erfahrungen weiterzugeben und zugleich offen für Neues zu bleiben – im eigenen Unternehmen wie im Dialog mit anderen Familienunternehmern.

Max Stürken (links) und
Axel Stürken (rechts)



Leuchtturm Gruppe
Axel Stürken, Geschäftsführender Gesellschafter

Die Leuchtturm Gruppe ist ein familiengeführtes Premium-Markenhaus mit über 100-jähriger Erfahrung, dessen Wurzeln in Briefmarkenalben liegen. 1963 trat mein Vater Kurt Stürken in das Unternehmen ein und prägte dessen Entwicklung über Jahrzehnte. Aus diesem Ursprung heraus haben mein Bruder Max und ich das Portfolio behutsam weiterentwickelt. Heute umfasst die Gruppe über ein Dutzend Marken; die wichtigste und größte ist Leuchtturm1917: Notizbücher und Schreibgeräte in exzellenter Qualität und preisgekröntem Design – für Menschen mit Freude am Denken „mit der Hand“. Für die Leuchtturm Gruppe arbeiten rund 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an neun Standorten auf vier Kontinenten. Wir entwickeln, produzieren und vertreiben analoge Produkte – Dinge, die das Leben unserer Kundinnen und Kunden persönlicher und schöner machen.

Max und ich sind 2019 auf den Verband aufmerksam geworden, als wir als „Familienunternehmer des Jahres“ ausgezeichnet wurden. Wir sind beigetreten, weil wir überzeugt sind, dass die Soziale Marktwirtschaft und das Unternehmertum eine starke Stimme brauchen. Gerade für Familienunternehmen sind verlässliche Rahmenbedingungen entscheidend, damit sie langfristig investieren, Arbeitsplätze sichern und Verantwortung übernehmen können.

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Gemeinsam stark.



PAV
Isabel Höftmann-Toebe, Chief Executive Officer

Ein Familienunternehmen zu leiten ist mehr als einfach nur ein Job. Unser Arbeitsleben ist in besonderem Maße von Verantwortungsbewusstsein, Loyalität und Zusammengehörigkeit geprägt. Wir fühlen uns einer nachhaltigen Entwicklung verpflichtet. Unsere Verbindungen sind auf Dauer angelegt. Das Zusammenspiel von Tradition und Transformation, von Kontinuität und Agilität bestimmt unser unternehmerisches Handeln.

Alle Mitglieder des Vereins DIE FAMILIENUNTERNEHMER kennen die damit einhergehenden Herausforderungen und die spezielle Motivation aus eigener Erfahrung. Das ermöglicht einen Austausch auf Augenhöhe, neue Impulse, Kontakte und gegenseitige Unterstützung. Deshalb liegt uns die Mitgliedschaft so am Herzen.

1925 gegründet, wird PAV heute in dritter Generation geführt. Seit 94 Jahren steht eine Frau an der Spitze: „Die weibliche Führung prägt PAV, denn sie bedeutet für uns: Zuhören können, Chancen fördern, kooperativ und wertschätzend agieren“, erklärt Geschäftsführerin Isabel Höftmann-Toebe.

Von der klassischen Druckerei hat sich das Familienunternehmen längst zum Komplettanbieter für Druckproduktionen, Karten, Mailings und Software entwickelt. In Lütjensee bei Hamburg entwickeln rund 250 Beschäftigte innovative, individuelle Lösungen für internationale Kundschaft aller Branchen.



Niederegger
Holger Strait, Geschäftsführender Gesellschafter

Niederegger ist ein traditionsreiches Familienunternehmen aus Lübeck. Seit 1806 steht der Name für Marzipan in höchster Qualität sowie für feinste Nougat- und erlesene Pralinenkreationen. Über acht Generationen hinweg haben wir uns vom handwerklichen Betrieb zu einem modernen Süßwarenhersteller entwickelt. Tradition, Qualität und Innovationsfreude prägen uns bis heute.

Unternehmerisches Handeln über Generationen bedeutet Verantwortung für das Unternehmen, unsere Mitarbeiter und die Gesellschaft. Deshalb denken wir langfristig, investieren kontinuierlich in Handwerk und Technologie und geben Wissen sowie Werte bewusst weiter.

Die Mitgliedschaft bei DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V. ist dabei eine wertvolle Unterstützung. Der Verband stärkt den Austausch zwischen Familienunternehmen und greift zentrale Themen wie Nachfolge, Transformation und verlässliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen praxisnah auf. Diese Arbeit hilft, die Interessen von Familienunternehmen sichtbar zu machen und wirksam zu vertreten.

Mir ist es wichtig, mich in diesem Kontext einzubringen und zugleich dazu beizutragen, dass auch kommende Generationen gute Voraussetzungen für verantwortungsvolles und langfristiges Unternehmertum vorfinden.



Worlée-Gruppe
Johanna von Eben-Worlée, Mitglied der Geschäftsleitung & Reinhold von Eben-Worlée, Geschäftsführender Gesellschafter

Seit 175 Jahren steht die Worlée-Gruppe für unternehmerische Kontinuität und Wandel zugleich. Heute führt bereits die 5. und 6. Generation das international tätige Familienunternehmen, das Rohstoffe für die Chemie-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Tiernahrungsindustrie entwickelt, produziert und weltweit vertreibt.

In dieser langen Unternehmensgeschichte haben wir zahlreiche wirtschaftliche und politische Umbrüche erlebt. Erfolgreich waren wir immer dann, wenn wir Veränderung nicht nur akzeptiert, sondern aktiv gestaltet haben. Dabei sind DIE JUNGEN UNTERNEHMER und DIE FAMILIENUNTERNEHMER für uns wichtige Sparringspartner. Gerade bei Themen wie Steuer-, Energie- und Wirtschaftspolitik bieten die Verbände Orientierung, fachliche Kompetenz und eine starke Interessenvertretung für den Mittelstand. Besonders wertvoll ist für uns der Austausch mit anderen Unternehmerfamilien. Gespräche über Verantwortung, Nachfolge und Generationswechsel liefern genau die praktischen Impulse, die im eigenen Unternehmensalltag den Unterschied machen.

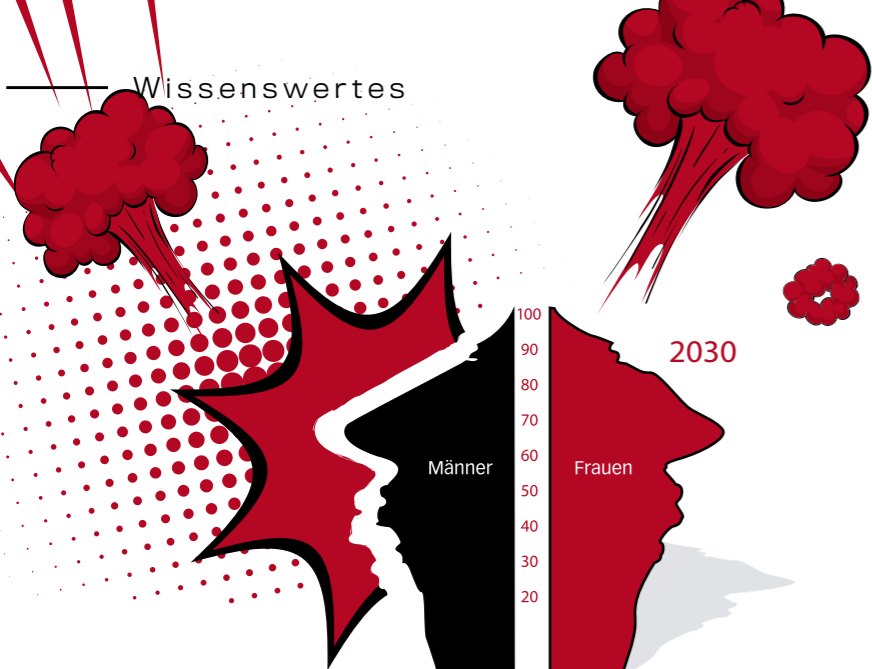
Für Familienunternehmen wie unseres sind beide Verbände deshalb weit mehr als ein Netzwerk: Sie sind eine starke Stimme für unternehmerische Verantwortung, langfristiges Denken und die Zukunft des familiengeführten Mittelstands in Deutschland.

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

**Wir gratulieren
unserem langjährigen Mitglied Albert Darboven
ganz herzlich zum 90. Geburtstag
und J. J. Darboven zum Firmenjubiläum – 160 Jahre.**

**DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER**

**DIE JUNGEN
UNTERNEHMER**



„Was wir heute tun, bestimmt, was morgen möglich ist.“

Kampf der Generationen - wenn die demografische Bombe platzt.

Die mathematischen Grenzen des Umlageverfahrens

Von Malte Wettern

Prof. Dr. Raffelhüschen hat es bereits Anfang der 2000er-Jahre bildhaft und unverblümt gesagt: Die demographische Bombe tickt nicht nur, es ist absehbar, dass sie platzen wird. Denn die geburtenstarken Jahrgänge haben es unterlassen, die Kinderanzahl zu bekommen, die nötig gewesen wäre, um die eigene Alterskohorte abzusichern. Apropos „unverblü(h)mt“: Arbeitsminister Norbert Blühm hat Ende der 80er-Jahre noch politisch motiviert plakatiert: „Die Rente ist sicher!“, obwohl schon damals die Entwicklungen der Demografie klar zu erkennen waren. Der sogenannte Pillenknicke unmittelbar im Anschluss an die geburtenstarken Jahrgänge war ein elementarer Einschnitt, der in der zeitlichen Folge Bestand haben sollte. Hinzu kamen viele grundsätzlich positive Entwicklungen: der Fortschritt der medizinischen Versorgung, die dazu führt, dass die Lebenserwartung steigt und längere Schul-, Ausbildungs- und Studienzeiten, die zu mehr Qualifizierung, beruflichen Aufstieg und individuellem Wohlstand führen.

Hingegen stören anhaltend rückläufige Geburtenraten oder auch Lücken in der Erwerbsbiografie das Umlageverfahren der gesetzlichen Rentenversicherung. Erst 57 Jahre nach der ersten offiziellen betrieblichen Altersvorsorge – der damaligen Unterstützungskasse der Gutehoffnungshütte, heute MAN-Konzern – führte Bismarck 1889 die gesetzliche Rentenversicherung ein. Doch was zu seiner Zeit gut gedacht war, lässt sich heute mit der demografischen Entwicklung mathematisch nicht mehr vereinbaren. Die rentenversicherungspflichtigen Erwerbstätigen zahlen Beiträge, die nicht kapitalgedeckt angelegt werden, sondern im gleichen Moment an die bezugsberechtigten Rentner ausgezahlt werden. **Beiträge führen also zwar zu Ansprüchen, aber eben nicht zu Kapitalkonten.** Und exakt hier stößt der Generationenvertrag an seine Grenzen: Waren 1990 noch 52,1 Millionen zwischen 20 und 66 Jahre und nur 10,4 Millionen 67 und älter, sind zwar

Was Mitarbeiter wirklich wollen

in Prozent

Betriebliche Altersvorsorge	48,5	Produktvergünstigungen	9,2
Kostenfreie Getränke	30,9	Firmen-Smartphone	7,7
Gesundheitsvorsorge	26,0	Hund erlaubt	5,7
Erfolgsabhängiger Bonus	25,3	Kostenfreies Obst	5,1
Gewinnbeteiligung	23,7	Kinderbetreuung	4,0
Firmenwagen	18,8	Ruhe- und/oder Gebetsräume	2,6
Jobticket	18,6	Psychologische Hilfsangebote	2,5
Kantine/Essenzuschuss	16,0	Familienbüro	1,7
Sportprogramme, Fitness	10,9	Freizeitangebote am Arbeitsplatz (Kicker, PlayStation, etc.)	1,2
Mitarbeiter-Events	10,3		

Quelle: Stepstone Job Studie 2020



1

Platz 1
Betriebliche Altersvorsorge



2

Platz 2
Kostenfreie Getränke



3

Platz 3
Gesundheitsvorsorge

auch 2020 51,6 Millionen zwischen 20 und 66 Jahre, aber 16,2 Millionen 67 und älter. Insofern hat Franz Müntefering 2005 die Erhöhung des Renteneintrittsalters auf 67 mit dem Satz begründet: „Weniger Kinder, später in den Beruf, länger leben... da reicht Volksschule Sauerland.“

Im Jahr 2002 wurde der Rechtsanspruch auf eine Betriebsrente durch Entgeltumwandlung gesetzlich im Betriebsrentengesetz von 1974 verankert, ein verpflichtender Arbeitgeberzuschuss kam 2019 durch das Betriebsrentenstärkungsgesetz hinzu.

Die Aussage des Bundeskanzlers Friedrich Merz beim 75-jährigen Jubiläum des Bankenverbandes „**Die gesetzliche Rente wird allenfalls als Basisabsicherung reichen**“ ist folglich kein Skandal und auch kein Angriff auf die sozialen Sicherungssysteme unseres Landes, sondern eine realistische Betrachtung der Gegebenheiten der Demografie. Wenn wir einen Kampf der Generationen vermeiden wollen, müssen wir die sozialen Sicherungssysteme zukunftssicher machen. Das betrifft die Gesundheitsversorgung übrigens ebenso wie die Rente.

Wir haben dieser Ausgabe den Sonderdruck „Mehrwert Betriebsrente“ aus der EURO beigefügt. Dieser verschafft jedem Arbeitgeber wertvolle Einblicke, mit welchen Instrumenten er seine Mitarbeiter substanzial unterstützt, wie eine gute bAV die Arbeitgebermarke stärkt und hilft, im Wettbewerb um Mitarbeiter mit wirkungsstarken Benefits zu punkten. Die betriebliche Altersvorsorge ist kein Nice to Have, sondern längst ein wichtiges Instrument in der Unternehmenssteuerung. Aus Arbeitnehmersicht ist eine Betriebsrente übrigens das von Mitarbeitern am stärksten eingeforderte Benefit, weit vor Kicker oder Obstkorb. Auch der Vergleich von Tarifen der Direktversicherungen auf Seite 6 des Sonderdrucks mit den Topanbietern WWK und Volkswohl Bund ist eine starke Hilfestellung. Zusätzlich können Rankings wie der jährliche bAV-Award der Fachzeitschrift ASS Compact wertvolle Einblicke zu den Marktteilnehmern

geben. Arbeitgeber sollten sich von bAV-Spezialisten beraten lassen, die verschiedene Aspekte und Tarifvarianten gegeneinander abwägen können.

Die Produktlandschaft der betrieblichen Altersvorsorge ist komplex. Am Markt finden sich neben den verglichenen 2-Topf-Hybriden des Beilegers noch andere Ansätze: Während manche Anbieter wie die Canada Life in Kombination mit dem institutionellen UWP-Fonds die höchsten Garantien am Markt versprechen und der Allianz in Sachen Finanzstärke nicht nachstehen, setzt beispielsweise die Swiss Life Deutschland auf eine ausgewogene Balance zwischen Sicherheit und Renditemöglichkeiten. Wer hohe Investmentquoten sucht, kann hier fündig werden.

Abschließend gilt für Arbeitgeber aber immer: Der Prozess schlägt das Produkt! Eine professionelle Beratung und passgenaue Umsetzung sind entscheidender als die reine Produktauswahl.

Das Betriebsrentengesetz von 1974 regelt im ersten Abschnitt die arbeitsrechtlichen Vorschriften. Arbeitgeber, die bei dem Thema sorglos nur auf Produktebene agieren, haben schnell Haftungsrisiken im Haus, die später fünf-, sechs- oder gar siebenstellige Schadensersatzansprüche auslösen können.

Der Autor



Malte Wettern, Finanzwirt (bbw) und Herausgeber des Buches „Ratgeber zur Betriebsrente“



Exklusiv als Beileger in dieser Ausgabe – das „Euro Rating spezial“.

Beileger nicht dabei? Senden Sie gern eine E-Mail an redaktion@hhun.de – wir senden Ihnen den Beileger als PDF zu.

1832

erste bAV „Gutehoffnungshütte“ (heute MAN-Konzern)

1889

Einführung der gesetzlichen Rentenversicherung

1974

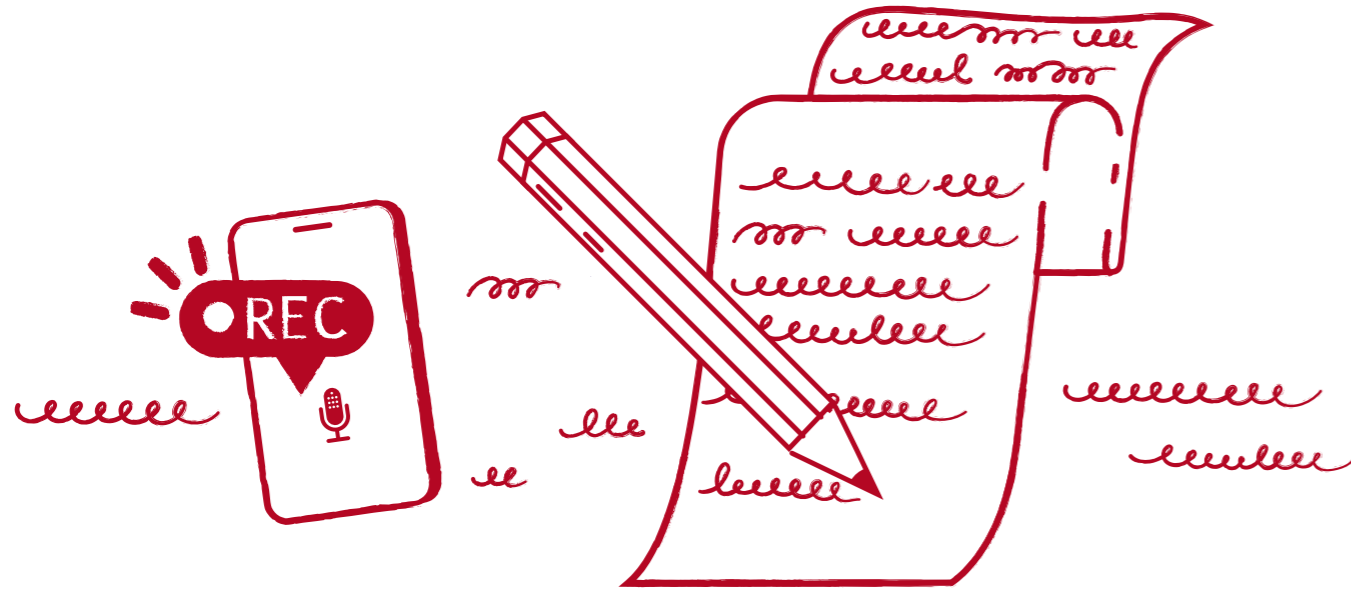
Einführung Betriebsrentengesetz

2002

Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung

2019

15 % verpflichtender Arbeitgeberzuschuss



Die Chronik: Was bleibt, wenn sich alles verändert

Ein Angebot für unsere Familienunternehmen

Von Joachim Wagner

Noch nie haben sich Unternehmen so schnell verändert wie heute. Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Generationenwechsel verändern nicht nur Märkte und Marken, sondern auch Identitäten. Viele Unternehmer stellen sich deshalb eine sehr persönliche Frage: Was bleibt eigentlich von meinem Lebenswerk?

Der Journalist, Autor und Kommunikations-Experte Joachim Wagner bietet auf Empfehlung des Magazins Hamburger Unternehmer eine Antwort an, die Bestand hat: die professionelle Chronik für Unternehmer und Familienunternehmen. Geschichten über Erfolge und Niederlagen, Mut und Risiko, Verantwortung und Haltung. Ein Format, das nicht nur festhält, sondern bewahrt.

Warum brauchen Unternehmen jetzt eine Chronik?

Unternehmen sind heute einer Dynamik ausgesetzt, die viele Entscheider so noch nie erlebt haben. Innerhalb weniger Jahre verändert sich mehr als früher in

Jahrzehnten. Und genau dann entsteht die existenzielle Frage: Was bleibt, wenn sich alles verändert? Was bleibt von meinem Unternehmen? Was bleibt von mir?

Ist eine Unternehmenschronik nicht oft nur ein Denkmal in eigener Sache?

Wenn sie nur der Selbstdarstellung dient – dann ja. Wenn sie ehrlich ist, wird sie zum Gedächtnis und Vermächtnis. Eine gute Chronik darf Brüche zeigen, nicht nur Erfolge. Mir kann doch keiner erzählen, dass in seinem Unternehmen immer alles glatt gelaufen ist.

Was reizt Sie persönlich an diesem Projekt?

Ich möchte wieder originär journalistisch arbeiten. In den vergangenen Jahren habe ich viele Konzept- und Kampagnentexte geschrieben. Das war spannend und erfolgreich – aber Interviews zu führen, blieb meine

eigentliche Leidenschaft. Für mich ist das Gespräch die authentischste journalistische Form. Du bereitest dich vor, hast einen Plan – und plötzlich öffnen sich ganz neue Türen.

Kann Künstliche Intelligenz das nicht auch leisten?

Nein. KI kann strukturieren und formulieren, aber sie kann keine Atmosphäre schaffen. Sie spürt keine Zwischentöne und merkt nicht, wenn ein Mensch emotional berührt ist. Für eine echte Chronik braucht es Vertrauen und Nähe zwischen Menschen.

Sie haben einmal ein Konzept entwickelt, das Ihr heutiges Projekt beeinflusst hat ...

Ja, das Konzept hieß „Sea the Future“ und entstand für die Cunard Line. Die Idee war, auf einer Überfahrt der Queen Mary nach New York mit prominenten Persönlichkeiten möglicherweise letzte große Interviews zu führen. Die Gespräche sollten erst nach dem Tod der jeweiligen Person veröffentlicht werden. Mich faszinierte dabei immer eine Frage: Wann beginnt ein Mensch wirklich ehrlich zu erzählen?

Und wann beginnt er damit?

Wenn er spürt, dass es endlich Zeit ist.

Wie läuft ein Chronik-Projekt konkret ab?

Am Anfang steht ein ausführliches unverbindliches Gespräch. Dabei klären wir Ziele, Formate und Erwartungen. Soll es eine klassische Unternehmenschronik werden, eine persönliche Biografie oder vielleicht auch ein Filmprojekt?



Die Vita des Initiators

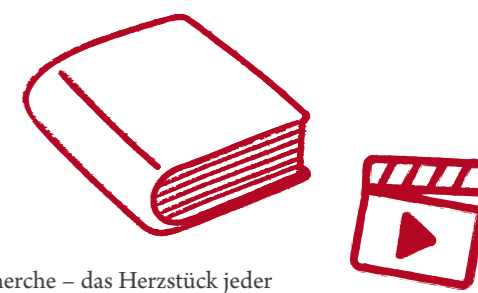
Joachim Wagner war Redakteur beim Bonner Generalanzeiger, Chefreporter von Bild und Bild am Sonntag, Mitglied der Chefredaktion Sport Bild, Buchautor und Ghostwriter unter anderem für Franz Beckenbauer, Rosi Mittermeier und den ehemaligen Bundeswirtschaftsminister Hans Friderichs. Später entwickelte er als Unternehmer und Kommunikationsexperte Konzepte und Kampagnen für Unternehmen wie Shell, Vodafone, BAT, Telecom, Walt Disney, Axel Springer Verlag, Krombacher, Yello Strom.

Zur
persönlichen
Chronik

Kontakt

Sie sind an einer Chronik für Ihre Unternehmensgeschichte interessiert? Schreiben Sie einfach eine E-Mail mit dem Stichwort „Chronik“ und wir kontaktieren Sie bezüglich des weiteren Ablaufs.

E-Mail: redaktion@hhun.de



„Nur 10 bis 15 Prozent aller Familienunternehmen erreichen die dritte Generation.“



Vom Glück des geglückten Generationswechsels

Von Rüdiger Behn

Hält das positive Selbstbild der Familienunternehmer einer kritischen Überprüfung stand? Und worauf muss geachtet werden, damit der Generationenwechsel gelingt? Rüdiger Behn gibt Praxis-Tipps.

Gerne behaupten wir Familienunternehmer – häufig in stolzer Pose – wir dächten in Generationen und schauen dabei verächtlich auf die börsennotierten Unternehmen mit ihren Quartalsberichten. Die Familienunternehmen seien auch wegen ihrer wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeit das Rückgrat der deutschen Wirtschaft, das nicht mit dem Werkzeug der Substanzsteuern wie Erbschafts- und Vermögenssteuer gebrochen werden dürfe. Deutschland sei das lebendige Biotop der Hidden Champions, die fast alle über Generationen in Familienhand seien. Diese Unternehmerspezies kombinierten fachliche

Expertise in einzigartiger Weise mit unternehmerischer Schaffenskraft. Das Ergebnis sei Wohlstand für alle. Kurz, sie, die deutschen Familienunternehmen, produzierten das vor allem außerhalb deutscher Grenzen bestaunte deutsche Wirtschaftswunder.

Halten diese Behauptungen dem Wirklichkeitscheck stand? Das deutsche Wirtschaftswunder scheint im Vergleich zu vielen anderen erfolgreich wirtschaftenden Ländern ein – wenn auch sehr relevantes – Kapitel der deutschen Nachkriegsgeschichte geworden zu sein. Jedenfalls sind in

Deutschland die bewunderten Wirtschaftskennziffern ungefähr schon zwei Generationen alt. Seitdem gibt es diesbezüglich nichts mehr zu bewundern, man kann sich nur noch wundern. Tragen Familienunternehmen daran eine Mitschuld? Wie steht es tatsächlich um die generationsübergreifende Nachhaltigkeit der deutschen Familienunternehmen? Wie steht es um die von uns, den Familienunternehmern, mit Verve vorgetragene Enkelfähigkeit?

Ein Blick in die Statistik ernüchtert. Schlug das Herz des stolzen Familienunternehmers eben noch auf höherem Niveau, so bleibt es beim Anblick der schnöden Fakten genau auf dieser Frequenz, nun aber getrieben vom überraschenden Selbstzweifel. Denn nur 10 bis 15 Prozent aller deutschen Familienunternehmen kommen in die dritte Generation, nur ca. vier Prozent erreichen die vierte Generation, und nur ein bis zwei Prozent erreichen die fünfte Generation.

Das war es dann also mit der Nachhaltigkeit sowie dem stabilen Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Ob dann das eine oder andere Familienunternehmen wegen einer Erbschaftssteuer etwas früher als sowieso statistisch erwartbar den Markt verlässt, spielt aus der linken Polit-Perspektive doch auch keine Rolle mehr! Was läuft also falsch? Warum erreichen nur so wenige Familienunternehmen die vierte Generation innerhalb derselben Familie?

Wir, die Unternehmerfamilie Behn, durchleben gerade den Übergang von der vierten auf die fünfte Generation. Die legalen Schritte sind getan. Die fünfte Generation trägt die Verantwortung für die Chancen und Risiken des Unternehmerdaseins. Wir zählen also zu den in der Statistik genannten ein bis zwei Prozent aller deutschen Familienunternehmen.

Ursprünglich kommen wir aus Hamburg. Die Vorfahren haben dort Wein gehandelt und Bier gebraut. Die Cholera führte 1892 zu einer Neugründung in Schleswig-Holstein. Heute produzieren wir im Ostseebad Eckernförde Spirituosenmarken wie Kleiner Feigling, DANZKA Vodka, Küstennebel und Dooley's. Zusätzlich beliefern wir die Gastronomie und den Lebensmitteleinzelhandel in Schleswig-Holstein mit Getränken. Manch einer könnte also denken, weil unser Geschäftsmodell auf Getränken beruht, sei die Zukunft gesichert, denn getrunken würde immer. Aber so einfach ist die Wirklichkeit der Märkte nicht. „Glück gehabt“ wird manch oberflächlicher Beobachter sich denken. Aber tatsächlich mussten sich alle Mitglieder der Unternehmerfamilie – ob sie wollten oder nicht – langfristig auf den Generationsübergang vorbereiten. Aber wer will sich darauf schon vorbereiten? Die Alten fühlen sich noch jung und die Jungen noch viel zu jung. Im Alltag bleibt schon nicht genug Zeit für die „operative Hektik“ und darüber hinaus bietet er jede Menge sich viel besser anführender Ablenkungen.



„Nur wer den Mut hat, Verantwortung rechtzeitig zu klären, kann das Glück des Übergangs erleben.“



„Enkelfähigkeit ist kein Selbstläufer – sie ist harte Arbeit.“

So kommt es, dass manch grau und greise gewordener Patriarch im besten Fall noch gerade eben sein Unternehmen mit warmen Händen an den ebenfalls schon ergrauten Nachwuchs übergibt, falls der sich nicht schon längst anders beruflich orientiert und sich sowohl mit dem Beruf als auch mit den Umständen im elterlichen Unternehmen arrangiert hat. Wer den Generationswechsel gut machen will, muss also trotz aller inneren und äußeren Widerstände ausreichend früh damit anfangen. Gerne – so jedenfalls unsere Erfahrung – 15 bis 20 Jahre (!) vor dem geplanten Übergang. Er startet mit der Gratwanderung der älteren Generation, den Nachwuchs nicht zum Nachfolger zu drängen und ihn gleichzeitig mit dem, was das Familienunternehmen macht, altersgerecht vertraut zu machen, um emotionale Nähe herzustellen und auf die Chancen eines unternehmerischen Daseins eines Familienunternehmers einzustimmen.

Einige Jahre später wird es intensiver: Wer soll folgen und warum? Wie viele sollen folgen und warum? Wer ist tatsächlich geeignet – und wenn es mehr als einer oder eine ist, verstehen sich die beiden? Wie und wer sagt dem/den Nichtgeeigneten, dass man sie nicht für geeignet hält? Den Eltern blutet das Herz, der Unternehmer ist getrieben von der Sorge um das Unternehmen. Sollen Mitglieder aus beiden Generationen gleichzeitig unternehmerische Verantwortung für das gleiche Unternehmen tragen? Selbst wenn solche sehr delikate persönlichen Fragen einer Antwort zumindest näherkommen, sind alle anderen aus allen noch lebenden Generationen mit diesen Antworten einverstanden? Gibt es eine vielleicht ungeschriebene Tradition in der Unternehmerfamilie, die für die jungen Familienmitglieder eine andere Botschaft hat als das, was die ältere Generation kommuniziert? Wurden dadurch



unbewusst Erwartungen geweckt oder schienen manche Wege sowieso von vornherein ausgeschlossen? Was denken die weichenden Erben und was sagen sie? Was denken die eingeheirateten Partner und was sagen sie? Welche Fraktionen bilden sich? Wer meint es ehrlich gut mit dem Familienunternehmen und seinen Mitarbeitern und wer meint es mehr gut mit sich selbst? Wie gestaltet die „alte“ Generation ihr Leben nach dem Ausscheiden? Unterstützt sie noch vor Ort oder flieht sie vor sich selbst in ferne Gefilde?

Das sind die wahren, sehr emotionalen Minenfelder einer Unternehmerfamilie. Es braucht – wie bei richtigen Minenfeldern – gut ausgebildete Spezialisten, um diese Felder zu räumen und familiären Frieden zu bewahren oder wieder herzustellen. Jede hier explodierte Mine lässt die Wahrscheinlichkeit eines Generationswechsels deutlich sinken. Dagegen verblassen



Generationswechsel ist ein Prozess – kein Ereignis.

manchmal die komplexen Aufgaben der notwendig herbeizuziehenden Gesellschaftsrechtler und Steuerberater. Diese Spezialisten können erst aktiv werden, wenn die Unternehmerfamilie geschlossen weiß, wie die nächste Generation der Unternehmerfamilie strukturiert sein soll. Deshalb stürzen sich auch auffällig viele Anwälte und Steuerberater mehr verzweifelt denn von innerem Drang getrieben in eine Mentoren-Ausbildung, in der Hoffnung, dass sie mit Anwendung dieses für sie neuen Wissens ihrer eigentlichen Profession erfolgreich nachgehen können.

Wollen wir Familienunternehmer also unserem Image – wir sind die Guten, wir sind die Nachhaltigen, wir sind die Treiber – wirklich gerecht werden, so müssen wir den Generationswechsel bewusst und rechtzeitig angehen. Erst kommt der Blick auf die Familie! Bestenfalls gibt es jemanden in der Familie, der sich den Hut für dieses immer auch schwierige Projekt aufzusetzen traut – gegen alle Widerstände und über Jahre. Nur dann gelingt es, das Glück des Generationswechsels auch spüren zu können.



Anzeige

Nachhaltige Grünanlagen aus Familienhand

Fachgerecht, zuverlässig & innovativ



www.hohenberg-gmbh.de



So geht Nachfolge – wenn NextGen übernimmt

Tipps aus der Expertenrunde



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

Die Unternehmensnachfolge zählt zu den bedeutendsten strategischen Weichenstellungen im Unternehmerleben. Im Expertengespräch mit Steffen Wüsthof, Firmenkundenleiter der Hamburger Volksbank, wird klar: Wer früh plant, schafft Sicherheit – für sich, das Unternehmen und die nächste Generation.

01 Weichen stellen für die Zukunft
Hinter vielen mittelständischen Unternehmen steht ein Lebenswerk. Umso wichtiger ist eine frühzeitige, klare Nachfolgeplanung. Sie ist keine Frage des ob, sondern des wann und wie. Wünsche, Ziele und Erwartungen sollten rechtzeitig definiert werden. Die demografische Entwicklung verschärft den Druck: Immer weniger potenzielle Nachfolger stehen bereit, und viele Kinder möchten angesichts wirtschaftlicher Unsicherheiten nicht mehr automatisch in die Fußstapfen der Eltern treten.

02 Der Faktor Zeit entscheidet

Ein erfolgreicher Übergang braucht Struktur, Vorbereitung und ein realistisches Zeitfenster. Zwischen ersten Überlegungen und tatsächlicher Übergabe liegen oft Monate oder Jahre – besonders dann, wenn rechtliche oder organisatorische Anpassungen notwendig sind, um das Unternehmen für Käufer oder Nachfolger attraktiv zu machen. Ein früh gestarteter Prozess schafft Handlungsspielraum und verhindert, dass Entscheidungen unter Druck getroffen werden müssen.

03 Die richtigen Fragen – früh gestellt

Ein strukturierter Zeitplan hilft, zentrale Themen systematisch zu klären. Dazu gehören unter anderem:

- **Rechtsform & Organisation:** Passt die Struktur zur geplanten Nachfolgeform?
- **Finanzierungsrisiken:** Bestehen Hürden, die eine Übergabe erschweren könnten?
- **Auswirkungen auf Kunden & Lieferanten:** Wie reagieren Marktpartner auf die Veränderung?
- **Steuerliche Gestaltung:** Welche Modelle sind möglich?
- **Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells:** Ist das Unternehmen strategisch gut aufgestellt?
- **Notfallpläne & Vollmachten**
- **Versorgung & Rolle nach der Übergabe**

Gerade die neue Unternehmerngeneration denkt anders: Sie sucht Flexibilität, Sinnhaftigkeit und moderne Strukturen. Traditionelle Modelle funktionieren daher nicht mehr automatisch, ein Umdenken ist gefragt.

04 Wege der Nachfolge –
mehr Optionen als gedacht

Drei Modelle dominieren die Praxis:

- **Familieninterne Nachfolge:** Klingt einfach, ist aber komplex: Rollen, Erwartungen und Emotionen müssen klar geregelt werden.
- **Management Buy-Out:** Mitarbeiter übernehmen Verantwortung und sichern Kontinuität.
- **Externe Nachfolge:** Käufer, Strategen oder Finanzinvestoren treten an die Stelle der Familie.

Gerade die externe Variante nimmt stark zu – mittlerweile rund ein Drittel aller Übergaben. Das eröffnet neue Chancen, verlangt aber professionelle Vorbereitung, transparente Prozesse und eine klare Positionierung des Unternehmens.

Expertenrunde live

Sie möchten mit uns und unseren Experten in einem exklusiven Rahmen diskutieren und wertvolle Tipps erhalten? Gern merken wir Sie für unsere nächste Veranstaltung zum Thema Nachfolge im Herbst vor. Schreiben Sie unter dem Stichwort „Nachfolge“ eine E-Mail an christopher.pfestorf@hamvoba.de. Wir freuen uns auf Sie!

05 Expertise einbinden –
ein Muss, kein Luxus

Eine Unternehmensnachfolge ist komplexer als jeder Immobilien- oder Autoverkauf. Rechtliche, steuerliche, finanzielle und emotionale Aspekte greifen ineinander. Die Hamburger Volksbank verfügt über umfassende Expertise und ein starkes Netzwerk aus Rechtsanwälten, Steuerberatern, M&A-Spezialisten und Experten der DZ Bank – ein entscheidender Vorteil für Verkäufer wie Interessenten. Aus einer Hand begleiten wir so den gesamten Prozess: von der Analyse über die Strukturierung bis zur finalen Übergabe inklusive Corporate-Finance-Expertise, M&A-Beratung und moderner Modelle wie dem **Search Fund**.

Unser Tipp

Eine frühzeitige, professionelle Auseinandersetzung mit der Nachfolge ist der größte Erfolgsfaktor. Binden Sie Transaktionsexperten, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Ihre Hausbank ein. Die Hamburger Volksbank und die Spezialisten der DZ Bank stehen Ihnen jederzeit beratend zur Seite.



Kontakt

Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63 - 65
20097 Hamburg

www.hamburger-
volksbank.de

Steffen Wüsthof
Bereichsleiter Firmenkunden
Hamburger Volksbank



Copyright © Felix Liebel



Vermögen mit Weitblick – Werte bewahren, Zukunft gestalten

Wie Peer Otten von AURETAS mit hanseatischer Weitsicht Familienvermögen über Generationen steuert und warum ein modernes Family Office heute „Gold wert“ ist

Unternehmerfamilien stehen heute vor einer doppelten Herausforderung: Werte bewahren und gleichzeitig Vermögen zukunftsfähig aufstellen. Wie das gelingen kann und welche Rolle Struktur und Weitsicht dabei spielen, haben wir mit Peer Otten von AURETAS besprochen.

Gerade in Hamburg hat die langfristige Sicherung von Familienvermögen eine tiefe Tradition. Was bedeutet für Sie „hanseatischer Weitblick“ in der heutigen, oft kurzlebigen Finanzwelt?

Hanseatischer Weitblick ist für uns weit mehr als ein schönes Schlagwort – es ist eine Haltung. Es bedeutet, Tradition und Verlässlichkeit mit einer zukunftsorientierten, strategischen Denkweise zu verbinden. Für uns bei AURETAS heißt das: Wir schauen nicht auf

den nächsten Quartalsbericht, sondern auf die nächsten Jahre und Jahrzehnte. Wir treffen heute strategische Entscheidungen, die auch für die folgende Generation unserer Mandanten Bestand haben sollen. Das erfordert Gelassenheit gegenüber kurzfristigen Marktturbulenzen und zugleich eine fundierte Analyse struktureller Veränderungen in der Weltwirtschaft.

Viele Familienunternehmer stehen vor der Herausforderung, Werte zu bewahren und gleichzeitig die Zukunft zu gestalten. Worin besteht für Sie die Kunst der generationsübergreifenden Vermögenssteuerung?

Die Kunst liegt darin, die Vergangenheit zu ehren, die Gegenwart zu meistern und die Zukunft aktiv zu gestalten. Es geht nicht nur um Rendite, sondern um die

Verbindung von Familienwerten, unternehmerischer Tradition und neuen Perspektiven. Viele Vermögen wurden über Jahrzehnte aufgebaut – oft mit großem Einsatz und unternehmerischem Mut. Dieses Erbe zu bewahren bedeutet, die dahinterstehenden Werte wie Verantwortung und Weitsicht lebendig zu halten und an die nächste Generation weiterzugeben. Gleichzeitig verändert sich die Welt, und die nächste Generation stellt andere Fragen. Deshalb ist es entscheidend, Vermögen flexibel und anpassungsfähig aufzustellen und dabei dennoch langfristig zu denken, nicht in kurzfristigen Zeiträumen.

Ein kritisches Thema ist dabei häufig der Generationen-Dialog. Warum scheitert dieser in der Praxis so oft?

Weil Vermögen immer auch emotional ist. Es ist eng mit der Familiengeschichte und Identität verknüpft. Gleichzeitig fehlt oft eine gemeinsame Sprache, um über Vermögensziele zu sprechen. Wir sehen uns deshalb als Sparringspartner, der hilft, die Werte der Senior-Generation zu bewahren und gleichzeitig Raum für die Visionen der Nachfolger zu schaffen. Entscheidend ist, die nächste Generation frühzeitig einzubinden. Wenn verstanden wird, dass Vermögen nicht nur Privileg, sondern auch Verantwortung bedeutet, entsteht eine tragfähige Grundlage für langfristigen Vermögenserhalt bzw. Vermögenswachstum.

Sie haben mit dem AURETAS Anlagekompass ein eigenes Modell entwickelt. Wie unterstützt dieser Ansatz den Dialog innerhalb der Familie?

Mit unserem AURETAS Anlagekompass verändern wir bewusst die Perspektive: Wir strukturieren Vermögen nicht traditionell nach starren Anlageklassen, sondern nach drei ökonomischen Funktionen: Absicherung, Ernte und Chance. Die Absicherung bildet das Fundament und schützt vor Krisenszenarien. Die Ernte nutzt bewährte Renditequellen und strukturelle Megatrends. Und die Chance eröffnet gezielt Zugang zu innovativen Märkten wie Private Equity, Infrastruktur oder den Emerging Markets. Dieser Ansatz ist für Unternehmerfamilien intuitiver. Er schafft Struktur und damit eine gemeinsame Sprache. Fragen nach Sicherheit, Wachstum oder unternehmerischen

„Wer in Generationen denkt, schafft die Grundlage, Werte zu bewahren und Zukunft zu gestalten.“

Chancen lassen sich klar und nachvollziehbar diskutieren. So gelingt es, unterschiedliche Perspektiven zu verbinden und eine Strategie zu entwickeln, die von allen Generationen getragen wird.

Welche Rolle spielt ein modernes Family Office in diesem Kontext und warum ist es heute für viele Familien „Gold wert“?

Ein modernes Family Office ist weit mehr als ein administrativer Butler. Es verbindet strategische Beratungs- und Steuerungskompetenz mit der Umsetzungsstärke eines leistungsfähigen Vermögensverwalters. Wir verstehen uns als strategischer Partner und Vertrauter der Familie. Unsere Aufgabe ist es, Komplexität zu reduzieren, den Überblick zu behalten und unterschiedliche Perspektiven zusammenzuführen – rational, unabhängig und langfristig orientiert. Zudem können wir die strategischen Entscheidungen mit unserem Team auch umsetzen. Gerade bei großen Vermögen ist es entscheidend, emotionale und wirtschaftliche Aspekte in Einklang zu bringen. Viele Unternehmer tragen zudem ein bewusstes Klumpenrisiko über ihr eigenes Unternehmen. Ein Family Office schafft hier ein strategisches Gegengewicht, indem es ein freies Vermögen außerhalb des Unternehmens breit diversifiziert und strukturiert aufbaut. Das erhöht Stabilität und schafft Handlungsfreiheit. Dass ein Family Office heute „Gold wert“ ist, liegt vor allem an der zunehmenden Komplexität. Gleichzeitig fehlt im operativen Alltag oft die Zeit für die strategische Steuerung. Wir bündeln die Interessen der Familie, koordinieren Experten und sorgen für Transparenz. Man könnte sagen: Wir fungieren als institutioneller Anker mit dem Ziel, die Kontrolle zu behalten, ohne sich im Detail zu verlieren.

Zum Abschluss: Welchen Rat geben Sie Familienunternehmern?

Beginnen Sie frühzeitig den Dialog. Sprechen Sie offen über Werte, Ziele und Erwartungen. Und holen Sie sich unabhängige externe Expertise ins Haus, die als Sparringspartner agieren kann. Vermögen ist ein Marathon, kein Sprint. Wer in Generationen denkt, schafft die Grundlage dafür, Werte zu bewahren und gleichzeitig Zukunft zu gestalten.



Peer Otten

Unternehmen:
AURETAS family trust GmbH

Schwerpunkt:
AURETAS steht hochvermögenden Privatpersonen und Unternehmerfamilien sowie institutionellen Mandanten als verantwortungsvoller Partner und Berater persönlich zur Seite – im Zentrum steht der Mensch. Mit dem integrierten Ansatz aus Asset Management und Consulting werden die Leistungen eines Vermögensverwalters und eines Family Offices aus einer Hand angeboten.

Sitz:
Hamburg
(Überseeallee 10,
20457 Hamburg)
München
(Osterwaldstraße 10,
80805 München)

Gründung:
2005

Mitarbeiter:
45

www.auretas.de



„Wir brauchen eine neue Vertrauenskultur in Deutschland.“

DIE FAMILIEN UNTERNEHMER

DIE JUNGEN UNTERNEHMER

einschränke. Daher würde man mit weniger Personal bessere Arbeit anstreben und in dieser Legislatur acht Prozent Personal einsparen. Sie würden einen Kulturwandel in der Verwaltung auf den Weg bringen: weg von der Dominanz der Fehlervermeidung hin zu Entscheidungsfreudigkeit, Digitalisierung und Kreativität. Wir müssten raus aus der Kette von Berichts- und Dokumentationspflichten. Freiheit solle ermöglicht werden, damit Wachstum entstehen könne. Dazu bräuchten wir eine neue Vertrauenskultur in Deutschland. Der Staat müsse Unternehmern mehr vertrauen, sie weniger kontrollieren, aber bei Verstößen stärker sanktionieren.

Im Anschluss an seinen Vortrag nahm sich Amthor geduldig Zeit, unsere Fragen zu beantworten. Für seine Lieblingsaufgabe, das Bohren dicker Bretter, zitierte er Helmut Kohl: „Greife nie in ein Wespennest, aber wenn, dann greife fest.“ Bei leckerem Spargel wurde anschließend noch weiter lebhaft über die wichtigsten Probleme der Hamburger und der deutschen Wirtschaft diskutiert. Malte Wettern überreichte als Gastgeschenk einen dicken Rotstift, um unseren Ehren-gast in seinen Sparbemühungen zu unterstützen.



Wir müssen wieder zu Wachstum kommen

Spargelessen mit Philipp Amthor

Von Björn Castan

Am 3. Juni trafen sich 55 Gäste auf Einladung von DIE FAMILIENUNTERNEHMER im Hamburg Marriott Hotel zum Spargelessen mit MDB Philipp Amthor. René Spiegelberger hieß den parlamentarischen Staatssekretär beim Bundesminister für Digitales und Staatsmodernisierung in seiner Begrüßungsansprache herzlich willkommen. Sven Höppner hingegen, unser Landesvorsitzender von DIE FAMILIENUNTERNEHMER, sparte nicht mit konstruktiver Kritik. Er meinte, zwar solle man nicht den Feuerwehrmann erschießen, während er das Feuer löschen möchte, trotzdem seien kritische Worte zur aktuellen politischen Situation erforderlich. Es seien 492.000 zusätzliche Stellen im öffentlichen Dienst neu geschaffen worden, während über 350.000 Arbeitsplätze in der Industrie verloren gegangen sind. Höppner betonte, dass er selbst Arbeitsplätze in andere Länder verlagern musste, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Er mahnte: „Wir brauchen jetzt radikale Reformen, denn sonst reformieren uns die Radikalen.“ Amthor, verantwortlich für die Modernisierung des Landes, zeigte großes Verständnis für unsere Kritik.

Selbstkritisch gab er zu, man habe im Wahlkampf mehr versprochen als man danach einhalten konnte. Schlechte Stimmung würde die Probleme unseres Landes allerdings verstärken, daher rief er zum Optimismus auf, der Grundtugend der Familienunternehmer. Amthor betonte die Notwendigkeit, wieder zurück zum Wachstum zu kommen. Die Regierung hätte Erfolge in der Migrations- und der Verteidigungspolitik vorzuweisen. Es gäbe zu Recht hohe Erwartungen an größere Reformen, an denen tatsächlich gearbeitet würde. Auch Bundesminister Wildberger beklage ein zu geringes Tempo. Immerhin sei es gelungen, einen verbindlichen Fahrplan für Entbürokratisierung mit über 200 Maßnahmen zu verabschieden. Der digitale Führer- und Fahrzeugschein wurde auf den Weg gebracht, auch eine digitale Wohnsitzmeldung sei jetzt möglich. Der Staat habe sich in der Verwaltung verknottet, was seine und unsere Handlungsfähigkeit

Mehr Tempo für Deutschland





Angst gewinnt Gold

Zur Abstimmung über die Olympiabewerbung

Von Falk Röbbelen

Ich bin ja nicht wütend oder gar nachtragend, aber Hamburg hat mit der gescheiterten Volksabstimmung zur Olympiabewerbung eine historische Chance mit der Entschlossenheit eines betrunkenen Kreuzfahrtgastes in die Elbe geworfen. Und natürlich fühlt sich jetzt wieder jeder wahnsinnig vernünftig. Man hat „kritisch hinterfragt“. Man hat „Bedenken ernst genommen“. Man hat „Verantwortung gezeigt“. Kurz gesagt: Hamburg hat mal wieder das getan, was Deutschland inzwischen perfektioniert hat: sich selbst erfolgreich verhindert. Da kann man nur gratulieren. Denn natürlich ist es völlig plausibel, ausgerechnet in einer Zeit globaler Konkurrenz, wirtschaftlicher Stagnation und wachsender Bedeutung internationaler Sichtbarkeit freiwillig auf das größte Infrastruktur-, Investitions- und Standortprojekt zu verzichten, das man in den nächsten zwanzig Jahren realistischerweise hätte bekommen können. Das ist ungefähr so, als würde jemand mit marodem Dach, kaputtem Badezimmer und Schimmel in der Küche ein kostenloses Sanierungsangebot ablehnen, weil beim Streichen möglicherweise kurz der Flur dreckig wird. Aber immerhin bleibt jetzt alles, wie es ist. Also leicht kaputt. Und vor allem angenehm ambitionslos. Hamburg hat damit im Grunde exakt die Mentalität bestätigt, die diese Stadt seit Jahren lähmt: bloß nichts Großes mehr wagen. Kein Risiko. Keine Vision. Lieber moderater Niedergang mit Anwohnerbeteiligung.

„Stillstand als neue Vernunft“

Das Faszinierende ist ja: Dieselbe Stadt, die problemlos Milliarden für alles Mögliche ausgibt – Elbtower ruinen, explodierende Sozialkosten, dysfunktionale Verwaltungsdigitalisierung oder Dauerbaustellen – bekommt plötzlich Schnappatmung, wenn einmal in etwas investiert werden soll, das international sichtbar wäre. Merkwürdig, dass über die Elphikosten heute auch keiner mehr lamentiert. Aber in diesem Moment entdeckt Hamburg augenblicklich seine innere schwäbische Hausfrau. „Wer soll das bezahlen?“ „Brauchen wir das wirklich?“ „Was ist mit den Folgekosten?“ Man möchte antworten: Ja, stimmt. Lassen wir lieber alles wie bisher. Das funktioniert ja fantastisch. Brücken gesperrt. Schulen marode. Wohnungsbau im Sedativum. Digitalisierung auf Faxniveau. ÖPNV am Anschlag... aber Hauptsache, kein Olympiastadion. Als Bayern-Fan musste ich mir jahrzehntelang anhören, der Erfolg des FC Bayern sei ja auch deshalb möglich gewesen, weil München 1972 ein Olympiastadion bekommen habe, das der Verein nicht selbst finanzieren musste. Das Lieblingsargument deutscher Fußballromantik: „Mit so einem Stadion kann ja jeder erfolgreich werden.“ Wie gut, dass der HSV dieses Problem nun definitiv nicht mehr haben wird. Denn warum sollte man einem ambitionierten Sportstandort moderne Infrastruktur gönnen? Damit irgendwann vielleicht wieder Spitzenfußball gespielt wird? Das wäre ja unangenehm leistungsorientiert. Nein, Hamburg bleibt lieber authentisch. Zweite Liga passt ohnehin viel besser zur allgemeinen Haltung der Stadt: großes historisches Selbstbild bei gleichzeitig maximaler Angst vor Gegenwart und Zukunft.

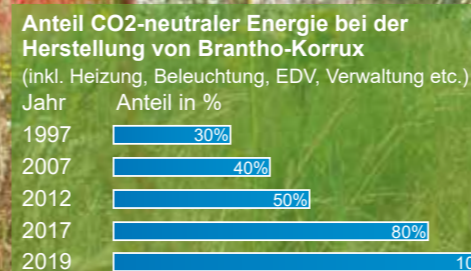
„Verzicht wird zur Tugend, Stillstand zur Nachhaltigkeit.“

Natürlich kosten Olympische Spiele Geld. Überraschenderweise kosten allerdings auch Nichtstun, Verfall und verlorene Wettbewerbsfähigkeit Geld. Nur eben schleichend. Deshalb merkt man es politisch nicht sofort. Das ist viel schöner. Deutschland diskutiert inzwischen jedes größere Projekt, als würde man den Bau einer Todessternbasis finanzieren. Aber andere Städte fragen wenigstens noch: „Wie gewinnen wir dadurch wirtschaftlich?“ Hamburg fragt: „Könnte irgendwo ein Baum traurig werden?“ Und genau deshalb verlieren wir zunehmend den Anschluss. Olympia wäre nie nur Sport gewesen. Es wäre ein massiver Beschleuniger für Infrastruktur, Stadtentwicklung, internationale Wahrnehmung und private Investitionen geworden. Wohnungen, Verkehr, Digitalisierung, Stadtbau – plötzlich hätte man politischen Druck gehabt, Dinge tatsächlich umzusetzen. Jetzt bleibt alles im vertrauten deutschen Modus: Ankündigung. Arbeitskreis. Bürgerdialog. Vertagung. Machbarkeitsstudie. Nächste Legislaturperiode. Vielleicht. Und auch wenn ich nicht immer und schon gar nicht in diesem Fall die Politik für alles verantwortlich machen will: Wer bei einer Olympiabewerbung mit „nein“ stimmt, lehnt nicht zwangsläufig die Spiele ab. Viele lehnen vielmehr die Vorstellung ab, dass die Verantwortlichen sie vernünftig hinbekommen. Und darin steckt auch eine schallende Ohrfeige dieses Votums: Nicht für das IOC. Nicht für den Sport. Sondern für den Hamburger Senat. Wenn es ihm trotz aller Chancen, aller Bilder, aller in die Kampagne investierten Steuergelder und aller wirtschaftlichen Perspektiven nicht gelingt, Vertrauen für ein solches Projekt zu gewinnen, dann hat er nicht Olympia verloren.

Dann hat er das Vertrauen eines erheblichen Teils seiner eigenen Stadt verloren. Das sollte weit mehr Sorgen bereiten als jede verpasste Medaille. Die Tragik ist ja nicht einmal die gescheiterte Bewerbung selbst. Die Tragik ist die Botschaft dahinter: Diese Gesellschaft glaubt immer weniger an sich selbst. Früher wollte man Häfen bauen, Tunnel graben, Flughäfen errichten, Industrie entwickeln, Handelsmetropolen schaffen. Heute hält man sich schon für visionär, wenn irgendwo eine Fahrradstraße eröffnet wird, ohne dass drei Bezirksversammlungen kollabieren. Und natürlich werden jetzt viele sagen: „Olympia hätte die Probleme der Stadt doch gar nicht gelöst.“ Nein. Natürlich nicht. Aber große Projekte erzeugen Dynamik. Sie zwingen zur Entscheidung. Sie schaffen Prioritäten. Sie ziehen Investitionen an. Sie erzeugen internationale Aufmerksamkeit. Und manchmal geben sie Städten sogar so etwas wie Stolz zurück. Genau davor scheint Deutschland inzwischen panische Angst zu haben. Denn Stolz klingt verdächtig. Wachstum irgendwie auch. Leistung sowieso. Lieber erklärt man Verzicht zur Tugend und Stillstand zur Nachhaltigkeit. Hamburg hätte mit Olympia zeigen können, dass diese Stadt mehr sein will als eine hübsche Kulisse für Touristen, Musicals und Wochenendstädtereisen. Stattdessen lautet die Botschaft nun: Danke, aber wir würden gerne genauso weitermachen wie bisher. Und so wird Hamburg auch künftig genau das bleiben, was es in den vergangenen Jahren geworden ist: Eine wohlhabende, wunderschöne Stadt mit dem Selbstvertrauen einer Kleingartenkolonie. Herzlichen Glückwunsch!

Anzeige

25 Jahre nachhaltige Produktion



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

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

Zusätzlich:

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

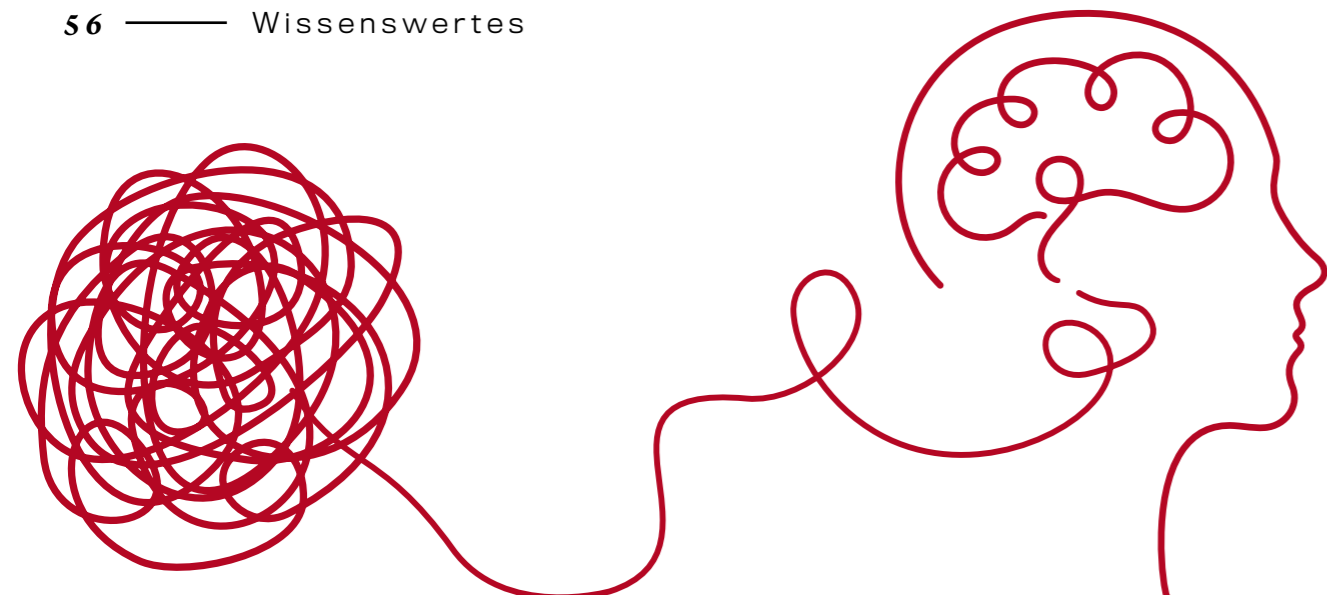


Branth-Chemie A.V. Branth KG
Biedenkamp 23 · 21509 Glinde
Postmaster@branth-chemie.de

Metallschutzfarben - Instandhaltungsfarben

www.rostschutzfarbe.de





Epigenetik: Das Erbe unserer Erfahrungen

Die
Autorin



**Warum Nachfolger mehr übernehmen als Vermögen
und wie sich alte Prägungen heute noch zeigen**

Von Gabriela Friedrich

**Mentalcoach Gabriela Friedrich erklärt, warum wir nicht nur Unternehmen,
Werte und Gene erben, sondern auch Stressmuster und emotionale Reaktions-
weisen und wie sich diese besser verstehen und beeinflussen lassen.**

Wer ein Unternehmen übernimmt, denkt zunächst an Verantwortung, Zahlen und Strategie. Vielleicht noch an die Werte der Familie, an das, was man weitertragen will und was man lieber anders machen würde. Was dabei selten auf der Agenda steht: Wir übernehmen nicht nur Strukturen und Vermögen, sondern auch Prägungen. Manche davon sind sichtbar. Andere wirken unauffällig im Hintergrund und erklären manches, das sich sonst nicht so recht erklären lässt. Genau hier kommt die Epigenetik ins Spiel. Sie beschreibt Veränderungen in der Aktivität unserer Gene, ohne dass sich die DNA selbst verändert. Vereinfacht gesagt legen unsere Gene Möglichkeiten fest, während die Epigenetik entscheidet, welche davon tatsächlich genutzt werden. Umweltfaktoren wie Stress, Sicherheit oder frühe Bindungserfahrungen beeinflussen, welche Gene gewissermaßen „an-“ oder „ausgeschaltet“ sind. Das Erbgut ist also weniger ein fixes Programm als eine Art Partitur, bei der die Lebensbedingungen mitentscheiden, was gespielt wird.

Für Unternehmerfamilien ist das in besonderem Maße relevant. Krieg, Flucht, wirtschaftliche Not oder existenzielle Unsicherheit in früheren Generationen können Spuren hinterlassen, die weit über Familiengeschichten und Verhaltensweisen hinausgehen. Studien zeigen, dass sich starke Belastungserfahrungen auf das Stresssystem auswirken und unter bestimmten Bedingungen auch die nachfolgende Generation prägen können. Das System gibt weiter, was es einmal als überlebenswichtig verinnerlicht hat, auch wenn die ursprüngliche Bedrohung längst nicht mehr existiert.

Im Alltag zeigt sich das häufig als erhöhte Wachsamkeit: ein inneres System, das schnell auf mögliche Risiken anspringt, Entscheidungen akribisch absichert und Unsicherheit konsequent zu vermeiden sucht. Das ist keine Schwäche und erst recht kein Charakterfehler, sondern oft das Ergebnis einer sinnvollen Anpassung an Lebensumstände, die für frühere Generationen tatsächlich gefährlich waren. Viele Unternehmerinnen und Unternehmer erleben deshalb, dass sie trotz stabiler Lage kaum abschalten können, Risiken konsequent stärker gewichten als Chancen oder in angespannten Situationen schneller unter Druck geraten, als ihnen lieb wäre. Das wirkt auf den ersten Blick wie eine persönliche Eigenheit, hat aber häufig eine längere Geschichte, die weit vor dem eigenen Lebensanfang beginnt. Auch jenseits akuter Stressphasen wird dieser Einfluss sichtbar: im ausgeprägten Sicherheitsdenken, im Umgang mit Ressourcen, in der Fähigkeit oder Schwierigkeit, Vertrauen zu entwickeln, oder in der Art, wie Entscheidungen getroffen werden. Wir übernehmen also nicht nur Wissen und Werte, sondern auch eine bestimmte Grundhaltung unseres Nervensystems gegenüber der Welt.

Besonders deutlich wird das im Umgang mit aktuellen Krisen. Die Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten lösen bei vielen Menschen intensive Reaktionen aus, selbst wenn sie persönlich nicht unmittelbar betroffen sind. Neben medialer Dauerpräsenz und eigenen Erfahrungen kann dabei auch eine tiefere Prägung eine Rolle spielen. Viele Familien in Europa haben Krieg, Flucht oder existenzielle Bedrohung erlebt, und das kann dazu beitragen, dass das Nervensystem auf solche Themen besonders sensibel reagiert.

Das bedeutet nicht, dass sich heutige Reaktionen allein damit erklären lassen. Entscheidend ist das Zusammenspiel aus aktuellen Auslösern, persönlichen Erfahrungen und einer möglicherweise erhöhten Grundsensibilität. Das System reagiert nicht nur auf das, was gerade geschieht, sondern auch auf das, was es als Bedrohung gespeichert hat. Außen ist die Lage stabil, innen entsteht dennoch Anspannung. Für Betroffene ist das oft irritierend. Vor dem Hintergrund epigenetischer Zusammenhänge ist es jedoch erklärbar, und genau das kann bereits entlasten.

Epigenetische Prägungen sind kein Schicksal. Sie sind veränderbar, weil das System auf neue Erfahrungen reagiert, insbesondere auf Sicherheit, Verlässlichkeit und bewusste Regulation. Wer lernt, innere Anspannung gezielt abzubauen und belastende emotionale Muster zu bearbeiten, kann seine Reaktionsweisen nachhaltig verändern. Mit wachsender innerer Stabilität erweitern sich Handlungsspielräume. Entscheidungen werden klarer, der Umgang mit Unsicherheit flexibler, Belastungen lassen sich besser regulieren. Das wirkt sich nicht nur auf das persönliche Wohlbefinden aus, sondern auch auf Führung, Kommunikation und unternehmerische Entwicklung.

Epigenetik erweitert damit den Blick auf das Thema Generationen erheblich. Wir geben nicht nur Unternehmen, Vermögen und Werte weiter, sondern auch biologische Bereitschaften. Gleichzeitig macht sie deutlich: Wir sind diesen Prägungen nicht ausgeliefert. Wir übernehmen mehr, als wir denken. Aber wir können entscheiden, was wir daraus machen.



Soon to Come:
Angst-befreit
Schluss mit dem Kopfkino in irren Zeiten
Ängste & Selbstzweifel loslassen –
Resilienz aufbauen – klar entscheiden

Anzeige

Gabriela Friedrich
ist seit 33 Jahren PR- und Marketingberaterin sowie Texterin, seit 32 Jahren ganzheitlich arbeitender Mentalcoach für berufliche und private Themen, fünffache Buchautorin, Verfasserin von mehr als 90 Fachartikeln und seit 2017 (Schluss-)Redakteurin des HAMBURGER UNTERNEHMERS.

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

www.hochsensibelsensitiv.com

 **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

Next Gen Mode

Smartes, Schönes und Traditionelles mit einem innovativen Twist - diese Produktvorschläge begeistern Jung und Alt.



189,00 €

Plaud Note Pro

Der smarte KI-Assistent für Meetings und Gedanken: Plaud zeichnet Gespräche auf, erstellt Transkripte und fasst Inhalte automatisch strukturiert zusammen.

plaud.ai

The Smart Garden 3

Frische Kräuter und Pflanzen das ganze Jahr: Der intelligente Indoor-Garten übernimmt Licht und Bewässerung automatisch und bringt moderne Anbautechnologie direkt nach Hause.

clickandgrow.com



199,00 €



299,00 €

Bird Buddy

Das Vogelhaus der nächsten Generation: Die smarte Kamera erkennt Besucher per KI, erstellt Fotos und Videos und bringt spannende Einblicke aus der Natur direkt aufs Smartphone.

mybirdbuddy.eu



4.975,00 €

Wempe au:thentic

Der Anhänger von Atelier Wempe au:thentic aus 18k Roségold vereint eine offene Ringform mit 19 Brillanten (0,29 ct) an einer 52 cm Kette zu einem lässig-eleganten Look. Das puristische Unisex-Design steht für Individualität und zeitlosen Luxus.

www.wempe.com



699,00 €

xBloom Studio Coffee Machine

Barista-Technologie für Zuhause: Die smarte Kaffeemaschine steuert Mahlgrad, Temperatur und Brühprozess präzise und bringt perfekten Kaffeegenuss auf Knopfdruck.

xbloom.com

NextGen



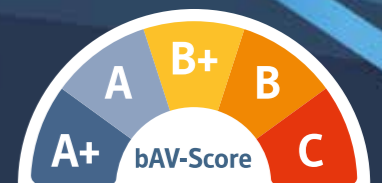
HAMBURGER
VERSORGUNGSWERK
Experten für betriebliche Vorsorge

Employer Branding



von Pflicht bis Kür -
alle Benefits aus
einer Hand

#bAValsBenefit



Kostenfrei
bAV Score
durchführen!
hhww.de





Willkommen im Weinviertel!

Winzerfamilien aus Österreich

Von Oliver Burschberg

Auch wenn sich *Viertel* eher klein anhört – das Weinviertel ist die größte Weinbauregion Österreichs. Es liegt im Norden von Wachau und Kremstal und ist die Kernregion der bekanntesten Rebsorte Österreichs, dem Grünen Veltliner. Im kleinen Ort Platt besuchen wir das Weingut der Familie Fidesser, die das Gut und die Weinberge seit mehreren Generationen bewirtschaftet.

Heute führen die Geschwister Sophie und Rudi Fidesser das Familienweingut und werden tatkräftig von ihren Eltern Gerda und Norbert unterstützt. Norbert hat früh begonnen, sein Hauptaugenmerk auf die Weingärten und die Gesundheit der Böden zu legen – immer mit dem Ziel, authentische, unverfälschte und unverwechselbare Weine zu vinifizieren. Den gleichen Ansatz verfolgen nun auch Sophie und ihr Bruder Rudi.



Liebe Sophie, wann immer ich über euer Weingut spreche, fällt mir mein erster Besuch im September 2003 ein: Solch trockenen, heißen Wind, fast 40°C, hatte ich selbst im Barossa Valley in Australien nicht erlebt. Ist eure Region besonders warm oder war das eine Ausnahme?

Das Weinviertel ist als nördlichste Weinbauregion Österreichs eigentlich eine Cool Climate Region. In den letzten Jahren zählt die Gegend um Retz aber zu den trockensten Regionen des Landes, Tendenz steigend. Ob man also heute noch von Cool Climate sprechen kann, darüber lässt sich streiten. Natürlich gab es immer Ausnahmen; 2003 war eines der heißesten Jahre. Seit dem Jahrgang 2017 ist der Klimawandel deutlich spürbar: Es gibt so gut wie keinen Winter mehr, der Schnee fällt aus. Wir gehen daher schon sehr trocken in das Frühjahr, wo auch kaum noch Regen fällt. Gewitter finden die letzten Jahre eher punktuell und sehr extrem statt, mit Hagel und Windböen. Es folgt meist ein trockener, sehr heißer Sommer und als Draufgabe vielleicht noch ein trockener Herbst. Das Blatt hat sich dahingehend gewendet, dass die feuchteren, kühleren Jahrgänge die Ausnahme sind, wie z. B. 2025 – ein idealer Weinjahrgang, der super Weine gebracht hat. Zusammengefasst lässt sich sagen: Es wird immer heißer, der pannonische Einfluss macht sich deutlich und wir freuen uns über Niederschläge, die die Weine positiv beeinflussen und vor allem die Vinifikation, welche bei uns sehr puristisch und zurückhaltend ist, wohnsinnig erleichtert.

Anzeige

TeamMittelstand

AGA

#

zusammen
gross

Das Expertennetzwerk TeamMittelstand bietet Familienunternehmern umfassende Beratungsleistungen zu attraktiven Konditionen sowie kostenfreie Erstberatungen. www.teammittelstand.de

Der starke Verband im Norden.

„Die Demeter-Zertifizierung war die logische Konsequenz unserer Einstellung.“

Der Autor



Oliver Burschberg ist seit 1988 im internationalen Wein-, Champagner- und Spirituosenhandel tätig und gründete 2003 seine Weinhandelsagentur „Cabernet & Friends“, die die besten Produzenten aus sämtlichen Weinregionen der Welt im Raum Norddeutschland vertritt. Die Agentur berät und beliefert die Topgastronomie, Groß- und Fachhändler selbst sowie LEH und Industriekunden.

cabernetandfriends@t-online.de

Wie ist die Aufgabenteilung zwischen euch und euren Eltern? Gab es eine strikte Übergabe oder ging es fließend?

Unser Betrieb ist seit Generationen ein typischer Weinviertler Misch-Betrieb, das heißt in unserem Fall Ackerbau und Weinbau. Früher gehörte dazu auch Viehhaltung, die wir, seitdem wir biodynamisch arbeiten, für eine Kreislaufwirtschaft schrittweise wieder integrieren möchten. Aktuell bewirtschaften wir 18 Hektar Weingärten und 90 Hektar Landwirtschaft. Bei uns waren und sind immer zwei Generationen gemeinsam im Betrieb tätig. Eine strikte Aufteilung gibt es nicht, jeder von uns kennt alle Arbeitsschritte und die Abläufe. Es haben sich aber im Laufe der Jahre aufgrund der individuellen Stärken Prioritäten ergeben. Bei Handarbeiten im Weingarten findet man uns alle zusammen. Ich habe immer das Gefühl, die Erdung im Weingarten gibt uns Kraft und Energie für unsere weiteren Aufgaben; der Weingarten ist das beste Home-Office auf Erden.

Eure Familie ist sehr mit den eigenen Rebanlagen verwurzelt und hat das Wort „Weingärtner“ geprägt. War dadurch die Umstellung zum Demeter-Betrieb die logische Konsequenz?

Natürlich verstehen wir uns alle als Weingärtner. Unsere Betriebsgröße ist überschaubar, sodass wir uns gut mit den einzelnen Böden und dem Mikroklima



befassen können. Wir kennen unsere Rebstöcke sehr gut, weil unsere Arbeit vorrangig draußen stattfindet. Die biodynamische Bewirtschaftung war für unsere Eltern immer ein großes Ziel, die Umstellung kam dann 2014. Für uns ist es wichtig, immer in Kontakt mit den Reben und dem Boden zu sein, weil es unsere Basis für guten Wein ist und wir auf Befindlichkeiten schnell reagieren müssen.

Du legst großen Wert auf einen naturnahen Ausbau der Weine, um den Charakter der Lagen und der jeweiligen Rebsorte bestmöglich zu bewahren. Verzichtet ihr deshalb auch auf moderne Techniken im Keller?

Die Demeter-Zertifizierung war die logische Konsequenz unserer Einstellung und hat unsere Weine dahingehend geprägt, dass sie die Einzelheiten jedes Weinberges deutlicher hervorbringen. Es wird nichts verfälscht, nicht Jahrgang und nicht Rebsorte. Es ist ein Abbild des Weinjahres in der Flasche. Nach der behutsamen Weingartenpflege wird per Hand gelesen; nur makelloser Traubenmaterial darf in den Keller. Das ist die Grundlage: gute Trauben, guter Wein. Dann heißt es, sauber zu arbeiten. Fehler können nicht korrigiert werden, unsere Instrumente sind nur Zeit, Vertrauen in den Wein und Geduld. Bei uns vergärt alles spontan, liegt lange auf der Hefe und wird ungeschönt mit geringem Schwefeleinsatz, größtenteils unfiltriert, abgefüllt. Das Ergebnis sind Weine, die die Energie des Weingartens und auch unsere Energie des ganzen Jahres widerspiegeln. Unser Credo lautet: Nichts Fremdes hinzu, nichts Eigenes entnehmen.

Hattest du Mentoren und Ausbilder, die dich geprägt und gefördert haben?

Rudi und ich haben beide gute Ausbildungen, sind aber der Meinung, dass wir das meiste direkt bei der Arbeit gelernt haben und natürlich immer noch lernen. Vor allem müssen wir mit der Wetterumstellung Jahr für Jahr umdenken. Es gibt kein Rezept, das jah-

relang angewendet werden kann. Ansonsten denke ich, dass alle Personen, mit denen wir im Laufe des Lebens zusammen waren, uns in gewisser Weise geprägt haben – vorrangig unsere Eltern, die uns den biodynamischen Weg vorgegeben haben. Außerdem prägen uns, oft auch unbewusst, immer wieder Weine oder Winzer, von denen wir fasziniert sind.

Hast du eine Empfehlung, welchen Wein man trinken sollte, um das Weingut Fidesser kennenzulernen?

Der Fokus liegt auf dem Grünen Veltliner, der das Terroir bestens ausdrücken kann. Unsere Vorfahren haben eine Vielzahl an unterschiedlichen Rebsorten gepflanzt, teilweise auch in kleinen Flächen (Frühroter Veltliner, Portugieser, Müller Thurgau). Diese verwenden wir vorrangig für unsere fidesser*orbis-Linie. Unsere Eltern haben sich von internationalen, primär französischen Rebsorten faszinieren lassen (Sauvig-



non Blanc, Pinot Noir, Syrah), sie bauen wir vorrangig zu Lagenweinen aus. Dadurch haben wir ein großes Sortiment, in dem für jeden etwas Spannendes dabei ist.

Liebe Sophie, herzlichen Dank, du machst Lust auf eure Weine und den Besuch des Weinviertels.

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: 040-44 59 71 | www.dr-thomsen.com



„Ich schaffe Architektur mit Kunst.“

Atelierview mit Unathi Mkonto

Von René Spiegelberger



In der vergangenen Ausgabe des HAMBURGER UNTERNEHMER Magazins stellten wir Ihnen William Kentridge vor. In dieser Ausgabe richten wir den Blick auf den südafrikanischen Künstler Unathi Mkonto, dessen Arbeiten sich an der Schnittstelle von Kunst und Architektur bewegen. In Zeichnung, Skulptur und Installation untersucht Mkonto, wie Räume menschliche Interaktion, Erinnerung und Identität prägen. Seine aus Pappe, Holz und Papier gefertigten Werke greifen urbane Randgebiete und informelle Architekturen auf und entwickeln daraus eine zugleich fragile wie konstruktive Formensprache. Im Gespräch mit Sara Göttelmann berichtete der in Kapstadt lebende Künstler über seine Auseinandersetzung mit Raum, Materialität und den Einfluss gesellschaftlicher Strukturen auf seine künstlerische Praxis.

Lieber Unathi, in deiner Arbeit verschwimmen oft die Grenzen zwischen Kunst und Architektur. Welche Vorstellungen hast du von der Beziehung zwischen diesen beiden Disziplinen und wie visualisierst du sie?

Ich schaffe Architektur mit Kunst. Ich habe mich also nicht der Kunst zugewandt und die Architektur hinter mir gelassen. Die Architektur, die ich derzeit schaffe, ist eine andere Art von Architektur – es ist Architektur, die gleichzeitig auch Anti-Architektur ist. Ich verstehe, wie diese Welt manchmal zwischen Kunst und Architektur gesehen werden kann. Für mich ist es jedoch immer eine Sache, es ist eine Welt.

Du hast ursprünglich Architektur an der Nelson Mandela University studiert und warst anschließend Design Fellow bei Architecture for Humanity in Johannesburg. Gab es einen Moment, in dem du dich entschieden hast, Kunst statt Architektur zu verfolgen?

Ich war schon immer Künstler, auch bevor ich Architektur studiert habe. Architektur war für mich eher eine Neugierde für Wissenschaft, Nachhaltigkeit und die Zukunft, dafür, wie weit wir Dinge vorantreiben können. Aber als ich anfang zu arbeiten, wurde mir klar, dass Architektur nicht an einem Tag entsteht, sondern sich über Jahrhunderte hinweg entwickelt. Man widmet sein Leben der Schaffung einer Zukunft für die nächste Generation. Kunst erschien mir romantischer, weniger an Praktikabilität und Notwendigkeit gebunden. Zunächst schien es etwas zu sein, das man nur tat, wenn man Zeit hatte, schöne Dinge zu schaffen. Architektur hingegen war ernst – es ging um Auswirkungen, Verantwortung, sogar um Geld. Schließlich wurde mir klar, dass ich der Arbeit folgen musste, die mir Energie gab, und das war die Kunst.



Deine Werke wirken konstruiert, gleichzeitig aber auch sehr fragil und verletzlich. Wie definierst du die Grenze zwischen Konstruktion und Verletzlichkeit?

Diese Spannung zwischen Konstruktion und Verletzlichkeit ist zentral für meine Arbeit. Architektur strebt immer nach Funktionalität, aber meine Praxis bewegt sich in die entgegengesetzte Richtung. Es interessiert mich nicht, ob etwas in praktischer Hinsicht funktioniert. Mich interessieren Emotionen, das, was im Gehirn passiert, wenn man einer Form begegnet. Das nenne ich meinen anti-architektonischen Ansatz: Ich verwende Baumaterialien, aber sie haben letztlich keinen funktionalen Zweck. Stattdessen nutze ich Form und Spannung als meine Werkzeuge. Das ist mein Pinsel, meine skulpturale Handschrift. Indem ich Dinge zusammenfüge oder auseinanderziehe, schaffe ich ein Gefühl von Rhythmus, von Mustern im Raum. Die Fragilität entsteht durch dieses ständige Hin und Her: Es ist eine Struktur, die aussieht, als könnte sie zusammenbrechen, aber sie hält, und in dieser Ungewissheit spürt man ihre Verletzlichkeit. Natürlich verschwindet mein architektonischer Hintergrund nie ganz. Die Sprache der Linie, des Volumens, der Masse, des Raums – das sind die Bausteine der Architektur, aber ich formuliere sie durch die Kunst neu. Ein Punkt, der mit einem anderen Punkt verbunden ist, eine Linie, die sie verbindet, der negative Raum dazwischen. Diese Elemente wandern von der Architektur in die Skulptur, aber sie beschreiben nicht mehr ein Gebäude. Sie beschreiben eine Emotion.



Du arbeitest oft mit Materialien wie Pappe, Sperrholz und Vinyl. Was reizt dich an ihnen?

Pappe steht in meiner Arbeit seit jeher für Zerbrechlichkeit, während Holz Solidität, Bodenständigkeit und Präsenz vermittelt. Pappe vermittelt ein Gefühl der Verletzlichkeit, während Holz den Raum dominiert und den Betrachter dazu einlädt, sich darin zu bewegen. Jedes Material hat eine andere Sensibilität: Das Vorbeigehen an einer Steinmauer, an Holz oder Pappe fühlt sich unterschiedlich an, und ich versuche, diese Erfahrung in mein Atelier zu übertragen. Ich fühle mich auch zu Materialien von der Straße hingezogen – zu Dingen, die übersehen oder weggeworfen werden. Ich glaube, dass alles Leben hat, sogar ein Müll-eimer. Für mich ist ein Mülleimer bewohnbar, er versorgt, er birgt Möglichkeiten. Das ist das Argument: Alles hat Leben, und deshalb hat alles Wert. Die Architektur hat mich gelehrt, dass Systeme immer für die Menschen funktionieren. Johannesburg funktioniert für Johannesburg, London für London. Eine Kirche in Europa ist nicht dasselbe wie eine Kultstätte in einer afrikanischen Stadt, doch beide sind für die Gemeinschaften gebaut, denen sie dienen. Ich versuche, diesen Geist in meiner Arbeit einzufangen: Materialien und Formen, die die Menschen in ihrer eigenen Sprache ansprechen, die eine Neuinterpretation und Verwendung ermöglichen.



Du bist in Peddie auf dem Land aufgewachsen, hast später in Gqeberha und Johannesburg studiert und lebst und arbeitest heute in Kapstadt, einer Stadt mit fast fünf Millionen Einwohnern. Spiegelt sich diese Vielfalt der Orte auch in deiner Arbeit wider?

Mein Zuhause wird immer Peddie bleiben. Egal, wo ich lebe, meine Träume, mein Geruchs- und Geschmackssinn kehren immer dorthin zurück. Aber das Leben in großen Städten hat mir ermöglicht, darüber nachzudenken. Kapstadt gibt mir die Distanz, um mich wieder auf meine Kindheitserinnerungen einzulassen und zu verstehen, was mir gefehlt hat. Als ich aufwuchs, gab es nicht viele Gebäude um mich herum, also begann ich, sie zu zeichnen. Später wurde mir klar, dass ich versuchte, das Gegenteil von dem zu schaffen, was ich hatte – die Stadt aufs Land zu bringen. Ja, diese unterschiedlichen Orte tauchen in meiner Arbeit auf, aber nicht immer als direkte Inspirationsquelle.

Woher beziehst du deine Inspiration und wie sieht dein kreativer Prozess von der ersten Idee bis zum fertigen Werk aus?

Ich interessiere mich dafür, wie Menschen Worte verwenden, insbesondere in Bezug auf Städte und unsere Lebensweise. Sprache offenbart, wie wir über Raum denken. Ein „Haus“ und ein „Ort zum Leben“ sind nicht dasselbe. Dieser Unterschied eröffnet einen Weg: Was braucht ein Mensch zum Leben? Ich beginne dort, reduziere Ideen auf ein Minimum und baue sie dann wieder auf. Ich nehme bereits existierende Konzepte und erweitere sie, bis sie zu etwas werden, mit dem ich arbeiten kann. Mein Prozess verläuft selten geradlinig von A nach B. Ich suche nach dem Dazwischen –

dem Teil, der sich nicht als Lösung anbietet. Selbst bei schwierigen Themen gehe ich davon aus, dass es einen Weg gibt, wenn ich immer wieder bessere Fragen stelle. Manchmal nimmt das die Form eines Gedankenexperiments in Bezug auf eine Stadt an. Ich habe zum Beispiel darüber nachgedacht: Was wäre, wenn Johannesburg einen Strand hätte? Das klingt spannend, aber als ich mich damit beschäftigt habe, wurde mir klar, dass die Stadt keinen Strand braucht. Sie braucht Zeit, Freizeit. Vielleicht einen Park. Die Menschen in Johannesburg arbeiten unglaublich hart. Ein Strand wäre bedeutungslos, wenn niemand Zeit hätte, dorthin zu gehen. Es ist nicht Südfrankreich, sondern eine Stadt, die von einer großen Zahl von Menschen am Arbeitsplatz lebt. Wenn man Städte auf diese Weise betrachtet, versteht man auch, warum die Dinge so „gut“ sind, wie sie sind, denn sie sind auf das Leben der Menschen zugeschnitten, die sie nutzen. So wird die Arbeit zu einer Möglichkeit, zu zeigen, dass es andere Wege gibt, über Raum, Architektur und Infrastruktur nachzudenken. Ich nutze Ideen aus der Alltagssprache, teste sie anhand der Lebensweise der Menschen und lasse die Antworten die Formen bestimmen. Das Werk ist fertig, wenn die Frage klar ist, nicht wenn das Objekt „funktional“ wird, sondern wenn es eine Denkweise enthält, durch die man sich bewegen kann.

Nachdem du Inspiration gefunden hast und ins Atelier gehst, wie fängst du dann an?

Ich beginne mit Zeichnungen. Die Zeichnungen werden wie Gebäude gelesen. Man folgt den Linien, als wären sie Wände, Türen oder Wege, und dadurch beginnt man, sich den Raum vorzustellen. An dieser Stelle beginne ich mit der Abstraktion: Ich nehme die Sprache der Architektur und entferne mich langsam davon, was ein Gebäude „sein sollte“. Aus den Zeichnungen entstehen oft Wandarbeiten. Zuerst betrachtet man flache Oberflächen, dann geht man um sie herum, um ein Gefühl für ihre Beziehung zum eigenen Kör-



per zu bekommen. Dann verlässt die Arbeit die Wand und wird zu einer Installation im Raum. Mein nächster Schritt ist, hineinzugehen, mich von dem Werk umgeben zu lassen, es gewissermaßen zu bewohnen. Ich zeichne, konstruiere dann etwas Festes und lasse mich vom Werk selbst zum nächsten Schritt führen.

William Kentridge hat dich uns als einen der derzeit interessantesten Künstler Südafrikas für ein Interview empfohlen. Wie empfindest du seine Wahl? Hat Kentridge dich als Künstler beeinflusst?

Das war eine Überraschung und natürlich sehr aufregend. Ich habe Johannesburg als Stadt und Landschaft schon immer gemocht, und Kentridges Arbeit spricht mich in dieser Hinsicht an – wie Städte funktionieren, wie sie für ihre Bewohner existieren. Johannesburg ist komplex, kraftvoll und einzigartig. Durch seine Arbeit habe ich Johannesburg mit anderen Augen gesehen. Er rahmt die Stadt ein, positioniert sie als Figur und zeigt, wie sie sich entwickelt und überlebt. Das hat mich inspiriert – zu erkennen, wie eine Stadt, ihre Landschaft und Infrastruktur in einem Kunstwerk zum Ausdruck kommen können.

An welchen Themen arbeitest du derzeit und was sind deine Zukunftspläne?

Im Moment beschäftige ich mich wieder mit der Idee, dass alles bewohnbar ist. Dass in allem Leben steckt. Ich möchte dies auf jede erdenkliche Weise erforschen. Was bedeutet es, ein Stück Holz an der Wand zu sehen und es als einen Ort zum Leben zu betrachten? Kunst kann diesen Raum der Möglichkeiten und Inspiration öffnen. In Zukunft will ich meine Werke weiter ausbauen, damit die Menschen hineingehen können. Wenn das Werk zu einem Raum wird, den man bewohnt, dann kann man Dinge wie Wetter, Licht und Temperatur erforschen. Darauf arbeite ich hin.

Vielen Dank!



Das Gespräch mit dem Künstler führte Sara Göttelmann am 1.10.2025. Das ungekürzte Interview finden Sie auf www.part.foundation.



Alles was Recht ist

Juristische Take-aways für Unternehmer

zubereitet von den Anwälten von Brödermann Jahn

01

Untervermietung ist kein Geschäftsmodell mehr

(BGH, Urteil 28.01.2026 - VIII ZR 228/23)

Ein Mieter hat kein Recht, seine Wohnung mit Aufschlag unterzuvermieten.

Das sagen die Richter:

Der Bundesgerichtshof ist einer in Metropolen (Hamburg, München, Köln) weitverbreiteten Praxis entgegengetreten. Oft erzielen Mieter Erträge, indem sie ihre Wohnung mit Aufschlag untervermieten. In dem entschiedenen Fall hatte der Mieter den Mietpreis gegenüber seinem Untermieter verdoppelt. Der Bundesgerichtshof hat nun klargestellt: Zwar habe ein Mieter unter bestimmten Voraussetzungen das Recht, von dem Vermieter die Zustimmung zur Untervermietung zu erhalten, das umfasse aber nicht eine Untervermietung mit Gewinnerzielungsabsicht. In dem entschiedenen Fall war somit die vom Vermieter ausgesprochene fristlose Kündigung gegenüber dem Mieter wirksam. Diese Entscheidung dürfte sowohl bei Wohnungssuchenden als auch bei Wohnungsanbietern Zustimmung hervorrufen.

(Dr. Philipp von Dietze)

02

Keine Blockade des Gesellschaftsregisters durch unbekannte Erben

(KG Urteil vom 2.6.25, 22 W 20/25)

Die unbekanntenen Erben eines verstorbenen GbR-Gesellschafters können in das Gesellschaftsregister eingetragen werden.

Das sagen Richter:

Das Registergericht hatte die Eintragung einer GbR in das Gesellschaftsregister abgelehnt, weil unter den Gesellschaftern „unbekannte Erben“ einer früheren Gesellschafterin waren, und es eine Erbengemeinschaft für nicht eintragungsfähig hielt. Dem hat das Kammergericht widersprochen: Es werde nicht die Erbengemeinschaft als solche eingetragen, sondern einzelne (wenn auch noch unbekannte) Erben. Diese werden durch einen vom Nachlassgericht zu bestellenden Nachlasspfleger vertreten. Die Eintragung ändere nichts am Haftungsregime der GbR: Aufgrund der Sondererbfolge haftet nicht die Erbengemeinschaft insgesamt, sondern jeder (unbekannte) Erbe für seinen Anteil jeweils persönlich. Für die Praxis bedeutet dies: Auch wenn nach dem Tod eines Gesellschafters die Erben noch nicht ermittelt oder erreichbar sind, steht dies der Eintragung der GbR in das Gesellschaftsregister nicht entgegen. Damit bleiben dringende Grundbuch- und Finanzierungsvorgänge (z. B. Umschuldungen) trotz unbekannter Erbfolge möglich.

(Laura Kaufmann)

03

Kein D&O-Versicherungsschutz: Nur bei nachgewiesener wissentlicher Verletzung einer konkreten Pflicht

(BGH, Urteil vom 19.11.2025 - IV ZR 66/25)

Das sagen die Richter:

Der Bundesgerichtshof hat mit dieser Grundsatzentscheidung die Rechte von Geschäftsführern gegenüber D&O-Versicherern gestärkt und einer ausufernden Anwendung des Risikoausschlusses wegen „wissentlicher Pflichtverletzung“ klare Grenzen gesetzt. Das Urteil korrigiert eine vorangegangene Entscheidung des OLG Frankfurt (wir berichteten), das den Versicherungsschutz eines Geschäftsführers verneint hatte, weil dieser durch Verletzung der Insolvenzantragspflicht wissentlich gehandelt habe. Der BGH stellt nun klar: Die wissentliche Pflichtverletzung muss sich präzise auf genau diejenige Handlungspflicht beziehen, wegen derer der Geschäftsführer auf Schadensersatz in Anspruch genommen wird – und nicht auf eine andere, auch wenn diese demselben Zweck dient.

Das Urteil macht deutlich:

Eine D&O-Versicherung verliert ihren Schutz nicht bereits dann, wenn einem Geschäftsführer irgendeine wissentliche Pflichtverletzung im Zusammenhang mit einer Krise vorgeworfen werden kann. Unternehmen und ihre Leitungsorgane sollten dennoch in Krisensituationen alle handlungsrelevanten Pflichten im Blick behalten und ihre Entscheidungen dokumentieren: Wer handelt, muss nachweisen können, dass er einzelne Zahlungen, den Abschluss neuer Kundenverträge oder sogar die Annahme von Zahlungen im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen vorgenommen hat, denn das Risiko einer persönlichen Haftung des Geschäftsführers ist durch das Urteil nicht ausgeschlossen worden.

(Dr. York Zieren)



04

Entgelttransparenzgesetz - neue Pflichten auch für kleinere Betriebe

Schon jetzt ächzt so manch ein Arbeitgeber über die vielen formalen Vorgaben des Entgelttransparenzgesetzes. Nun kommt mit der EU-Richtlinie zur Chancengleichheit noch mehr Bürokratie auf noch mehr Arbeitgeber zu – für den guten Zweck!

Dann gilt

- Lohntransparenz für Bewerber: Schon in Stellenanzeigen oder vor dem Vorstellungsgespräch müssen Informationen zu Einstiegsgehalt oder eine Gehaltsspanne genannt werden. Arbeitgeber dürfen künftige Arbeitnehmer nicht nach ihrer früheren Vergütung fragen.
- Berichterstattung über das geschlechtsspezifische Lohngefälle: Arbeitgeber mit mehr als 100 Beschäftigten (bisher 500) müssen Informationen über das Lohngefälle zwischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern veröffentlichen. Arbeitgeber mit mindestens 250 Beschäftigten müssen dies jährlich und Arbeitgeber mit 150 (ab 2031: 100) bis 249 Beschäftigten alle drei Jahre tun.
- Gemeinsame Entgeltbewertung: Zeigen die Berichte ein geschlechtsspezifisches Lohngefälle von mindestens fünf Prozent und kann dies nicht objektiv geschlechtsneutral gerechtfertigt werden, müssen, gemeinsam mit dem Betriebsrat, Maßnahmen zur Beseitigung des Lohngefälles ergriffen werden.
- Lohntransparenz für Arbeitnehmer: Arbeitgeber müssen ihre Beschäftigte einmal jährlich darüber informieren, dass Sie Anspruch auf Auskunft über ihre eigene Vergütung sowie die durchschnittlichen Entgelte vergleichbarer Tätigkeiten – aufgeschlüsselt nach Geschlecht – haben.

Nachlässigkeit wird teuer. Die Richtlinie sieht strenge Sanktionsmechanismen, Entschädigungen und Beweislastregelungen für den Arbeitgeber vor. Zwar sind alle Einzelheiten jetzt noch nicht klar, aber es ist sicherlich ratsam, proaktiv die internen Entgeltstrukturen zu prüfen und an die EU-Vorgaben anzupassen. Carpe diem!

(Tina Denso)

05

Die neue EU-Verpackungsverordnung gilt ab dem 12.08.2026!

Viele Jahre galten Verpackungen in Europa vor allem als logistisches Mittel zum Zweck. Das ändert sich durch die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR) nun grundlegend. Verpackungen unterliegen künftig ähnlichen regulatorischen Anforderungen wie das Produkt selbst. Das hat erhebliche Auswirkungen auf die Wirtschaft, weil nahezu jedes Unternehmen Verpackungen nutzt – vom Industrieunternehmen bis zum Onlinehandel.

Neben vielem anderen muss man sich insbesondere die folgenden Änderungen merken:

- Die Verordnung definiert neue Rollen und Verantwortlichkeiten entlang der gesamten Lieferkette.
 - Sie führt neue Grenzwerte und Stoffbeschränkungen sowie strengere Anforderungen an die Recyclingfähigkeit von Verpackungen ein. Zudem müssen Verpackungen künftig auf das notwendige Mindestmaß reduziert werden.
 - Unternehmen treffen umfangreiche Informations- und Meldepflichten.
- Das ist ein echter Paradigmenwechsel – insbesondere für Produktion, Handel und Versandlogistik. Da Verstöße gegen die EU-Verpackungsverordnung mit erheblichen Sanktionen verbunden sein können, ist eine frühzeitige und sorgfältige Vorbereitung für Unternehmen unerlässlich.

(Christine Dempe)



Brödermann
Jahn

Scout in the legal jungle

Überschreiten Ihre Verträge Grenzen?
Wir können cross-border!

Brödermann Jahn Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

ABC-Straße 15, 20354 Hamburg

Phone +49. (0)40.37 09 05 – 0

www.german-law.com



„Mehr Hamburg geht gar nicht.“

Oper ist nur etwas für alte Leute? Von wegen!

Das Opernloft macht Oper für alle.

Wo einst die Fähre nach England ablegte, findet sich heute Hamburgs wohl ungewöhnlichstes Opernhaus. Das Opernloft hat es sich zum Ziel gemacht, Opern für alle Generationen erlebbar zu machen. Wir haben mit Geschäftsführerin Yvonne Bernbom und Intendantin Inken Rahardt gesprochen. Die beiden hatten die Idee für das Opernloft.

Ihr beide habt vor über 20 Jahren das Opernloft gegründet. Wie kam es dazu?

Yvonne: Das war ehrlich gesagt eine Schnaps-Idee. Wir beide haben uns im Gesangsstudium kennengelernt. Eines Abends saßen wir zusammen und haben bei dem ein oder anderen Glas Federweißen darüber gesprochen, dass viele etablierte Opernhäuser unserer Meinung nach zu wenig junges Publikum ansprechen. So kamen wir darauf, dass wir es, statt nur zu meckern, auch selbst besser machen könnten.

Inken: Die Idee hat uns nicht mehr losgelassen. Deshalb haben wir 2002 den Verein „Junges Musiktheater Hamburg e.V.“ ins Leben gerufen, aus dem später das Opernloft geworden ist. Ein paar Jahre später kam Susann Oberacker dazu, die als künstlerische Betriebsdirektorin unser Leitungstrio komplett macht.

Oper gilt bei einigen Leuten als elitäre, „alte“ Kunstform. Wie bricht das Opernloft mit diesen Klischees und wie reagieren verschiedene Generationen darauf?

Inken: Wir setzen an genau den Punkten an, wo wir die Schwächen der „Klischee-Oper“ sehen: Wir setzen zum Beispiel auf kürzere Vorstellungen: Bei uns dauert kein Opernabend länger als 90 Minuten. So lang wie ein Fußballspiel. Außerdem entwickeln wir innovative Formate wie unsere Event-Opern oder den Opern-Slam, bei dem man diese Kunstform von einer ganz

Oper als Erlebnis –
nicht als Pflichtprogramm.

q.beyond
expect the next

q.beyond – Ihr digitales Zuhause.

Souverän. Sicher.
Made in Germany.
IT-Services für Ihr Business.



www.qbeyond.de

„Junge Menschen sind oft überrascht, wie cool und modern Oper sein kann.“

Unternehmen:
Opernloft – Junges Musiktheater Hamburg e.V.

Seit seiner Gründung 2002 bietet das Opernloft Opern-Inszenierungen für Neulinge und Kenner. Seit 2018 beheimatet im Alten England-Terminal in Altona, kombiniert das Haus diesen modernen Ansatz mit einer einmaligen Hafen-Atmosphäre. Dank einem kleinen Team aus ca. 15 Festangestellten und einem Ensemble aus ca. 30 Sängern wird jeder Abend im Opernloft zu etwas Besonderem.

Gründung:
2002

Sitz:
Van-der-Smissen-Straße
22767 Hamburg

www.opernloft.de

www.fahrterminal.de
(für Events)

anderen Seite erleben kann. Bei uns gibt es auch keinen "Dresscode". Jeder kann so kommen wie er oder sie sich wohlfühlt.

Yvonne: Die Reaktionen sind sehr positiv. Junge Menschen sind oft überrascht, wie "cool" und modern Oper doch sein kann. Aber auch älteres Publikum und passionierte Opern-Kenner freuen sich, ihre "Lieblinge" hier einmal in neuer Form erleben zu können

Gibt es ein Stück oder Projekt, bei dem sich dieser Generationendialog besonders deutlich zeigt?

Inken: Mir fällt da direkt die Fußballoper ein, die ich 2024 zur EM in Deutschland entworfen habe. Der Abend besteht aus verschiedenen Szenen aus der Fußballwelt, gemischt sowohl mit Opern-Arien als auch mit Schlagern, Fangesängen und Rockmusik. Es ist immer wieder toll zu sehen, wie neben einem angehenden E-Jugend Kicker ein HSV-Urgestein sitzt und beide gleichermaßen ergriffen sind und begeistert mitjubeln und mitsingen. Das gibt jedes Mal Gänsehaut.

Oper für alle –
ohne Dresscode,
ohne Berührungängste.

Das Opernloft steht nicht nur Theatergästen offen, sondern auch Firmen, Vereinen oder Verbänden für ihre Feiern und Veranstaltungen. Was macht diesen Ort so besonders?

Yvonne: Unsere Lage direkt am Wasser kreiert eine unglaubliche Atmosphäre – mehr Hamburg geht gar nicht. Durch die großen Fenster im Saal und im Bistro schaut man direkt auf die Elbe. Oder man setzt sich auf unsere Terrasse und genießt die Stimmung aus nächster Nähe. Das bringt Jung und Alt zum Staunen. Unsere Location ist auch total flexibel. Vom Zirkus über Tropenwald bis zum schicken Galadinner haben wir hier schon alles mögliche umgesetzt.

Wo spürt man die Verbundenheit verschiedener Generationen hinter den Kulissen?

Yvonne: Wir betreiben das Opernloft als absolutes Herzensprojekt. Dabei wurden wir glücklicherweise immer tatkräftig von unseren Familien unterstützt. Mein Vater hat uns zum Beispiel lange Zeit im Hintergrund geholfen. Mein Sohn bereichert unseren Service und meine Tochter hat sogar schon in einer Inszenierung mitgespielt. Zusätzlich unterstützt uns auch mein Mann, der Wirtschaftsprüfer ist, bei Finanzen und IT. Man kann also sagen, dass allein schon drei Generationen Bernboms hier mitgewirkt haben. Und auch Inken und Susann sehe ich als Familie.

Inken: Ich finde, man merkt den Austausch der Generationen auch in der alltäglichen Arbeit. Wir haben viele Stammgäste, die schon lange zu uns kommen und von denen auch der ein oder andere einer älteren Generation angehört. Gleichzeitig arbeiten wir hauptsächlich mit sehr jungen Sängerinnen und Sängern, die teilweise gerade erst ihr Studium abgeschlossen haben. Auch unser Büro-Team ist vergleichsweise jung. Es ist in der Arbeit immer bereichernd, so viele verschiedene Perspektiven zu haben.



Internationales Geschäft
Grenzenlos Chancen nutzen

Morgen
kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Vom Exportvorhaben bis zur Expansion in neue Märkte: Zusammen mit unseren Partnern aus der Genossenschaftlichen FinanzGruppe begleiten wir Sie als Hamburger Volksbank hier vor Ort in Hamburg und weltweit - mit individueller Beratung und einem flexiblen Lösungsportfolio für Ihre internationalen Erfolge. Nutzen Sie Ihre Chancen!

Jetzt informieren:
www.hamburger-volksbank.de

 **Hamburger
Volksbank**

Foto: Jan Oliver Pemöller



Dem Nachwuchs gehört die Zukunft

Nachwuchsförderung bedeutet auch, Verantwortung zu übernehmen

Von Malte Wettren

Die diesjährigen Amundi German Masters auf dem Nord Course der Green Eagle Golf Courses standen nicht nur für hochklassigen Spitzensport im internationalen Damengolf, sondern auch für ein klares Signal in Richtung Zukunft des Sports. Während auf dem Platz um jeden Schlag gekämpft wurde, rückte abseits der Fairways vor allem die gezielte Förderung junger Talente in den Mittelpunkt.

Unter dem Motto „Golf Like a Girl“ wurden zahlreiche Mädchen bewusst an den Golfsport und die besondere Atmosphäre eines Profi-Turniers herangeführt. Rund 100 junge Teilnehmerinnen erhielten die Möglichkeit, Spitzengolf hautnah zu erleben, selbst zum Schläger zu greifen und sich mit professionellen Spielerinnen auszutauschen. Gerade in einer Zeit, in der viele Sportarten um Nachwuchs kämpfen, war dies ein wichtiges und starkes Zeichen.

Besonders emotional war dabei die Geschichte der erst 15-jährigen Amateurgolferin Lucia Fohrmann. Die Nachwuchsspielerinnen vom Golfclub Sarnberg hatte sich über den

„Amundi German Masters Junior Qualifier by Esther Henseleit“ einen Startplatz im Hauptfeld der Ladies European Tour gesichert und durfte damit erstmals unter professionellen Turnierbedingungen abschlagen. Für die junge Spielerin ging damit ein Traum in Erfüllung. Die Anspannung am ersten Abschlag, die Atmosphäre auf einem Tour-Event und die Begegnungen mit den etablierten Profis wurden für sie zu Erfahrungen, die weit über das sportliche Ergebnis hinausgingen.

Es ist vor allem die Verantwortung der älteren Generation, junge Menschen an Themen heranzuführen, sie mitzunehmen und mit echten Vorbildern zu begeistern.

Genau das ist an diesem Wochenende Mitte Mai eindrucksvoll gelungen. Auch der freie Eintritt für alle Besucher unter 18 Jahren an allen vier Turniertagen unterstrich den Anspruch der Veranstalter, Nachwuchs nicht nur symbolisch, sondern ganz praktisch zu fördern.

Die deutschen Profigolferinnen nahmen die starke regionale Unterstützung sichtbar wahr – und genos-

sen sie ebenso spürbar. Sportlich hätte das Wochenende kaum spannender verlaufen können. Alle vier führenden Flights gingen am Finaltag mit deutscher Beteiligung auf die Runde. Mit Alexandra Försterling, Esther Henseleit, Chiara Noja, Laura Fünfstück und Leonie Harm hatten gleich mehrere deutsche Spielerinnen realistische Chancen auf den Turniersieg.

Am Ende setzte sich Leonie Harm nach einer beeindruckenden Schlussrunde durch und entriess Alexandra Försterling die Führung des Vortages noch auf den letzten Bahnen. Besonders ihre beiden letzten Birdies auf der 17 und 18 sorgten für eine außergewöhnliche Atmosphäre rund um das Public Village und die VIP Garden Lounge. Der Sieg mit dem letzten Schlag des Turniers war nicht nur sportlich spektakulär, sondern auch ein emotionaler Höhepunkt für das gesamte Event.

Dabei wurde einmal mehr deutlich: Die heutigen Profis hatten früher selbst entsprechende Vorbilder, die ihre Begeisterung für den Sport geprägt haben. Nun geben sie diese Inspiration an die nächste Generation

weiter. Dieser Gedanke reicht weit über den Sport hinaus und lässt sich auch auf die Wirtschaft übertragen. Mit der traditionsreichen Aktion „Schüler im Chefsessel“ haben Mitglieder von DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER über viele Jahre hinweg versucht, junge Menschen frühzeitig für Unternehmertum zu begeistern. Denn wer könnte glaubwürdiger vermitteln, was Unternehmertum bedeutet, als Unternehmer selbst? Eine Aktion, die wieder stärker in den Fokus rücken muss.

Wer nicht ausreichend in junge Menschen investiert, investiert am Ende auch nicht ausreichend in die eigene Zukunft.

Die Amundi German Masters haben in diesem Jahr eindrucksvoll gezeigt, wie moderne Nachwuchsförderung aussehen kann – nahbar, inspirierend und mit echten Vorbildern.

Umso erfreulicher ist das klare Bekenntnis, dass die Ladies European Tour auch 2027 wieder in der Metropolregion Hamburg Station machen wird.

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



Spezialfarben mit Geschichte

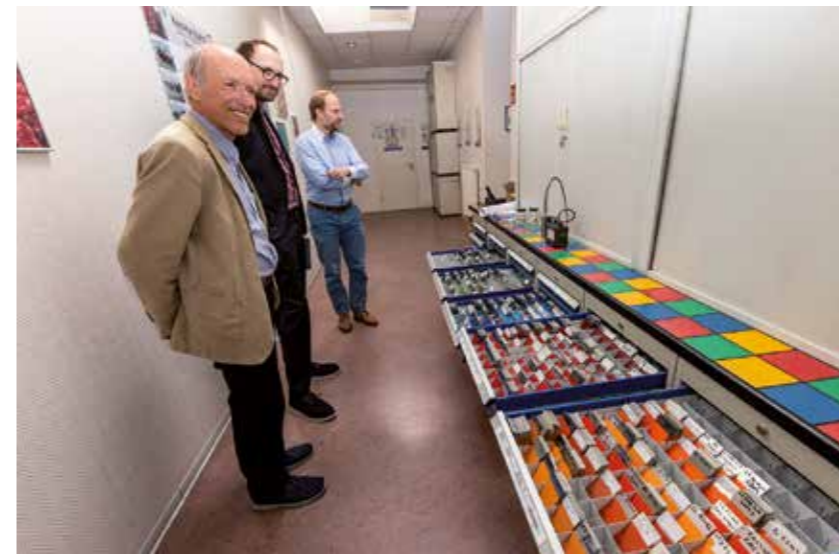
A.V. Branth: Jede Dose eine Lösung

Von David Friedemann

Fünf Generationen beschäftigen sich bei A.V. Branth mit der Frage, wie langlebige Spezialfarben entstehen können – mit hochwertigen Rohstoffen, klaren Prozessen und einem erstaunlich nachhaltigen Ansatz.

A.V. Branth entwickelt und produziert hochwertige Korrosionsschutzsysteme und Spezialbeschichtungen für Industrie, Handwerk und anspruchsvolle Anwendungen. Im Kern geht es dabei um Farben, die deutlich mehr können: Es geht um den Schutz unterschiedlicher Oberflächen, um langlebige Materialien und um Lösungen, die dort eingesetzt werden, wo Verlässlichkeit entscheidend ist. Beispielsweise auf Brücken, in Industrieanlagen, auf Schiffen oder unter anderen extremen Bedingungen. Was zunächst sehr technisch klingt, bekommt vor Ort schnell eine andere Qualität. Es geht nicht nur um einen perfekten Anstrich, sondern um das Verständnis dafür, wie Materialien über Jahrzehnte hinweg bestehen können.

Als wir in Glinde ankommen, wirkt das Gebäude zunächst eher zurückhaltend. Eine klassische Büro- und Produktionshalle im Gewerbegebiet, funktional, gut angebunden an die Autobahn. Doch schon nach wenigen Schritten merkt man, dass hier viel mehr passiert. Hier wird entwickelt, gemischt, getestet – und vor allem weitergegeben. Über mehr als ein Jahrhundert hinweg, über mittlerweile fünf Generationen. Im ersten Stock liegt die Büroetage. Hier treffen wir Tim Valentin=Branth, der das Unternehmen inzwischen gemeinsam mit seinem Vater Axel Valentin=Branth führt. Der Name fällt sofort auf: Valentin=Branth mit Doppelbindetrich. Eine ungewöhnliche Schreibweise, die sich durch die gesamte Unternehmensgeschichte zieht und seit Generationen fester Bestandteil der Familienidentität ist. Der Doppelbindetrich stammt aus einer Zeit in welcher Doppelnamen noch selten waren.



Ein Archiv aus Farbe: Jeder Farbton reproduzierbar – auch nach Jahrzehnten.

Wir setzen uns an einen Besprechungstisch. Hinter Tim Valentin=Branth steht ein großes Regal, gefüllt mit Farbdosen in den markanten Gelb- und Orangetönen. Es wirkt weniger wie ein Verkaufsregal und mehr wie ein geordnetes Archiv. Jede Dose steht für eine Lösung, für einen speziellen Anwendungsfall, für eine Entwicklung, die sich über Jahre bewährt hat. Während wir sprechen, greift Tim Valentin=Branth immer wieder nach einzelnen Produkten, erzählt von Eigenschaften, Einsatzbereichen und kleinen Details, die man so nicht erwarten würde.

Die Geschichte des Unternehmens beginnt 1887 in Hamburg. Die Familie hat ihre Wurzeln in Dänemark und war dort über Generationen hinweg in der Landwirtschaft tätig. Mit der Industrialisierung veränderte sich vieles, und so zog die Familie nach Hamburg. In einer Molkerei erkannte der Urgroßvater schließlich ein Problem: Die eingesetzten Dampfmaschinen rosteten durch die hohe Feuchtigkeit und Temperaturen. Daraus entstand die Idee für einen eigenen Korrosionsschutz.

Hamburg bot dafür ideale Voraussetzungen. Rohstoffe waren verfügbar, der Hafen sorgte für kurze Wege und erste Rezepturen entstanden. Schon damals war das Unternehmen hervorragend angebunden – nicht wie heute an die Autobahn, sondern direkt an den Hamburger Hafen in Ottensen. Der perfekte Standort, um schnell Rohstoffe aus aller Welt zu beziehen. Mit den Jahren veränderte sich allerdings das Umfeld. Straßen wurden enger, Wohnraum entstand und der Standort wurde für einen produzierenden Betrieb zunehmend schwieriger. Schließlich ergab sich eine besondere Lösung: Der damalige Inhaber des Grundstücks in Glinde tauschte das Grundstück mit den Valentin=Branth. Für beide Seiten eine ideale Lösung.

Der frühere Standort wurde neu entwickelt und trägt heute den Namen Branthshof – und in Glinde konnte die Produktion nahtlos weitergehen. Rund 25 Mitarbeiter arbeiten heute bei A.V. Branth. Viele von ihnen sind seit vielen Jahren im Unternehmen tätig. Ein eingespieltes Team in Produktion und Verwaltung.

Der Fokus lag bei A.V. Branth schon früh darauf, hochwertige Beschichtungen zu entwickeln. Farben, die nicht nur gut aussehen, sondern vor allem Beständigkeit beweisen. Und die dabei möglichst ohne unnötige Zusätze auskommen. Dieser Anspruch zieht sich bis heute durch das gesamte Unternehmen und ist an vielen Stellen spürbar.

Ein Produkt steht dabei besonders im Fokus. Tim Valentin=Branth greift zu einer Dose und stellt sie vor uns auf den Tisch. „3 in 1“, steht darauf. Entwickelt wurde die Farbe 1987 – ausgerechnet im Geburtsjahr von Tim selbst – und vereint Grundierung, Rostschutz und Decklack in einem einzigen System. Was heute naheliegender wirkt, war damals ein echter Bruch mit bestehenden Denkweisen. Heute gehört diese Farbe zu den wichtigsten Produkten des Unternehmens. Sie wird in unterschiedlichen Bereichen ein-

Treue Mitarbeiter, stabile Prozesse, generationenübergreifendes Wissen.



Farben, die Brücken, Schiffe und Industrieanlagen über Jahrzehnte schützen.



Dort werden die einzelnen Bestandteile extrem fein vermahlen, sodass die Farben ihre feine Struktur und Qualität erhalten. Am Ende der Produktion stehen große Tanks mit den meistgefragten Farbtönen. Von dort aus werden die Farben in unterschiedliche Gebinde abgefüllt. Auch die Dosen selbst sind besonders. Die typische Branth-Dose mit ihrer markanten Form, der kleinen oberen Naht und der charakteristischen orange-gelben Gestaltung hebt sich sofort von klassischen Farbdosen ab. Sie lässt sich stapeln, liegt anders in der Hand und wirkt fast wie ein eigenes Stück Markenidentität. Und dann ist da noch ein Punkt, der uns während des Rundgangs immer wieder beschäftigt: die Frage nach Reststoffen und Abfällen. Gerade bei der Produktion von Korrosionsschutzlacken erwartet man große Mengen chemischer Rückstände. Doch genau das Gegenteil ist der Fall. Reinigungsflüssigkeiten werden gesammelt und später wieder in die Produktion integriert. Übrig bleiben am Ende nur wenige Dosen mit eingetrockneten Komponenten und ein paar Säcke aus Papier. Mehr nicht.

gesetzt – von Brücken über Industrieanlagen bis hin zu maritimen Anwendungen. Die Eigenschaften lesen sich fast wie eine kleine Liste technischer Besonderheiten: hohe Korrosionsbeständigkeit, auf vielen Materialien direkt einsetzbar, selbst bei Temperaturen bis minus 10 Grad Celsius verarbeitbar. Die Farbe ist sogar für Kinderspielzeug geeignet. Nach dem Einstieg in die Welt der Spezialfarben gehen wir gemeinsam in die Produktion. Auf dem Weg dorthin begegnen uns historische Fotografien, Dokumente und Erinnerungsstücke aus den vergangenen Jahrzehnten. Ein Raum wirkt dabei fast wie ein Farbgedächtnis des Unternehmens. In langen Metallschränken lagern tausende Farbmusterbleche, fein säuberlich sortiert nach Farbtönen. Rottöne, Grüntöne, Blautöne – jedes einzelne Blech beschichtet mit einer konkreten Rezeptur, einem bestimmten Farbton oder einem früheren Auftrag. Selbst Farben aus den 1980er-Jahren lassen sich so exakt nachvollziehen. „Wenn ein Kunde heute eine bestimmte Farbe aus einer früheren Produktion benötigt, können wir diese exakt reproduzieren“, erklärt uns Axel Valentin=Branth. In der Produktion wird der gesamte Prozess dann greifbar. Große Mischanlagen, Tanks und Rührwerke bestimmen das Bild. Pigmente in intensiven Farben, so fein, dass sie sich selbst mit Wasser nur schwer von der Haut entfernen lassen. Schon kleinste Mengen reichen aus, um einen Farbton zu bestimmen. Besonders spannend sind die sogenannten Perlmühlen.

Unternehmen:
A.V. Branth KG

Schwerpunkt:
Entwicklung und Produktion hochwertiger Korrosionsschutzsysteme und Spezialbeschichtungen für Industrie, Handwerk und anspruchsvolle Anwendungen – von Brücken über Industrieanlagen bis hin zu maritimen Einsatzbereichen.

Gründung:
1887

Sitz:
Glinde (bei Hamburg)

Mitarbeiter:
rund 25

Generationen:
5

<https://branth-chemie.de>



Familienunternehmen mit Doppelbindestrich-Identität steckt im Namen.

Zu guter Letzt dürfen wir uns auch persönlich von der Qualität überzeugen. Draußen auf dem Hof zeigt uns Tim Valentin=Branth noch die Spraydosen-Variante der 3 in 1-Farbe. Seit 2017 ist sie auf dem Markt und wird vor allem im industriellen Bereich eingesetzt. An einer eigens eingerichteten Testwand dürfen wir verschiedene Produkte vergleichen, darunter auch handelsübliche Sprays. Um den Unterschied zu merken, muss man kein Profi sein. Ein völlig anderes Sprühverhalten, saubere Deckkraft, gleichmäßiges Ergebnis. Am Ende bleibt der Eindruck eines Unternehmens, das seine Produkte über Jahrzehnte hinweg mit großer Konsequenz weiterentwickelt hat. Mit einem klaren Qualitätsanspruch und dem Willen, Dinge langfristig besser zu machen. Und es bleibt das Erstaunen, dass man Farben produzieren kann, ohne Berge von Abfallstoffen zu erzeugen. Wir sehen Farben jetzt mit einem ganz neuen Blick – und vor allem mit deutlich mehr Facetten.

„Um den Unterschied zu merken, muss man kein Profi sein.“



Anzeige

Swiss Life Maximo – höchste Renditechancen mit bedeutender Sicherheit



Konflikt der Generationen

Boomer, Gen X, Millennials und Gen Z – Wie wir uns wirklich unterscheiden und was das für unsere Zukunft bedeutet

Plötzlich entflammt ein hitziger Streit zwischen Opa und Enkel, Vater und Tochter, Alt und Jung. Es geht ums Gendern, um Faulheit und Handys, um die vermeintlich guten alten Zeiten und die Lasten, die jede Generation zu tragen hat. Wie Risse ziehen sich die Konfliktlinien durch die Familien und die ganze Gesellschaft. Der renommierte Generationenforscher und Spiegel-Bestseller-Autor Rüdiger Maas beleuchtet die Ursachen und Hintergründe dieser augenscheinlichen Kluft. Das Buch taucht tief in die unterschiedlichen Weltansichten und Verhaltensweisen ein, die jede Generation prägen – von den Boomern, die in einer Phase des wirtschaftlichen Aufschwungs aufwuchsen, über die Generation Z, die in einer Zeit voller Unsicherheiten und technologischer Umbrüche groß wurde, bis hin zur zukünftigen Generation Beta, die in eine völlig neue, futuristisch anmutende Welt hineingeboren wird. Maas erläutert, wie historische Ereignisse und gesellschaftliche Veränderungen die Einstellungen und das Verhalten jeder Generation geformt haben und warum dies oft zu Missverständnissen und Konflikten führt. Ein bahnbrechendes

Konflikt der Generationen
Herausgeber: Yes Publishing

19. November 2024
Hardcover
240 Seiten
ISBN 978-3-96905-333-1
22,00 Euro



Porträt aller Generationen, ihrer Einstellungen und Lebensgewohnheiten und ein unverzichtbarer Leitfaden für alle, die den Generationskonflikt überwinden und zum Zusammenhalt unserer Gesellschaft beitragen möchten.

Über den Autor

Rüdiger Maas hat in Deutschland und Japan Psychologie und später berufsbegleitend Philosophie studiert. Er forschte und arbeitete ein Drittel seines Lebens im Ausland. Seit 2012 untersucht er mit seinem Team Kohorten- und Gruppendynamiken sowie generationenbedingtes Verhalten und gründete hierzu das Institut für Generationenforschung. Schwerpunkte der Forschung liegen auf der gegenseitigen Beeinflussung der Generationen untereinander, etwa in der Erziehung, aber auch beim Umgang miteinander in Unternehmen oder in der Gesellschaft. Mit seinen zahlreichen Fachbüchern und Vorträgen ist Maas inzwischen der bekannteste Generationenforscher Deutschlands. Maas ist Autor des „Spiegel“-Bestsellers „Generation lebensunfähig“ sowie weiterer Sachbücher.

Conner Pirck



Du hast bereits einen Beruf: Was motiviert dich, in der Schule dranzubleiben?

Die Schule macht mir nicht besonders viel Spaß und ich gehe eigentlich nur hin, weil es Pflicht ist und damit ich später den Abitur-Abschluss habe. Ein Studium plane ich danach eher nicht, weil ich mir das meiste bis dahin sowieso schon selbst beigebracht habe und kann. Es gibt aber trotzdem ein paar Fächer, die ich ganz gut finde, wie zum Beispiel Journalismus. Der macht mir sogar echt viel Spaß.

Weißt du von Mitschülern oder Gleichaltrigen, die deinem Vorbild nahekommen?

Direkt in der Schule kommen zwar hier und da mal ein paar Fragen, aber das ist meistens nicht so ernst gemeint; niemand fragt mich wirklich um Rat. Aber einige Freunde in meinem Alter interessieren sich für das Thema. Ich würde schon sagen, dass ich sie motiviert habe und

Wer ist Connor Pirck?

Conner Pirck, geboren 2011, ist Schüler eines Hamburger Gymnasiums und gründete bereits mit 13 Jahren seine eigene Videoproduktionsfirma CB Production. Heute produziert der 15-Jährige Imagefilme, Eventvideos und Social-Media-Content für Unternehmen und Events. Seine Leidenschaft für Film und Storytelling entwickelte sich schon im Kindesalter. Bekannt wurde Conner als einer der jüngsten Unternehmer Schleswig-Holsteins.

sie mich als Vorbild sehen. Sie wollen später selbst eine Firma gründen oder ein eigenes Business auf die Beine stellen und sich so etwas aufbauen.

Was war der Auslöser für deinen unternehmerischen Start?

Ich habe mich schon immer für Technik interessiert und auch kleine Videos gedreht. Den eigentlichen Anstoß gab es 2015 oder 2016, als ich eine echte TV-Kamera bewegen durfte. Das eigene Unternehmen hat sich dann Schritt für Schritt entwickelt. Ich habe angefangen, Videos für die Firma meines Vaters zu machen, war dadurch auf Events und habe mir dort alles angeguckt. Irgendwann habe ich dem Team vor Ort bei den Events geholfen. Da ich immer dabei war und half, wurde ich schließlich gefragt, ob ich das After Movie für ein Großevent produzieren könne. Das war dann der Punkt, an dem ich die Firma gegründet habe.

Dein Vater ist Unternehmer. Welche Rolle hat das bei deiner Gründung gespielt?

Mein Vater unterstützt mich im Großen und Ganzen bei einigen Sachen und spielt schon eine Rolle, auch wenn das mittlerweile etwas weniger geworden ist als ganz am Anfang. Wenn ich eine Frage habe, hilft er mir sehr oft weiter. Bei der eigentlichen Gründung ging es über das Familiengericht, aber den gesamten anderen Teil der Gründung habe ich selbst gemacht. Deswegen hatte ich auch komplett selbst für meine Firma. Er ist also vor allem ein Support, wenn ich Rat brauche.

Wofür interessierst du dich neben Business und Schule?

Das Filmen ist für mich Business und Hobby zugleich. In meiner Freizeit, wenn ich nicht gerade Rechnungen schreiben muss, steht an erster Stelle, etwas mit meinen Freunden zu unternehmen. Ansonsten arbeite ich viel an meinem Kamera Setup, um einen noch besseren Workflow beim Filmen hinzubekommen und Videos schneller fertigstellen zu können. Nebenbei interessiere ich mich für coole Autos und Motorräder, die ich mir gerne bei Händlern oder auf Events anschauen. Außerdem fahre ich gerne Fahrrad und habe mir vorgenommen, das in Zukunft noch mehr zu machen.

Fa(I)ke News

Von Falk Röbbelen

Es gibt in Deutschland diese wunderschöne Erzählung vom „Generationenvertrag“, einem moralischen Staffellauf: Die Alten bauen etwas auf, die Jungen tragen es weiter, irgendwann geben sie es an ihre Kinder weiter. Klingt warm, verantwortungsvoll, fast skandinavisch. Tatsächlich handelt es sich inzwischen eher um ein Abo-Modell mit automatischer Abbuchung zulasten der Unter-40-Jährigen. Denn wenn wir ehrlich wären, müssten wir zugeben: Wir haben als Gesellschaft längst entschieden, dass uns die Zukunft ziemlich egal ist. Sonst würden wir anders handeln.

Nehmen wir das Klima: Deutschland diskutiert seit Jahren über Tempo 130 auf den Autobahnen, während gleichzeitig Dürren, Überschwemmungen und Milliardenschäden zunehmen. Allein die Flutkatastrophe im Ahrtal kostete über 30 Milliarden Euro. Gleichzeitig subventionieren wir weiter Diesel, Dienstwagen und fossile Strukturen, als könnten wir damit den Industriestandort retten. Und dann kommt irgendein 22-Jähriger von der „Letzten Generation“ und klebt sich auf eine Straße. Die Republik reagiert, als hätte er gerade den Reichstag angezündet: „Terroristen!“, „Klimachauten!“, „Wegsperrten!“

Und wenn Gewerkschaften mit Warnstreiks den kompletten Bahnverkehr oder Flughäfen lahmlegen, damit bereits gut abgesicherte Beschäftigte noch mehr Geld bekommen, gilt das plötzlich als gelebte Demokratie. Der 24-jährige Klimaaktivist blockiert eine Kreuzung, weil er glaubt, dass seine Generation vielleicht keinen halbwegs stabilen Planeten mehr erlebt? Staatsfeind. Der 58-jährige Funktionär legt eine Millionenstadt lahm, weil man statt achteinhalb Prozent nur sechs Prozent angeboten hat? Sozialpartner.

Es geht nie um die Methode. Es geht darum, wer nervt. Und die Jungen nerven. Besonders dann, wenn sie daran erinnern, dass wir ihnen gerade eine Rechnung hinterlassen, die weder mit einem Marshall-Plan noch mit einem Doppelwumms zu bezahlen ist.

Nehmen wir die Rente: Der Bundeszuschuss zur Rentenkasse liegt inzwischen bei deutlich über 120 Milliarden Euro pro Jahr. Zusammen mit weiteren Zuschüssen und versicherungsfremden Leistungen fließen rund ein Drittel des gesamten Bundeshaushalts direkt oder indirekt in die Altersversorgung. Und was ist die politische Antwort? „Rente mit 63“, „Mütterrente“, „Rentenniveau sichern“, „Keine Zumutungen!“. Die Zumutung ist nur leider die Mathematik. Während die Babyboomer in Rente gehen, schrumpft die Zahl der Beitragszahler dramatisch. 1962 kamen auf einen Rentner noch sechs Beitragszahler. Heute sind es knapp zwei. Bald eher eineinhalb. Andere Länder reagieren darauf mit Reformen: Schweden koppelt Leistungen automatisch an die Demografie. Dänemark hebt das Rentenalter konsequent entsprechend der steigenden Lebenserwartung an. In Kanada und Norwegen existieren massive Staatsfonds für kommende Generationen.

Natürlich gäbe es Reformpläne. Sie liegen seit Jahren offen auf dem Tisch: Sei es die Aktienrente oder kapitalgedeckte Zusatzsysteme, sei es eine spätere Verrentung entsprechend steigender Lebenserwartung, sei es das Ende ineffizienter Frühverrentungsanreize usw.! Aber all das trifft Wählergruppen, die tatsächlich wählen gehen. Und damit sind wir beim Kernproblem der Demokratie im Jahr 2026: Die Zukunft hat keine Mehrheit. Die größte und mächtigste Wählergruppe in Deutschland sind nicht junge Familien. Nicht Studenten. Nicht Berufseinsteiger. Es sind Menschen über 50. Und Politik reagiert auf Macht. Nicht auf Moral. Deshalb wird jede Debatte über Einschnitte sofort emotionalisiert: „Respekt vor der Lebensleistung!“, „Die Menschen haben 40 Jahre hart gearbeitet!“ Ja, haben sie. Aber die Frage lautet nicht, ob jemand gearbeitet hat. Die Frage lautet, wer die Rechnung bezahlt. Deutschland hat inzwischen eine Staatsverschuldung von deutlich über zweieinhalb Billionen Euro. Dazu kommen gigantische implizite Verpflichtungen aus Rente, Pensionen und Sozialstaat. Und trotzdem führen wir Debatten, als gäbe es irgendwo noch einen geheimen Geldspeicher hinter Klingbeils Band-Probenraum.

Wir investieren zu wenig in Bildung, zu wenig in Digitalisierung, zu wenig in Forschung, zu wenig in Start-ups, aber wir investieren hervorragend in Besitzstandswahrung. Deutschland ist Weltmeister darin, die Gegenwart vor der Zukunft zu schützen. Und natürlich merken junge Menschen das. Sie merken, dass Wohnraum unbezahlbar wird, dass sie immer höhere Sozialabgaben zahlen, dass sie länger arbeiten sollen und dass sie gleichzeitig moralisch belehrt werden, sie müssten „Verantwortung übernehmen“. Für wen eigentlich? Für eine Generation, die jahrzehntlang billige Energie aus Russland wollte, gleichzeitig gegen Atomkraft demonstrierte, zu wenig in Digitalisierung investierte, Schulen verfallen ließ und jetzt überrascht feststellt, dass Fachkräfte fehlen, ganz abgesehen vom Reformstau? Beeindruckend.

Besonders absurd wird es bei Zukunftsentscheidungen. Nehmen wir Olympia: Da dürfen selbstverständlich alle abstimmen. Auch Menschen, die die Spiele 2040 wahrscheinlich gar nicht mehr erleben. Der 19-Jährige, dessen Stadtbild und Infrastruktur davon jahrzehntlang möglicherweise profitiert, der es aber auch möglicherweise wird bezahlen müssen, hat exakt dieselbe Stimme wie jemand, der beim Eröffnungsspiel möglicherweise schon seit zehn Jahren friedlich auf dem Ohlsdorfer Friedhof liegt. Das klingt böse. Ist aber eine reale demokratische Schieflage: Diejenigen, die die langfristigen Folgen tragen, haben politisch oft die geringste Macht. Vielleicht müsste man deshalb tatsächlich radikaler denken: Mehr Wahlgewicht für Eltern. Wahlrecht ab 16! Generationenbilanzen für jedes Gesetz! Verpflichtende Offenlegung langfristiger Kosten über 20 oder 30 Jahre!

Momentan tun wir so, als wäre Verantwortung etwas für Sonntagsreden. Tatsächlich bedeutet Verantwortung fast immer Verzicht. Und genau dazu ist diese Gesellschaft immer weniger bereit. Wir wollen billige Energie, hohe Renten, niedrige Arbeitszeiten, sichere Jobs, starke Sozialleistungen, keine Zumutungen, keine Veränderung, keine Einschnitte und keine Windräder in Sichtweite unseres Bio-Supermarktes. Aber gleichzeitig soll bitte jemand die Zukunft retten. Vermutlich die Jugend. Die macht das schon. So wie wir früher. Nur eben diesmal ohne Geld, ohne Wohnraum und mit 40 Grad im September. Aber immerhin mit Deutschlandticket. Falls nicht gerade gestreikt wird.

Bleiben Sie neugierig!
Ihr Falk Röbbelen

bav.wwk.de

Anzeige

ERST KLAS SIG

Jeffrey Gouweleeuw
Verteidiger

WWK Betriebliche Altersversorgung
**MIT ERFAHRUNG IMMER
WIEDER ZU DEN
BESTEN GEHÖREN.**

Mit der **WWK bAV** profitieren Sie und Ihre Kunden von einer Lösung, die im vertriebsstarken bAV-Markt neue Maßstäbe setzt.

- **Produkt:** WWK *IntelliProtect*® 2.0 mit Renditechancen und Garantien, InstiTranchen und ETFs, flexible Garantiestufen von 50 bis 100 Prozent sowie hohe garantierte Rentenfaktoren
- **Prozess:** voll digital von Beratung bis Verwaltung, Gruppenvertragslösungen WWK Kollektiv easy sowie WWK Kollektiv select und digital, plus praxiserprobte Vorlagen für die Umsetzung beim Arbeitgeber
- **Service:** bAV Projektservice inklusive Brutto-Netto-Beraterdaten auch für XEMPUS advisor, persönlicher bAV-Support und bAV-Consultants sowie Weiterbildungen mit DVA-Zertifikat

WWK VERSICHERUNGEN
Vertriebsberatung: +49 89 5114-2500 oder info@wwk.de



WWK
Eine starke Gemeinschaft

Kulinarische Grüße aus Kapstadt

„Chefs Warehouse“ neu in der Speicherstadt

Mitten in der Speicherstadt eröffnete im März mit dem Chefs Warehouse Hamburg – Canteen & Bar ein neues Gastronomiekonzept, das Casual Fine Dining mit entspannter Atmosphäre verbindet. Die mehrfach ausgezeichnete Marke aus Kapstadt ist damit nun auch in Deutschland vertreten. Gegründet wurde Chefs Warehouse 2014 von Gastronom Liam Tomlin. Bekannt ist das Konzept für kreative Sharing-Gerichte, hochwertige regionale Zutaten und eine Küche, die gehobenen Anspruch ohne Förmlichkeit auf den Teller bringt. In mehreren Gängen werden kunstvoll angerichtete Speisen serviert, die gemeinsam geteilt werden.

Die Hamburger Dependance entstand aus der langjährigen Freundschaft zwischen Liam und Janet Tomlin sowie dem Hamburger Gastronomen Christoph Strenger. Gemeinsam mit seinen Partnern Roland Koch und Michael Maier begleitet er die Umsetzung des Projekts. Kulinarisch verbindet Küchenchef Eric Kröber die Handschrift des südafrikanischen Originals mit regionalen und

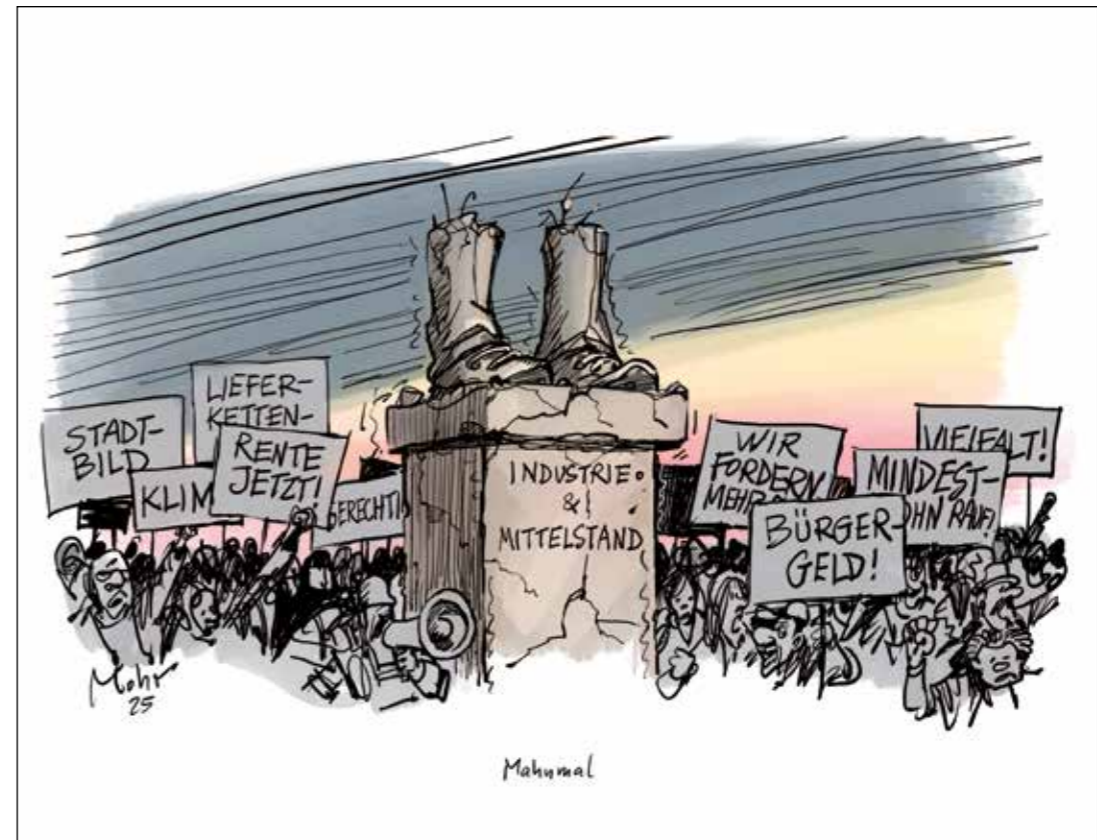
saisonalen Einflüssen aus Norddeutschland. Ergänzt wird das Restaurant durch eine stilvolle Bar-Galerie mit Signature-Drinks und Snacks. Auch Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle: Das Restaurant setzt auf hochwertige Lieferanten, einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen sowie einen konsequenten „Nose-to-Tail“- und „Root-to-Fruit“-Ansatz.

Sein Zuhause findet das Chefs Warehouse in der aufwendig sanierten historischen Maschinenzentralstation am Sandtorkai. Der Mix aus denkmalgeschützter Backsteinarchitektur, modernem Design und Hafencity-Panorama schafft ein außergewöhnliches Ambiente.

Mit dem Chefs Warehouse erhält Hamburg einen neuen Treffpunkt für alle, die kreative Küche, entspannten Genuss und besondere Architektur schätzen.

Adresse:
CHEFS WAREHOUSE canteen & bar GmbH
Am Sandtorkai 29 | 20457 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 238 36 06 00
E-Mail: info@chefswarehouse.de
www.chefswarehouse.de

Öffnungszeiten:
CANTEEN
Mo, Di, Mi, So: ab 18 Uhr
Do, Fr, Sa: ab 12 Uhr
CHEFS BAR
Di-Sa: 18 Uhr bis open end



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: vdahlen@familienunternehmer.eu

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

Redaktionsleitung:
Malte Wetztern (ehrenamtlich)

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

Redaktion:
redaktion@hhun.de
Malte Wetztern, 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: 3.500 Exemplare,
unentgeltliches MitgliederMagazin

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

Nächster Redaktionsschluss:
14. August 2026

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

Erscheinungsweise: 4x jährlich

RÜCKGRAT ERKENNT MAN AM HANDGELENK.

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



WEMPE IRON WALKER

Glashütte I/SA | Automatik Vollkalender | Edelstahl | Geprüftes Chronometer | 5.950 €

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