

für **HAMBURG**

MAGAZIN VON UNTERNEHMERN FÜR UNTERNEHMER

Ausgabe 01/2012

**MEDIENKULTUR UND
DIE KULTUR DER MEDIEN
NDR-INTENDANT LUTZ MARMOR
IM GESPRÄCH**

**E-COMMERCE
CHANCEN UND RISIKEN
UNTERNEHMERTAG IN
FRANKFURT AM MAIN**

**GO EAST
FAMILIENUNTERNEHMEN
IN RUSSLAND**

**FREDERIK UND
ROBERT VOGEL
WER „WAAGT“, GEWINNT**



WIR BEWEGEN FIRMEN.



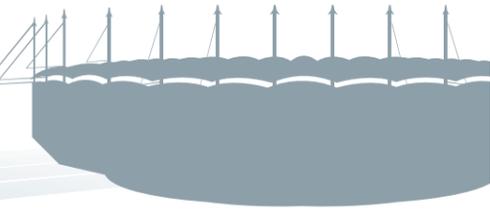
Bis 31.3. Frühlingstarif von 17,90 EUR* sichern!
*Preis zzgl. 19% MwSt.

- HAMBURG**
9. August 2012
- HANNOVER**
7. Juni 2012
- BERLIN-FINALE**
5. September 2012
- DORTMUND**
26. Juni 2012
- DÜSSELDORF**
5. Juli 2012
- NÜRNBERG**
26. Juli 2012
- KARLSRUHE**
12. Juli 2012
- MÜNCHEN**
19. Juli 2012

Deutsche Firmenlaufmeisterschaft 2012

B2RUN® Hamburg

9. August 2012, 19:30 Uhr
6,0 Kilometer
Zieleinlauf Imtech Arena



Jetzt anmelden
www.b2run.de

PARTNER DER DEUTSCHEN FIRMLAUFMEISTERSCHAFT.



PARTNER DES B2RUN HAMBURG.



EDITORIAL

LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE VON DIE FAMILIENUNTERNEHMER UND DIE JUNGEN UNTERNEHMER

In unserem Titelinterview kommen dieses Mal Robert und Fredrik Vogel zu Wort. Das Familienunternehmen besteht seit 1840 und ist seit 1970 Weltmarktführer für medizinisches Wiegen und Messen. Mit Maß und Mitte sollte auch die Diskussion um Ehrensold und Bobby Car unseres Ex-Bundespräsidenten Christian Wulff geführt werden. Wo ist die Souveränität geblieben? Wollen wir etwa einen Bundespräsidenten, der sich bei Gazprom oder im Dschungelcamp verdingt? Doch all die, die sich jetzt die Hände reiben und sagen: „Wir haben es schon 2010 besser gewusst und wollten den anderen Kandidaten“, werden sich noch wundern: Buchtipp: „Winter im Sommer – Frühling im Herbst“ von Joachim Gauck, Stichwort „Freiheit“! Wir freuen uns auf fünf (!) Jahre mit diesem Bundespräsidenten.



Michael Moritz
Vorsitzender Hamburg
„Die Familienunternehmer – ASU“

Jetzt gilt es also, einen „Cut“ zu machen und aus den Fehlern zu lernen; vor allem aber nach vorne zu schauen. So wie das unser Mitglied Hans-Dieter Philipowski im Interview tut und dabei seinen Blick nach Russland schweifen lässt. Griechenland hingegen beschäftigt uns immer noch: „Haircut“ und geordnete Insolvenz (Kolumne von Wilfried H.H. Remmers) sind jetzt quasi Realität geworden und die Lehre, die Europa daraus gezogen hat, lautet Fiskalunion. Die Schuldenobergrenze kommt und sie soll mit strengen und automatischen Sanktionen für die Länder einhergehen, die sie reißen. Wir bleiben aber skeptisch, warum nun mit dem Fiskalpakt gelingen soll, was mit Maastricht vereinbart, aber nicht umgesetzt wurde. Wenn es aber klappt, wie

wir uns das alle wünschen, dann brauchen wir auch keinen ESM mehr; schon gar keinen erhöhten, gehebelten oder gestreckten. Daher sollten wir erst einmal abwarten, ob die Maßnahmen greifen, das Sparen – auch in Deutschland – mit Entschlossenheit angegangen wird und dann Ende 2012 überprüfen, was tatsächlich nötig ist.

Die Richtung stimmt immerhin, um das Problem der Staatsverschuldung anzugehen. Allerdings sind dafür auch Transparenz, Risikomanagement und ordentliches Bilanzieren notwendig. Hamburg hat damit vor einigen Jahren angefangen und ist seit Ende 2011 überschuldet. Einem Unternehmer würde man die Kredite fällig stellen und von Insolvenzverschleppung sprechen. Hamburg kauft in diesem Moment für eine Milliarde Euro Unternehmensanteile.



Jan Schmidt
Vorsitzender Hamburg
„Die Jungen Unternehmer – BJU“

Vielleicht sollten die Politiker der Zukunft in einer Junior Management School (Artikel Seite 24) erst einmal das Wirtschaften lernen. Sonst werden wir uns wieder erst wundern, dass etwas schief läuft, wenn es zu spät ist. Und nächstes Mal kommt dann der richtige „Cut“: Die schwächere Hälfte des Feldes bleibt zurück. Um nicht dazu zu gehören, werden auch wir uns hier in Hamburg anstrengen müssen. Ohne Fleiß – kein Preis!

Herzlichst

DIE FAMILIEN UNTERNEHMER ASU

DIE JUNGEN UNTERNEHMER BJU

für **HAMBURG**

INHALT

NORDOSTSÜDWEST

INSOLVENT – WAS KOMMT DANACH? Seite 6

SCHWARZROTGRÜNGELB

MERZ IM JANUAR – NEUJAHRSEMPFANG DES WIRTSCHAFTSRATES MIT FRIEDRICH MERZ Seite 8

HAPAG-LLOYD-KAUF: DAS FALSCHES ZEICHEN Seite 10

DIE SONNTAGSFRAGE Seite 11

FÜR HAMBURG

INTERVIEW MIT FREDERIK UND ROBERT VOGEL, SECA GMBH & Co. KG Seite 12

**GO EAST – FAMILIENUNTERNEHMEN IN RUSSLAND
INTERVIEW MIT HANS-DIETER PHILIPOWSKI, PROTEC GMBH** Seite 18

FIX WIEDER GESUND – DANK DER FIRMA Seite 22

JUNIOR MANAGEMENT SCHOOL – MEHR ALS NUR EIN STROHFEUER Seite 24

STEUERPOLITISCHE KOMMISSION Seite 26

LEBENSMITTEL ONLINE KAUFEN Seite 39

ATELIERGESPRÄCH MIT DEM PHOTOPICTEUR MARC LÜDERS Seite 40

MITGLIEDER UND VERANSTALTUNGEN

NEUJAHRSEMPFANG 2012 Seite 28

VERZAUBERTE BALLNACHT 2012 Seite 30

MEDIENKULTUR UND DIE KULTUR DER MEDIEN Seite 36

UNTERNEHMERTAG DER JUNGEN UNTERNEHMER IN FRANKFURT AM MAIN Seite 44

HERZLICH WILLKOMMEN – NEUE MITGLIEDER Seite 45

WARUM WIR MITGLIEDER SIND Seite 48

RUBRIKEN

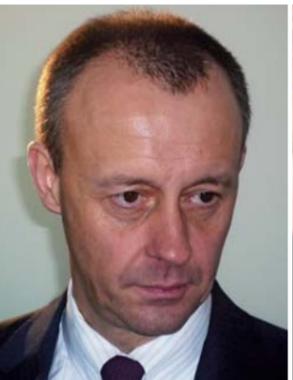
EDITORIAL Seite 3

PRESSESPIEGEL – ABGEDRUCKT UND AUSGESTRAHLT Seite 46

BUCH-TIPP Seite 47

KALENDER Seite 49

NACHGEFRAGT – 5 MINUTEN MIT BETTINA SCHOENBACH Seite 50



IMPRESSUM FÜR HAMBURG

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

Die Jungen Unternehmer – BJU
RK Hamburg (www.bju-hamburg.de)
Vorsitzender – Jan Schmidt
Fineas GmbH, Am Langenzug 22, 22085 Hamburg

Die Familienunternehmer – ASU e.V.
RK Hamburg (www.asu-hamburg.de)
Vorsitzender – Michael Moritz
CatCap GmbH, Valentinskamp 24, 20354 Hamburg

Landesgeschäftsstelle Hamburg
Birgitta Schoch, Espellohweg 53, 22607 Hamburg
Tel. 040-43 09 52 59

Anzeigen:
Anja Friedrich, Tel. +49 173 313 76 01
a.friedrich@fuer-hh.de

Auflage:
3.000 Exemplare
unentgeltliches MitgliederMagazin

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Redaktion:
redaktion@fuer-hh.de
Thomas Bauerkämper,
David Friedemann,
Haakon Fritzsche, Xenia Mergler,
Wilfried Remmers, Jan Schmidt,
Manja Wittkowski
Redaktionsanschrift: c/o That's ad,
Mittelweg 138, 20148 Hamburg

Konzeption und Gestaltung:
That's ad communication
Mittelweg 138, 20148 Hamburg
www.thats-ad.com

Titelfoto und -gestaltung:
Toni Momtschew, www.momtschew.de
Frank Bürmann, www.the-art-of-hamburg.de
www.fuer-hh.de

Druck:
mediadruckwerk Gruppe GmbH
Rondenborg 6, 22525 Hamburg,
www.mediadruckwerk.de

Versand:
GrafJungermann GmbH
Hellgrundweg 105-107, 22525 Hamburg
Geschäftsführer: Jürgen Graf
www.grafjungermann.de

Nächster Redaktionsschluss:
1. Juni 2012

Autorenbeiträge geben die Meinung des Verfassers, nicht der Redaktion wieder. Die Redaktion behält sich vor, eingesandte Beiträge zu kürzen oder nicht zu übernehmen. Bitte beachten Sie, dass Sie mit der Einsendung von Beiträgen und Bildern alle Rechte für die Print- und Digitalverarbeitung an die Redaktion abtreten. Ein Anspruch gegen die Redaktion entsteht grundsätzlich nicht. Der Verfasser verpflichtet sich außerdem, FÜR HAMBURG von Ansprüchen Dritter, die durch die Verwendung von zur Verfügung gestellten Materialien entstehen, freizustellen.

KOLUMNE

INSOLVENT – WAS KOMMT DANACH?

Autor: Wilfried H. H. Remmers

Eine Firma als Institution kann nicht Pleite gehen, sie ist nur eine juristische Person. Sie wird von Menschen in den Abgrund gesteuert. Auch ein Schiff läuft nur auf den Felsen, wenn der Steuermann nicht frühzeitig den Wetterbericht hört oder auf der Seekarte die Untiefen erkennt. Ein intensiver Blick auf das Konto und auf die Umsätze hätte auch helfen können. Nachfolgend eine Betrachtung zur Verbesserung des Insolvenzrechtes und zur Aufwertung des Ex-Geschäftsführers.

Hier soll es aber nicht um die Trümmer der Firma, sondern allein um den Geschäftsführer und seine Entmenschlichung gehen. Er hat die Warnungen und Hinweise nicht erkannt oder den Mitarbeitern den Arbeitsplatz möglichst lange erhalten wollen. Nun hat er den Untergang rechtlich und moralisch zu verantworten. Die nachfolgend beschriebene Leidensfähigkeit einer solchen Person muss grenzenlos sein, um die kommende Zeit zu überstehen.

Was passiert aber nun nach der Insolvenz oder, sympathischer ausgedrückt, dem „Marktaustritt“? Ämter, Institute, Sozialversicherung und Lieferanten fallen über den Geschäftsführer her, als hätte er noch Gelder ins Ausland und Waren illegal beiseite geschafft. So barsch und rücksichtslos ist dann auch plötzlich die Argumentation.

Einen Bankkredit auf den eigenen Namen zu bekommen, ist unmöglich. Eine neue Kontoeröffnung geht nur mit Glück, Verständnis und hohen Auflagen. Ein Telefonanschluss ist nach wohlwollender Prüfung vielleicht machbar. Der Kauf eines Mobiltelefons mit Vertrag ist utopisch, eine Kreditkarte zu bekommen, ist undenkbar. Das Anmieten von neuen Büroräumen oder einer Wohnung wird im Desaster enden. Die Eintragungen bei der Schufa und bei anderen Auskunfteien nehmen kein Ende. Der Familienclan ist auf dem moralischen Tiefpunkt und die Freunde haben plötzlich anderes vor. Man male sich dieses Geschehen einmal mit simplen Worten lebensnah aus. Das alles erinnert an eine komplette Entmündigung. Der Bankrotteur zahlt diesen Preis für seinen ehemaligen Unternehmermut!

Nach diesem Absturz ist ein zeitnahe Neustart auf dem bisherigen Weg chancenlos. Es könnte aber einen anderen

Weg geben. Die Regelinsolvenz, wie in den USA, ist zum Beispiel ein sinnvolles Schutzinstrumentarium für Unternehmer, die bei Zahlungsunfähigkeit ihres Unternehmens persönlich haften. Sie ist ein Schutzraum vor den Gläubigern, eine Chance zum Durchatmen nach dem traumatisch Erlebten.

Ein anderer Vorschlag wäre, die Regelinsolvenz der Verbraucherinsolvenz gleichzustellen oder sogar zu verkürzen, denn die Verbindlichkeiten entstanden durch Investitionen in eine geglaubte Vision.

Nicht pauschal verurteilen, sondern sich fragen, welche Unternehmensgeschichte zu der Insolvenz geführt hat. Die Zeiten ändern sich. Insolvenzen von Großunternehmen sind an der Tagesordnung. Auch Banken zeigen, dass sie wenig davor gefeit sind. Letztere bekommen allerdings auch noch Gelder oder Bürgschaften zur Stabilisierung ihrer selbstverschuldeten Situation.

Wer aber hilft kleinen und mittleren Unternehmen, die Mut hatten und wieder den Mut haben, trotz ihres tiefen Falls neu zu starten? Die bisherigen Fehler wird der Unternehmer nicht noch einmal machen. Er bleibt im Kopf immer Unternehmer und will aufbauen und anpacken. Eine zweite Chance wäre hilfreich, ebenso wie ein Imagewandel in der Öffentlichkeit zum positiven Nimbus.

Willkommen ist endlich eine öffentliche Wertschätzung für Couragierte. Wertschätzung von Menschen, die ein hohes Risiko eingegangen sind. Das ist selten genug in unserer bequemen Nehmer- und Demo-Gegen-Alles-Gesellschaft. Unternehmer, die für Mitarbeiter gefah-

**SPAREN SIE ÜBER 30% GEWERBESTEUER!!!
BÜRO- UND PRODUKTIONSFLÄCHEN IN SCHENEFELD
50 BIS 1200 M², INFO@POEELDORFER.DE**

tet haben und es noch mal versuchen wollen, werden schwer behindert. Von Behörden, Banken und Presse kann man deswegen ein positives und bejahendes Denken gegenüber dem Insolventen verlangen. Scheitern ist Wissen um das Vergangene. Schadenfreude hilft niemandem. Bürgschaftsgesellschaften der Länder könnten einen Startfond speziell für ehemals gescheiterte Unternehmer gründen und diese bei einem Neustart damit unterstützen.

Im Jahre 2009 gab es 32.687 Firmeninsolvenzen. Dabei verloren 250.813 Personen ihren Arbeitsplatz. Gläubigerforderungen von mehr als 85 Milliarden Euro standen offen. Die Fehlschläge bei Selbständigen lagen bei 24.634 (Quelle: Statistisches Bundesamt).

Ein Rat, nicht nur an Bankrotteure oder Marktaustrittler: „Sei freundlich zu den Leuten bei deinem Aufstieg; beim Abstieg triffst du sie alle wieder.“

PACKAGING DESIGN: Jarmö

**Ausgezeichnet.
Nicht nur im Geschmack.**

Seit über 85 Jahren beschäftigen wir uns mit nichts anderem als Caviar – inzwischen in der dritten Generation. Wir beliefern die Spitzengastronomie genauso wie Hotels und die besten Kreuzfahrflotten der Welt.

Mit viel Leidenschaft und höchsten Ansprüchen an exzellente Geschmacksqualitäten haben wir der ältesten Delikatesse der Welt ein junges, modernes Gesicht gegeben: **Entdecken Sie die neue Welt des Caviars: AKI Pearlossol Caviar.**

Erhältlich im gehobenen Fisch- & Feinkosthandel. Bitte fragen Sie den Händler in Ihrer Nähe: Er kann jederzeit individuell für Sie bei uns bestellen. www.aki-caviar.de

AKI
KLEINER KAVIAR IMPORT HAUS
1925



reddot design award
winner 2011



Über den Autor: Der erfahrene Ex-Business-Angel **Wilfried H. H. Remmers** aus Hamburg erzählt in Anekdoten, Satiren und Kolumnen aus seinem Investorenalltag und gibt die dabei gewonnenen Erfahrungen weiter. Der Autor hat viele Jahre den Vertrieb nationaler und internationaler Elektronikunternehmen erfolgreich aufgebaut und in verantwortlichen Positionen langjährig geleitet. Später arbeitete er als Unternehmensberater und wurde zum bekannten Business-Angel. Er hat persönlich in zahlreiche Unternehmen Zeit, Wissen und Energie investiert und diese erfolgreich am Markt etabliert.



Fotos: Wilfried H.H. Remmers

MERZ IM JANUAR

NEUJAHRSEMPFANG DES WIRTSCHAFTSRATES MIT FRIEDRICH MERZ

Autor: Wilfried H. H. Remmers

Da war er wieder, der große Schlanke aus dem Sauerland, der im Jahre 2000 die Einkommensteuererklärung auf die Größe eines Bierdeckels reduziert haben wollte und dazu unser aller Einverständnis hatte. Zum Neujahrsempfang des Wirtschaftsrates am 15. Januar sprach er als Ehrengast im Hause der HypoVereinsbank am Alten Wall über das Thema „2012 – Schicksalsjahr für Europa und Amerika?“.

Der Neujahrsempfang des Wirtschaftsrates, Landesverband Hamburg, hat Tradition. Die fast sechshundert, ausschließlich geladenen Gäste waren bekannte Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Institutionen.

In der Einleitung gab Carsten Dieck, Bereichsleiter Firmenkunden der HypoVereinsbank, einen positiven Ausblick in die Finanzwelt. „Wir haben eine gute Chance, die Krise zu überwinden. Der Euro wird uneingeschränkt verteidigt“, referierte er. Auch der Landesvorsitzende des Wirtschaftsrates,

Matthias Leutke, hatte ähnlich Positives aus der Wirtschaft im Prolog zu vermelden.

Und dann kam Friedrich Merz, der den Begriff der „Deutschen Leitkultur“ prägte und damit massiv aneckte. Er sprach als Vorsitzender der „Atlantik-Brücke“, die ein privater, überparteilicher Verein zur Stärkung der deutsch-amerikanischen Freundschaft mit Sitz in Berlin ist.

Das Thema Schulden- und die Bankenkrise leitete er mit den Worten ein: „Wir haben keine Eurokrise, sondern eine Schuldenkri-

se.“ Diese Krise sei eine Krise der westlichen Industrienationen. „Hier muss sie auch gelöst werden.“

Wir sollten erst den Wohlstand, dann die soziale Gerechtigkeit sichern. Es herrsche die Mentalität vor, dass Staaten Kühe sind, die man im Himmel füttert und auf Erden melkt. „Wir haben den höchsten Beschäftigungsstand nach der Wende“, fügte er an. Im Alleingang die Krise zu überwinden, sei utopisch, denn nichts gehe ohne die europäischen Partner und auch nichts ohne die amerikanischen Partner.

Er sprach sich mit Nachdruck dafür aus, dass es bei einer politisch unabhängigen Zentralbank bleiben müsse. Seiner Meinung nach, müsse auch eine zukünftige politische Union der Wirtschafts- und Eurounion folgen. Die wirtschaftliche Schwäche Europas führe zur Stärkung Asiens. Wir müssten uns im Handel und Umgang mit anderen Staaten auch daran gewöhnen, dass es auch marktwirtschaftliche Systeme ohne Demokratie gibt. Ebenso meinte er, dass einige politische Systeme kein Verhältnis mehr zu den Tatsachen hätten. In seiner ernsten, teilweise auch satirisch vorgetragenen Rede meinte er: „Sie (die Staaten) sollen die Tassen im Schrank lassen.“ Merz verlor sich dann mit Insider-Wissen in den Tiefen der Staatsschulden am Beispiel aller westlichen Länder.

Als Vorsitzender der „Atlantik-Brücke e.V.“ sagte er aber auch: „Die USA sind so tief gespalten, wie vielleicht seit dem Bürgerkrieg nicht mehr.“ Noch seien die Europäer und die Amerikaner die dominierenden Volkswirtschaften. Viele sprechen aber auch schon -vielleicht zu Recht- von einem kommenden asiatischen Jahrhundert. Friedrich Merz endete mit dem viel zitierten Satz: „Es kommt meistens schlechter als erhofft, aber es kommt auch besser, als befürchtet“. Mit den besten Wünschen für ein gutes transatlantisches Verhältnis sowie ein gutes Miteinander und Engagement auf beiden Seiten, beendete er seinen Vortrag. Für seine Ausführungen erhielt er lang anhaltenden Beifall.

Carsten Dieck wies als Gastgeber in seinem Schlusswort überraschender Weise darauf hin, dass die HVB das historische Gebäude am Alten Wall noch 2012 wegen Überdimensionierung aufgeben würde. Es stünde zum Verkauf. Matthias Leutke schloss dann mit den Worten: „Unseren Sachverstand braucht die Hamburger Politik“ und „Mehr Merz in Hamburg wäre ganz verträglich“.

FRIEDRICH MERZ

- 1955 geboren in Brilon/Sauerland
- 1975 Abitur, Wehrdienst
- 1976–1982 Studium der Rechts- und Staatswissenschaften in Bonn und Marburg
- 1982–1985 Referendar am Oberlandesgericht Saarbrücken
- 1985–1986 Richter am Amtsgericht Saarbrücken
- 1986–1989 Jurist im Verband der Chemischen Industrie
- 1989–1994 Mitglied des Europäischen Parlaments
- 1994–2009 Mitglied des Deutschen Bundestages
- 1996–1998 Obmann der CDU/CSU-Bundestagsfraktion im Finanzausschuss
- 1998–2000 Mitglied des Bundesvorstandes der CDU Deutschlands
- 1998–2000 Stv. Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
- 2000–2002 Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
- 2002–2004 Mitglied des CDU-Präsidiums
- 2005 Internationale Anwaltssozietät Mayer Brown LLP / Berlin
- 2009 Rückzug aus der Politik.
- Seit 2009 Vorsitzender der Atlantik-Brücke e.V.
- Mitglied im Aufsichtsrat der AXA Konzern AG, Deutsche Börse AG, HSBC Trinkaus & Burkhardt AG. Verwaltungsrat einer Privatbank und bei BASF.

Friedrich Merz ist verheiratet, hat drei Kinder und lebt privat in Arnsberg/Sauerland.

Büroetage 130 m²

3 Räume, Archiv, Teeküche, 1 WC

erstklassige Möbel können
übernommen werden

in Hamburg-Schnelsen

500 m von Ausfahrt A23/A7

evtl. als Wohnbüro nutzbar

€ 950,- kalt, courtagefrei

Tel.: 015119428480

GASTKOMMENTAR JAN SCHMIDT

HAPAG-LLOYD-KAUF: DAS FALSCHES ZEICHEN

WARUM DER DEAL FÜR DIE STADT ZU TEUER UND ZU RISKANT IST

Erschienen in Die Welt am 20. Februar 2012

Die Stadt Hamburg wird größter einzelner Anteilseigner an Hapag-Lloyd. Ein sehr fragwürdiger Vorgang. Im Allgemeinen sagt man, der Staat sei der schlechtere Unternehmer. Dieses zutreffende wie auch abgedroschene Argument muss jedoch gar nicht erst herangezogen werden. Auch der mit der Investition verbundene und ordnungspolitisch mindestens zweifelhafte Protektionismus braucht nicht diskutiert werden.

Es ist ein ehrbarer Grundgedanke, den Hamburger Hafen als Wirtschaftsstandort zu stärken und Arbeitsplätze zu sichern. Das Hamburger Konsortium Albert Ballin, dessen größter Anteil auf die Stadt entfällt, hält jedoch schon heute die Mehrheit an Hapag-Lloyd. Zudem waren die befürchteten ausländischen Investoren bei dieser Verkaufsrunde nicht in Sicht. Die Begründung des Senats für die Aufstockung greift somit überhaupt nicht.

Der Kaufpreis von rund 420 Millionen Euro, von welchem der Löwenanteil auf die Hansestadt entfällt, erreicht dieselbe Größenordnung wie die Kosten für die Elbphilharmonie. Hamburg ist bereits hoch verschuldet. Im Kontext der Staatsschuldenkrise sind die Ausgaben für Hapag-Lloyd kaum verständlich – und mehr noch: gefährlich!

Auch das Argument der nachhaltigen Investition greift nicht. Der Finanzsenator Peter Tschentscher beziffert die Finanzierungskosten auf rund 15 Millionen Euro im Jahr. Der auf das Kaufpaket entfallende Gewinnanteil von Hapag-Lloyd dürfte dies bestenfalls ausgleichen. Allerdings nur bei unveränderter Ertragslage. Die Weltkonjunktur deutet hingegen sehr schwierige Jahre für die Reederei an. Vor diesem Hintergrund gilt auch der Kaufpreis als überbewertet. Ein vorsichtig planender Unternehmer hätte anders gehandelt.

Sehr ärgerlich ist, dass der eigentliche Nutzen der Transaktion nur beim Verkäufer TUI liegt. Der Konzern erzielt einen sehr guten Preis, finanziert aus Steuergeldern. Die TUI-Aktie reagierte zwischenzeitlich mit einem Kurssprung von 4,9 Prozent. Indirekt handelt es sich sogar um eine Subvention des Unternehmens aus Hannover, noch dazu kommt das Geld vom Bundesland Hamburg.

Unter dem Strich erscheint die Investition in Hapag-Lloyd als eine prestigegetriebene Entscheidung. Ein großes Unternehmen mit großem Namen soll geschützt werden. Es drängt sich die Frage auf, warum die Politiker ihre Energie und die ihnen anvertrauten Haushaltsmittel nicht für sinnvollere Projekte einsetzen. Das Herz der Hamburger Wirtschaft ist der Hafen. Dieser muss aber vor allem durch eines gestärkt werden: die Elbvertiefung, die schon viel zu lange herausgezögert wurde.

Vor allem besteht das Rückgrat der Wirtschaft aber nicht in den Großkonzernen. Es sind vielmehr die Familienunternehmen der mittelständischen Wirtschaft. Leider tauchen diese häufig nicht hinreichend in der öffentlichen Wahrnehmung auf. Auch die Politiker scheinen zu denken, dass sich mit ihnen nicht genug Werbung in eigener Sache betreiben lässt. Doch damit planen sie nicht weit genug.

Spürbare Erfolge einer aktiven Wirtschaftspolitik lassen sich nur durch die strukturelle Förderung einer breiten Basis der Wirtschaft erzielen. Statt ein großes Unternehmen vermeintlich zu sichern, sollte auf die Neuansiedlung und den Ausbau einer Vielzahl an kleineren Unternehmen gesetzt werden. Sie tragen einen Großteil der Gewerbesteuern und beschäftigen die meisten Arbeitnehmer. Nur bei ihnen kann eine spürbare Anzahl neuer Arbeitsplätze geschaffen werden. Außerdem haben sich gerade die Familienunternehmen in den letzten Jahren als krisenfest und standorttreu erwiesen.

Ansätze in diese Richtung lassen sich beim Hamburger Senat immerhin bereits erkennen. So geht die Diskussion über die Schaffung einer Investitionsförderbank für die Hamburgische Wirtschaft in die richtige Richtung. Ein Projekt, dem die 420 Millionen Euro für Hapag-Lloyd sicherlich gutgetan hätten.

DIE SONNTAGSFRAGE

Autor: Jan Schmidt

Wenn am nächsten Sonntag Bundestagswahl wäre, würden CDU/CSU die mit großem Abstand stärkste Kraft werden. Aus Sicht aller Forschungsinstitute konnte die Union im Vergleich zum letzten Quartal zulegen und stabilisiert sich auf einem Niveau, das über dem der letzten Bundestagswahl (33,8%) liegt. Zu erklären ist dies mit dem strikten Kurs Angela Merkels in der Finanzkrise, welcher von den Wählern honoriert wird. So sind Kanzlerin Merkel und Finanzminister Schäuble derzeit die beliebtesten Politiker Deutschlands.

Forschungsinstitut	Infratest Dimap	Emnid	Forschungsgruppe Wahlen	Gesell. für Markt- und Soz.forsch.	Forsa	Allensbach
CDU/CSU	37%	36%	36%	37%	35%	35,0%
SPD	30%	27%	29%	27%	25%	30,0%
FDP	3%	4%	3%	4%	3%	3,5%
Grüne	13%	13%	14%	14%	13%	16,0%
Die Linke	7%	7%	7%	8%	9%	7,0%
Piraten	6%	9%	8%	6%	12%	5,0%
Sonstige	4%	4%	3%	4%	3%	3,5%

Stand: 4. April 2012

Der gewachsene Zuspruch für die Union geht zu Lasten der SPD und der Grünen, während die FDP und Die Linke auf unverändertem Niveau verharren. Dies ist besonders für die FDP bitter: Obwohl die Partei überraschend Joachim Gauck als Bundespräsidenten gegen Angela Merkel durchsetzen konnte, hat es keinen Stimmungsschub für die Partei gegeben. Es bleibt abzuwarten, ob die klare Positionierung gegen Transfergesellschaften für die Schlecker Mitarbeiter und Christian Lindner als Spitzenkandidat in NRW die Wende bringen.

Die beiden anstehenden Landtagswahlen in Schleswig-Holstein (6. Mai) und Nordrhein-Westfalen (13. Mai) bekommen einen Schicksalscharakter für die Partei. In den letzten Umfragen liegen die Liberalen in beiden Ländern bei 4% Zustimmung – allerdings mit steigender Tendenz!

In beide Parlamente einziehen werden vermutlich die Piraten. Beflügelt durch das klare Überspringen der 5-Prozenthürde im Saarland steigen die Umfragewerte bundesweit. Wenn die junge Partei erneute Erfolge im Mai erzielen sollte, dürfte sie sich nachhaltig

in der politischen Landschaft etabliert haben. Damit wäre sie der große Gewinner aus den drei Landtagswahlen, die ursprünglich alle nicht für 2012 geplant waren.

Spannend wird auch das Abschneiden der Linken, die evtl. in beiden Ländern an der 5%-Klausel scheitern wird. Davon abhängig ist unter Umständen die Bildung der Landesregierungen. Zwar läuft es jeweils auf eine rot-grüne Regierung hinaus. Sollten jedoch Piraten, Linke und FDP wider Erwarten alle den Einzug schaffen, gäbe es wohl keine Mehrheiten mehr für SPD und Grüne.

ARBEITSPLÄTZE MADE IN GERMANY
VERFANGEN SIE SICH NICHT IM NETZ - DRUCKERZEUGNISSE BEI ...



MEDIADRUCKWERK
GRUPPE GMBH

Rönneberg 6 · 22525 Hamburg · Telefon +49 40 95 49 31-0 · Internet www.mediadruckwerk.de

„WIR HABEN FRÜH GEWUSST, DAS GESCHÄFT LIEGT UNS IM BLUT“

INTERVIEW MIT FREDERIK UND ROBERT VOGEL, SECA GMBH & Co. KG



FH: Ihr Vater, Sönke Vogel, hat sich im März 2010 nach 40 Jahren aus der Geschäftsführung zurückgezogen. Ihr Bruder Robert und Sie führen gemeinsam mit einem Fremdmanager nun die Geschäfte. Wie fällt Ihre Bilanz nach fast zwei Jahren aus?

Frederik Vogel: Absolut positiv! Wir haben den Übergabeprozess lange geplant,

nicht zuletzt auch mit professioneller Unterstützung durch eine Stuttgarter Kanzlei, die auf Familienunternehmen spezialisiert ist. So wurde in den Jahren vor dem Führungswechsel eine Familiencharta von unserer Familie erarbeitet und ein Beirat etabliert. In diesem ist auch unser Vater jetzt als Vorsitzender aktiv und begleitet uns mit seinem Rat und seinen Erfahrungen. Die Geschäftsführung liegt aber

mittlerweile voll in den Händen von uns dreien. Damit meine ich meinen Bruder Robert, Thomas Wessels und mich.

FH: Welche Schwerpunkte möchten Sie als neue Führungstroika im Unternehmen setzen?

Robert Vogel: Für uns ist wichtig, die Dinge beizubehalten, die auch in der Vergangenheit gut waren. Nur weil wir eine junge, neue Geschäftsführung sind muss man ja nicht gleich alles anders machen. Aber es gibt auch eine Reihe von Veränderungen. So haben wir die letzten Jahre darauf ausgerichtet, das Unternehmen für den nächsten Wachstumsschub fit zu machen. Dazu gehören neue Produkte wie Funk, Software, Aufbau- und Ausbau von Managementkapazitäten, aber auch die Einführung von SAP und den verstärkten geografischen Ausbau unserer eigenen Vertriebsstrukturen sowie die Entwicklung von Dienstleistungen rund um unser Produktportfolio. Aber unser Hauptaugenmerk liegt darauf, das Unternehmen nachhaltig erfolgreich am Überleben zu halten, denn ein Gewinnen gibt es ja nicht im klassischen Sinne bei einem Unternehmen.

FH: Wie gestaltete sich Ihr eigener Weg in das Unternehmen? Gab es für Sie einen Schlüsselmoment, der für Sie entscheidend war?



Robert Vogel: Schon als ich sieben Jahre alt war, erzählte ich meiner Großmutter, dass ich später einmal, wie mein Vater, bei seca tätig sein werde. Ich weiß nicht warum, aber irgendwie hat sich dieser Wunsch immer weiter fortgesetzt. Vielleicht kommt es daher, dass unser Vater uns immer wieder sagte, wir sollen doch lieber in einem anderen Unternehmen als seca tätig werden. Das spornte mich erst

recht an! Als ich dann Mitte der neunziger Jahre für unsere Unternehmen an der Westküste der USA anfang den Vertrieb aufzubauen, merkte ich sofort, dass mir das Geschäft bei seca im Blut liegt.

Frederik Vogel: Für mich besteht ebenfalls seit meiner Kindheit eine enge Verbindung mit dem Unternehmen. Die Firma hat auf mich immer schon eine ganz besondere

Seit der Gründung im Jahre 1840 beschäftigt sich seca mit der Herstellung von Waagen. Seit 1970 werden ausschließlich medizinische Längenmesssysteme und Waagen produziert. Heute ist das Unternehmen Weltmarktführer im Bereich medizinisches Messen und Wiegen.

Operative Gesellschaften in Deutschland sind die seca gmbh & co. kg und die seca services gmbh, beide mit Sitz in Hamburg. Geschäftsbereiche der seca gmbh & co. kg sind die Entwicklung, Herstellung und der Vertrieb von Premium-Messlösungen im Front-Line-Care-Bereich zur Beurteilung und Interpretation des Gesundheitszustandes von Patienten. Die seca services gmbh bietet mobilen Service für alle Waagentypen aller Hersteller. seca beschäftigt über 160 Mitarbeiter in Hamburg und mehr als 400 weltweit.

Das seca Sortiment umfasst Säuglingswaagen, Säulenwaagen und Flachwaagen mit entsprechenden Längenmessstäben, Stuhlwagen, Multifunktionswaagen, Rollstuhlwagen, Bettwaagen und Längenmesssysteme, Umfangsmessbänder, Messstationen sowie medizinische PC-Software zur Diagnoseunterstützung und medical Body Composition Analyzer.

Neben dem Vertrieb über die seca Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Österreich, Polen, der Schweiz, Mexiko, den USA an der West- und Ostküste, Japan und China werden seca Messsysteme und Waagen in über 110 Länder exportiert, und das mit absoluter Fachhandelstreue. **Fotos: Toni Momtschew**



„EXTERNE EXPERTEN HELFEN BEI EINER ERFOLGREICHEN NACHFOLGEREGELUNG“

FH: Unternehmen und Personen sind verschieden, ein Patentrezept für eine gelungenen Stabübergabe gibt es nicht. Was hat in Ihren Augen bei seca den

Ausschlag für eine reibungslose Nachfolgeregelung gegeben?

Frederik Vogel: Für uns waren es Faktoren wie die Vorbereitung durch unseren Vater, die Erfahrungen, die wir außerhalb des eigenen Unternehmens gesammelt haben und eine tolle Belegschaft, die sich nicht so schnell aus der Ruhe bringen lässt. Unser Vater hat schon vor Jahren

den Nachfolgeprozess angestoßen, so wurden wichtige Weichen gestellt und die Organisation auf den Führungswechsel vorbereitet. Hilfreich für uns ist, die Dreiteilung der Geschäftsbereiche. Robert verantwortet Vertrieb, Marketing und den Kundenservice. Ich bin verantwortlich für Entwicklung, Einkauf, Produktion und Qualität. Und Herr Wessels leitet die Querschnittsfunktionen Personal, IT, Finanzen und Controlling.

Robert Vogel: Durch diese Geschäftsverteilung sind wir in der Lage, die Unternehmensprozesse mit der optimalen Aufmerksamkeit zu bedienen, da wir die Aufteilung entsprechend unserer individuellen Stärken vorgenommen haben. Herr Wessels ist ein echter Zahlenmensch und Frederik ist der, den ich bei allen Technikfragen anrufe. Und unsere Produkte verkaufen, das kann ich ganz gut. Übrigens haben wir diese Neigungen auch bei der Auswahl unserer Bei-

räte berücksichtigt. Der Beirat besteht aus vier Personen. Neben unserem Vater noch aus drei, im Berufsleben aktiven Personen aus der Wirtschaft beziehungsweise Forschung. Nicht zu unterschätzen ist der Aspekt, dass Frederik nicht nur mein Bruder sondern auch mein engster Freund ist. Selbst wenn wir unterschiedlicher Meinung sind, können wir sehr gut miteinander diskutieren und finden immer einen gemeinsamen Nenner.

FH: Welchen Rat möchten Sie an andere Unternehmensnachfolger weitergeben, die sich in einer ähnlichen Situation befinden?

Robert Vogel: Suchen Sie sich eine Anwaltskanzlei oder Nachfolgeberatung, die sich mit dem Thema wirklich auskennt. Diese können aus den Erfahrungen von vielen Familienunternehmen schöpfen und treffen den richtigen Ton, um mit dem Senior, aber auch den Junioren und anderen Familienangehörigen zu sprechen. Nach Möglichkeit sollte es auch nicht jemand sein, der schon in die Familiengeschäfte eingespannt ist, sondern jemand externes, der die notwendige Neutralität gegenüber allen Parteien aufbringen kann.

„EINEN MARKT KANN MAN NUR BEHERRSCHEN, WENN MAN SICH KONZENTRIERT“

FH: Was bewog Ihren Vater, Anfang der 1970er Jahre das Kerngeschäft vollständig auf medizinisches Wiegen und Messen auszurichten?



Robert Vogel: Bis zu diesem Zeitpunkt war unser Unternehmen bekannt für Waagen für die verschiedensten Anwendungszwecke. Darunter die klassische Gemüswaage, aber auch Gepäckwaagen am Flughafen oder Spezial- und Industriewaagen gehörten zum Sortiment. Immer schon dabei waren Babywaagen und Personenwaagen für Ärzte. Die Überlegung unseres Vaters war es, dass man einen Markt nur beherrschen kann, wenn man sich konzentriert. Und das war sein Ziel, die Marktführerschaft. Mit der Konzentration auf medizinisches Wiegen und Messen hat sich seca auf eine Marktnische konzentriert, die genau die richtige Größe hatte und deren Werte mit denen des Unternehmens übereinstimmen: Innovative Produkte mit höchster Qualität und Präzision. So können wir heute nicht ohne Stolz sagen, dass wir nicht nur gefühlt sondern auch faktisch Weltmarktführer für medizinisches Messen und Wiegen sind.

FH: Schlägt sich das gesteigerte Gesundheitsbewusstsein der Gesellschaft eigentlich in Ihren Umsatzzahlen nieder?

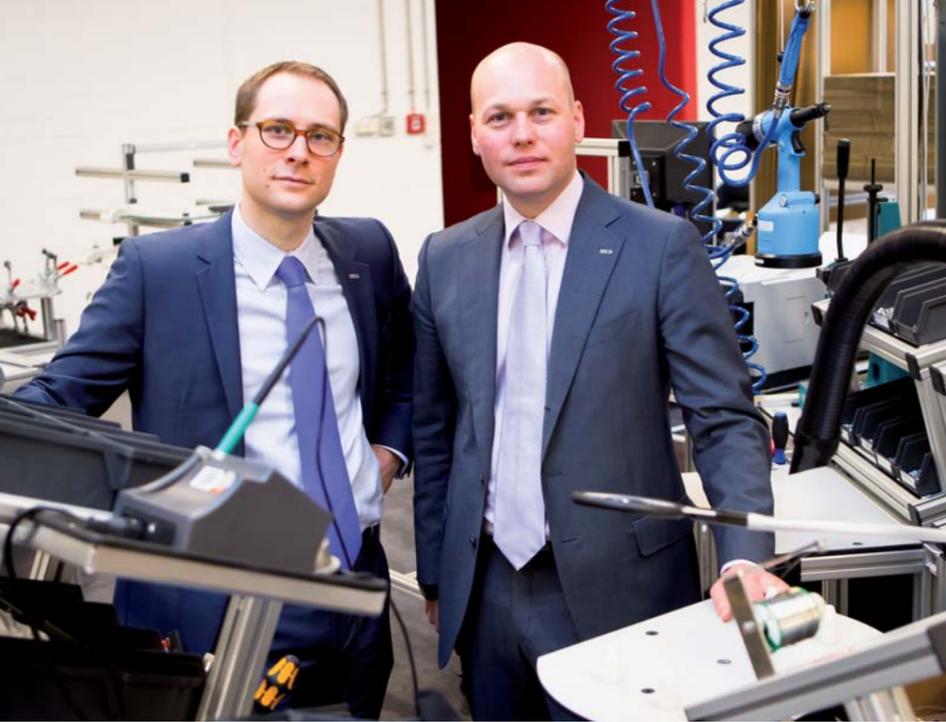
Frederik Vogel: Ja, denn nicht nur Gesundheit ist ein Trend. Auch das mehr und mehr Menschen übergewichtig sind und entsprechend behandelt werden müssen, kommt uns zu Gute.

Robert Vogel: Die Weltgesundheitsorganisation WHO geht davon aus, dass Adipositas (*Fettleibigkeit, Anm. d. Red.*) die fünft häufigste Todesursache weltweit ist. Die durch Adipositas resultierenden Krankheiten wie Diabetes oder cardiovasculäre Krankheiten sind deutlich im Vormarsch. Unsere Positionierung auf medizinisches Messen und Wiegen scheint daher aktueller als je zu vor.

FH: Sie sind mit Ihrem Produkt in einer kleinen Marktnische unterwegs. Innovation ist für Sie ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg. Was für Konzepte verfolgen Sie, um die innovative Spannkraft nicht zu verlieren?

Frederik Vogel: So wie bei allen Mittelständlern, versuchen wir unsere Ressourcen möglichst ausgewogen auf das klassische Entwicklungsdreieck Zeit, Kosten, Qualität, zu verteilen. Da wir Pro-





duktentwicklungen ausschließlich hier in Hamburg betreiben, sind wir in der Lage eine enge Verzahnung mit dem Vertrieb und, noch wichtiger, dem Produktmanagement herzustellen. Darin liegt auch ein großer Teil unseres Innovationspotenzials. Wir haben einen festgeschriebenen Produktentstehungsprozess mit den bekannten und erprobten Werkzeugen Lasten- und Pflichtenheft und Quality Gates. Durch die unterschiedlichen Verantwortlichkeiten, das Lastenheft erstellt das Produktmanagement und der Projektleiter erstellt das Pflichtenheft, entsteht ein gewolltes Spannungsverhältnis zwischen den Marktanforderungen und der Technik, bei dem am Ende der optimale Kompromiss gefunden wird. Alles in allem steht und fällt es natürlich mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

FH: Stichwort Produktentwicklung: Orientieren Sie sich bei der Entwicklung an den Wünschen Ihrer Kunden oder gehen Sie mit den technischen Möglichkeiten und hoffen, dass Ihnen der Kunde folgt?

Frederik Vogel: Es ist tatsächlich etwas von beidem, sowohl Market Pull als auch Technology Push. Zum einen haben wir immer ein offenes Ohr für die Anfor-

derungen aus dem Markt. Diese fließen dann in die Entwicklungen neuer Produkte mit ein. Aber wir entwickeln auch Innovationen, mit denen wir Probleme lösen, die unser Kunde als solche noch gar nicht identifiziert hat. Ein schönes Beispiel dafür ist unsere neueste Entwicklung. Eine medizinisch valide Messung der Körperzusammensetzung. Unser mBCA, medical Body Composition Analyzer, wird die klassische Waage eines Tages ablösen. Denn mit diesem Produkt können wir bei einem Patienten präzise Fett und fettfreie Masse, bestehend aus Gesamtkörperwasser (extrazelluläres Wasser, intrazelluläres Wasser) und Skelettmuskelmasse ermitteln und dem Arzt helfen, den Gesundheitszustand eines Patienten schneller und genauer zu ermitteln. Ein derartiges Gerät validiert für den medizinischen Einsatz, ist bisher einzigartig am Markt.

FH: Lohnt sich im Zeitalter der Digitalisierung eigentlich das Herstellen von mechanischen Waagen noch?

Robert Vogel: Heutzutage machen wir rund 90 Prozent unseres Gesamtumsatzes mit digitalen Geräten und der Trend nimmt ständig zu. In Märkten wie

Deutschland oder den USA, in denen wir Marktführer sind, verkaufen wir zu 99 Prozent digitale Produkte. Aber es gibt bestimmte Verkaufsregionen, in denen mechanische Waagen nach wie vor beliebt sind. Dies sind zumeist Regionen, in denen eine sichere Stromversorgung nicht immer gewährleistet ist, oder aber das Know-how für Reparaturen nicht elektronisch geprägt ist - Stichwort Afrika zum Beispiel.

„JEDER UNSERER MITARBEITER HAT MEHR ALS EINEN HUT AUF“

FH: Für junge Ingenieure hat eine Tätigkeit im Bereich Wiegen und Messen vielleicht nicht denselben Sexappeal wie ein Automobilhersteller. Was tun Sie, um motivierte Mitarbeiter zu binden? Mit welchen Pfunden können Sie wuchern?

Robert Vogel: Wir sind ein Mittelständler, der zu 100 Prozent Familienunternehmen ist. Das gibt uns die Chance, langfristiger zu denken als Unternehmen, die auf den Kapitalmarkt angewiesen sind. Gleichzeitig sind wir sehr dynamisch. Denn wir wachsen und wollen weiter wachsen. Dazu haben wir die richtigen Ideen und eine klare Strategie. Zudem gibt es bei uns nicht den klassischen Sachbearbeiter, wir sind noch klein genug, um jedem Mitarbeiter mehr als einen Hut aufzusetzen. Es wird also bei uns nie langweilig. Zusätzlich bieten wir unseren Mitarbeitern, neben einer betrieblichen Altersvorsorge, ein umfangreiches Fortbildungsangebot an: kostenloser Englisch-Unterricht, interne Schulungen von Excel bis zu Produktionssystemen und eine monatlich

stattfindende Vortragsreihe. Zuletzt noch das vielleicht wichtigste Pfund: seca liegt mitten in Wandsbek, zentral angebunden, sowohl mit dem Auto als auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Und wer will nicht mitten in der schönsten Stadt der Welt arbeiten?

FH: Sie entwickeln an der Schnittstelle von Medizin und Technik. Wie ist Ihre Mitarbeiterstruktur, etwa das Verhältnis von Ingenieuren zu medizinischem Fachpersonal?

Robert Vogel: Wir sind sehr heterogen. Denn aus unserer Sicht ist es wichtig, unterschiedliche Stärken und Wissensgebiete zusammenzubringen, um das Optimum zu erreichen. Das haben auch verschiedene wissenschaftliche Experimente gezeigt: Eine diverse Gruppe ist generell besser geeignet, Probleme zu lösen als eine Gruppe aus Personen mit weitestgehend gleichen Eigenschaften. Auf seca übertragen bedeutet das, dass vom Medizintechniker bis zum Software-Ingenieur alles vertreten ist.

FH: Sie sind als Unternehmen klein, hochspezialisiert und gesund- eigentlich ein klassischer Übernahmekandidat für die großen Medizintechnik-Riesen. Stand es jemals zur Debatte, zu verkaufen?

Frederik Vogel: Nein, unser klares Ziel ist, dass das Unternehmen erfolgreich ist und in Familienhand bleibt. Ein Verkauf kommt für uns nicht in Frage.

FH: Wer ist Ihre Konkurrenz?

Robert Vogel: Da wir in fast jedem Land der Welt unsere Produkte verkaufen, ha-

ben wir ganz viele kleine Wettbewerber. In jedem Markt gibt es ein bis zwei lokale Wettbewerber. Auf der globalen Ebene sind es nur zwei Firmen, die wir als Wettbewerber betrachten. Eine kommt aus den USA, die andere aus Taiwan.

FH: In welchen Regionen sind Sie am umsatzstärksten? Was sind für Ihre Branche die großen Wachstumsmärkte?

Robert Vogel: 98 Prozent unseres Umsatzes erzielen wir heute außerhalb von Deutschland. Entsprechend verteilt sich der Umsatz auf viele Länder. Besonders stark ist Nordamerika und die Europäische Union und eine hohe Konzentration auf Umsatzwachstum legen wir derzeit auf die so genannten BRICS-Länder (*Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika, Anm. d. Red.*).

FH: Ihr Unternehmen ist sehr stark sozial engagiert. Nach welchen Kriterien suchen Sie Ihre Projekte aus?

Robert Vogel: Wir suchen immer nach Personen, die sich ehrenamtlich mit ihrer eigenen Zeit und Arbeit medizinisch für andere einsetzen. Wir unterstützen zwar meist die gesamte Organisation in deren Rahmen die Person tätig ist, aber es geht uns immer um die Person selbst.

FH: Im Zusammenhang mit Waagen immer wieder verwirrend: Können Sie uns den Unterschied zwischen eichen, kalibrieren und justieren erklären?

Frederik Vogel: Die Reihenfolge hilft: justieren, kalibrieren, eichen. Zuerst wird eine Waage justiert oder eingestellt, bis sie das Gewicht anzeigt, das sie anzeigen

soll. Danach kann man mit speziellen Gewichten, die nachgewiesen korrekt sind, die Waage kalibrieren. Letztlich kommt ein Beamter vom Eichamt und prüft, ob die Waage korrekt funktioniert. Tut sie es, klebt der Beamte sein Eichsiegel und die Waage ist für den Handel oder die Verwendung in der Heilkunde zugelassen. Fehlt das Eichsiegel und die Waage ist nur kalibriert, so wurde zwar nachgewiesen, dass das korrekte Gewicht angezeigt wird, aber sie darf nicht im Handel oder in der Heilkunde verwendet werden.

FH: Wissen Sie, wie es zu dem Namen ‚seca‘ kam?

Frederik Vogel: seca leitet sich aus dem lateinischen Wort *secare* (schneiden) ab. Der Balken einer Balkenwaage, mit je einer Waagschale an jedem Ende, wird in der Mitte auf einem möglichst hochwertigen und spitzen Lager balanciert. Dieses Lager nennt man im Waagenbau auch Schneide.

FH: Wie oft stehen Sie eigentlich am Tag auf einer Waage?

Robert Vogel: Im Schnitt sind es bestimmt drei- bis viermal am Tag. Bei einer Messe kann es auch schon mal fünfzig bis sechzig Mal sein. Am Wochenende aber nur einmal, denn im Badezimmer steht natürlich auch eine seca Waage.

Frederik Vogel: Bei mir ist es etwas weniger, da ich weniger Kundenkontakt habe und mich daher seltener zu Demonstrationszwecken auf die Produkte stelle. Ich schätze zweimal pro Tag. Außer in den Tagen nach Weihnachten, dann ist es etwas öfter.



Vorreiter: Hans-Dieter Philipowski,
Geschäftsführer der Protec GmbH

**EIN RUSSISCHER ENTSCHEIDER
WILL MIT DEM CHEF REDEN**

GO EAST – FAMILIENUNTER- NEHMEN IN RUSSLAND INTERVIEW MIT HANS-DIETER PHILIPOWSKI, PROTEC GMBH

FH: Herr Philipowski, Sie sind seit über zwanzig Jahren Unternehmer und Anlagenbauer. Sie fertigen mit Ihrem 1990 gegründeten Betrieb in Ahrensburg industrielle Abwasseraufbereitungs- und Abluftreinigungsanlagen, Tank-, Behälter-, Silo-, IBC- und Kesselwagenreinigungsanlagen für unterschiedlichste Branchen. Ihr Schwerpunkt liegt in Europa. Aber Ihre besondere Leidenschaft gilt Russland. Ist das nicht mit einem hohen Risiko verbunden?

Philipowski: Nein, überhaupt nicht. Leider ist das ein häufig zu hörendes Vorurteil. Fast jeder denkt sofort an die russische Mafia, Korruption, Behördenwillkür; Diktatur; Wahlfälschung – eben alles, was es an Klischees über Russland gibt.

FH: Das sind aber die Informationen, die wir über Russland in den Medien lesen oder im Fernsehen sehen. Ist die Realität denn anders?

Philipowski: Es gibt viele Geschichten über Russland. Die üblichen Klischees sind die aus der Zeit des Kommunismus und der Perestroika. Es ist richtig, dass ein Menschenleben bis Ende der neunziger Jahre nichts wert war. Es ging ganz brutal um die Verteilung des Staatsvermögens, um Macht und Einfluss. Das ist aber längst Geschichte und

mit der heutigen Zeit überhaupt nicht mehr vergleichbar. Russland ist ein faszinierendes, modernes und enorm expandierendes Land. Die Menschen, die ich kennengelernt habe, verfügen über Kultur und Geschichte, Zielstrebigkeit, Neugier, Fröhlichkeit, Herzlichkeit und eine große Gastfreundschaft. Ich finde es sehr spannend, das riesige Land und seine Menschen zu entdecken.

FH: Rund 6.000 deutsche Unternehmen sind bislang in Russland tätig, 20 Prozent davon sind familiengeführt. Was macht Russland gerade für Familienunternehmer so interessant?

Philipowski: Russland liegt quasi in direkter Nachbarschaft, vor unserer Haustür: 140 Millionen Konsumenten, deren Kaufkraft und Bedürfnisse steigen. Die politische und die marktwirtschaftliche Situation des Landes haben sich schon seit längerem stabilisiert. ‚Made in Germany‘ genießt in Russland einen exzellenten Ruf. Das alles sind hervorragende Voraussetzungen für Familienunternehmer: Produziert ein Familienunternehmer in Russland, ist er unabhängig von der kritischen Euro-Zone. Während sich das heutige Wirtschaftswachstum in China bereits wieder abschwächt, steigt es in Russland nach Einschätzung der Commerzbank und der Deutschen Bank in den nächsten Jahren kontinuierlich an.

FH: Wie sollte man ein solches Vorhaben, nach Russland zu exportieren oder sogar in Russland zu produzieren am besten realisieren?

Philipowski: Das heutige Russland – damit meine ich selbstverständlich die Menschen in Russland – denkt innovativ und zukunftsorientiert. Die russische Regierung hat schon vor einigen Jahren spezielle Förderprogramme aufgestellt, um die Ansiedlung deutscher Familienunternehmer voranzutreiben. Das sind aber nur die organisatorischen Voraussetzungen, die erfüllt werden. Um in Russland erfolgreich zu sein, ist es eine absolut notwendige Grundvoraussetzung, dass man sich als Deutscher auf die kulturellen Unterschiede und die speziellen Gepflogenheiten einlassen will und kann. Dabei sind spezielle Zertifikate und Zölle eher einfach zu überwindende Hindernisse, die den Einstieg in die Märkte erschweren. Aber gilt das für Nicht-Europäer, die nach Europa wollen, nicht gleichermaßen?

FH: Man hört immer wieder von Familienunternehmern, die bereits versucht haben nach Russland zu gehen, dass sie schon kurz vor einem Abschluss standen, bevor die Sache dann doch im Sande verlaufen ist. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Philipowski: Es ist sehr einfach, erste Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern und Kunden herzustellen. Die Russen sind fast immer an allem Neuen interessiert. Jeder bekommt schnell einen Termin und kann sich und seine Produkte präsentieren. Ich erlebe es fast täglich auf meinen Reisen nach und in Russland, dass sich andere Geschäftsreisende darüber unterhalten, was für eine tolle Präsentation sie gehalten haben und wie begeistert die russischen Gesprächspartner waren. Ich habe dann immer das Gefühl, da denkt jemand, er hätte den Auftrag schon in der Tasche. Ähnlich ergeht es oftmals auch denjenigen, die mit den üblichen Unternehmerreisen nach Russland kommen. Die Reisen sind in der Regel hervorragend organisiert. Man trifft interessante Menschen aus Politik, Wirtschaft und aus den Handelskammern. Man lernt Land, Leute und Kultur kennen. Ich persönlich kenne aber niemanden, der daraus wirklich ein Geschäft gemacht hat. Oftmals hat es auch damit zu tun, dass diese Unternehmer völlig falsche Vorstellungen über den zeitlichen Verlauf eines Projektes haben. Es wartet auch niemand in Russland auf den ‚Überflieger aus Deutschland‘, der sowieso alles besser weiß. Die andere Kategorie der Familienunternehmer entsendet, um keine kostbare Zeit zu verschwenden, einen scheinbar geeigneten Mitarbeiter, um erst einmal die Lage zu erkunden und die Basis zu legen. Ihr Mitarbeiter kann noch so gut sein. Er oder sie ist aber eben nur ein Mitarbeiter. Das meine ich nicht negativ. Aber ein russischer Entscheider will mit dem Chef reden – nicht mit einem Mitarbeiter der operativen Ebene. Russland ist ein Persönlichkeitsmarkt. Wenn Sie selbst die Basis geschaffen haben, dann können Sie die Detailarbeit danach an Spezialisten oder die operative Arbeitsebene delegieren. Bei den Unternehmern, bei denen die ‚Fast-Aufträge‘ dann doch noch kurz vor Vertragsunterzeichnung versanden, da können Sie davon ausgehen, dass die entweder nicht mit den wirklichen Ent-

scheidern gesprochen haben, oder dass es ihnen nicht gelungen ist, eine tiefe Beziehungs- und Sympathieebene zu schaffen.

FH: Das hört sich alles sehr kompliziert an. Wie haben Sie es geschafft, in Russland Fuß zu fassen?

Philipowski: Meine Geschäfte in Russland mache ich schon seit 1993. Bis heute haben wir mehr als einhundert Sonderanlagen für Kunden aus der Öl- und Gasförderbranche entwickelt, gefertigt und geliefert. Aber auch ich musste erst lernen, wie man mit russischen Kunden und Partnern umgeht. Das hat Jahre gedauert. Zu Beginn musste ich mich anfangs voll und ganz auf mein Bauchgefühl verlassen. Mir war damals wie heute schon bewusst, dass die Lieferung von Anlagen nach Russland mit einem hohen Risiko behaftet ist. Ich versuchte es mit Hermes-Bürgschaften und Ausfallversicherungen – aber Fehlanzeige. Ich habe die Sache dann selbst in die Hand genommen. Heute fange ich erst an, wenn ich die Anzahlung auf dem Konto habe und liefere erst aus, wenn das gesamte Geld überwiesen wurde. Das klappt hervorragend. Unsere neuste Entwicklung ist eine Kesselwagenreinigungsanlage in Modulbauweise. Aufgrund der riesigen Entfernungen ist die Eisenbahn immer noch das wichtigste Transportmittel.

FH: Wenn Sie solche Anlagen entwickeln und fertigen, wie muss man sich den Ablauf des Projekts vorstellen?

Philipowski: Ich habe in Ahrensburg ein eingespieltes Team von Technikern und Ingenieuren, die schon seit vielen Jahren in diesem Bereich arbeiten. Den Auftrag für die Neuentwicklung haben wir Anfang 2011, mit einer fast dreijährigen Vorlaufzeit (Projektentwicklung, Kalkulation, Angebote, Verhandlungen), von einer russischen Transportgesellschaft erhalten. In nur vier Monaten haben wir dann die gesamte Entwicklung und das Engineering umgesetzt und bereits im August 2011 mit der Fertigung begonnen. Ende Oktober war

die Anlage fertig. Nach Probetrieb und Werksabnahme konnte die Anlage in Richtung Wladiwostok ausgeliefert werden. Insgesamt acht 20- und 40-Fuß Seefrachtcontainer, in die die Anlagen eingebaut wurden, sind Ende Oktober in Ahrensburg abgeholt worden und trafen nach fast 60 Tagen beim Kunden ein. Kurz vor Weihnachten waren unsere Techniker und Ingenieure vor Ort, um die Anlage gemeinsam mit dem Auftraggeber zu inspizieren, eventuelle Schäden zu ermitteln, und um die weiteren Arbeitsschritte mit unserem russischen Ingenieurteam und dem russischen Bauunternehmen zu besprechen.

FH: Nach jahrelangen Erfahrungen, die Sie als Familienunternehmer mit Russland sammeln konnten, haben Sie ein weiteres Unternehmen mit der Marke ‚MADE FOR GERMANY‘ gegründet. Was wird dieses Unternehmen anbieten?

Philipowski: Ich hatte viel Zeit, auf meinen Reisen nachzudenken. Irgendwann wurde mir bewusst, dass ich zu einer kleinen Anzahl von Familienunternehmern gehöre, die Geschäfte in Russland machen. Mein Engagement in verschiedenen Verbänden, meine Mitgliedschaft bei Die Familienunternehmer – ASU, haben mich darin bestärkt, dass ich meine Erfahrungen aus der Praxis an andere Familienunternehmer weitergeben möchte. Daraus hat sich in Zusammenarbeit mit dem Minister der Region Moskau, Valery Filchenkov, und meinen Partnern das Konzept ‚MADE FOR GERMANY‘ entwickelt.

FH: Was ist das besondere an ‚MADE FOR GERMANY‘ für Familienunternehmer?

Philipowski: Das Besondere daran ist, dass ich meine persönlichen Erfahrungen aus direkten Geschäften weitergebe. Nicht als theoretischer Berater, sondern als Praktiker. Denn neben allem Interesse für Land und Leute, meine Motivation rührt auch daher, dass ich meine Geschäfte in Russland mit einem besseren Ertrag abschließen kann als hier.

REGIONEN, CHANCEN, MÄRKTE

Einschätzungen von Hans-Dieter Philipowski

Für mich kommt aufgrund der engen Verbindung zur Regionsregierung hauptsächlich das Moskauer Gebiet (Oblast) in Frage. Gemeinsam mit unseren Partnern bieten wir deutschen Unternehmen 55 Industrie- und Gewerbestandorte in der Moskauer Region an.

METROPOLREGION MOSKAU

Die Metropolregion Moskau übernimmt in der Wirtschaft Russlands eine Schlüsselrolle. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt beträgt etwa 20 Prozent. Das Wirtschaftswachstum liegt jährlich durchschnittlich bei rund acht Prozent. Etwa ein Viertel der Industrieproduktion Moskaus entfällt auf den Maschinenbau. Weitere wichtige Industriezweige sind das Hüttenwesen, Leicht- und Kraftfahrzeugbau, Baustoff-, Chemie- und petrochemische Industrie. Rund 80 Prozent des Finanzpotenzials konzentriert sich in Moskau. Zwei Drittel aller ausländischen Investitionen in die Wirtschaft fließen in die Metropole an der Moskwa.

Moskau ist auch das Drehkreuz in die anderen Regionen des Landes und als zentraler Verkehrsknotenpunkt über Kanäle schiffbar. Ein dichtes Gleisnetz sowie moderne und ausgebaute Autobahnringe umschließen die Hauptstadt und bilden das Verbindungsnetz in die Region Moskauer Oblast. Der Moskauer Oblast ist quasi der Speckgürtel der Hauptstadt. Hier werden allein 60 Prozent der Frachtimporte abgewickelt. Mit sieben Millionen Einwohnern im Oblast und 14 Millionen Einwohnern in der Stadt selbst verfügt allein dieses Gebiet über eine Kaufkraft von 21 Millionen Menschen.

In der Moskauer Oblast haben sich bereits Firmen wie BASF, Henkel, Ehrmann, Hochland, Fruchtring und Knauf angesiedelt. Deutschland ist seit vielen Jahren einer der wichtigsten Handelspartner Russlands. Die daraus resultierende langjährige und gute Zusammenarbeit prägt das heutige Verhältnis zueinander - über kulturelle Grenzen hinweg. Der russische Markt entwickelt sich in allen Bereichen, unabhängig davon, ob es sich um klassische Konsumgüter, Luxusartikel, Mode, Kosmetik, Lebensmittel, Pharma, Landwirtschaft, Maschinenbau und Verfahrenstechnik, Logistik, chemische Produkte, Energie- oder Umwelttechnik handelt. Steigender Wohlstand und der Wunsch nach besseren Lebensbedingungen entfalten auch in Russland ihre Wirkung. Das Land strebt nach den neuesten Technologien und hat den Willen, die wirtschaftliche Entwicklung und den Ausbau eines modernen Gemeinwesens voranzutreiben.

Besonders aktiv ist die Gebietsregierung der Moskauer Oblast, die für deutsche Unternehmer große Investitionsanreize geschaffen hat. Hier gibt es kostengünstige Grundstücke mit idealer Infrastruktur. Investoren genießen besondere Steuervorteile. Mit ‚MADE FOR GERMANY‘ entwickeln wir gemeinsam mit Investoren und der Gebietsregierung ansprechende Industrie- und Gewerbegebiete. ‚MADE FOR GERMANY‘ bietet besonders Familienunternehmen viele Vorteile:

- Begleitung bei der Vorplanung in Deutschland und Realisierung des Projektes in Russland
- Bildung von Industrie- und Gewerbeclustern. Gemeinsame Nutzung von Energie, Wasser, Gas, Abwasser- und Abfallentsorgung
- Schaffung einer optimierten Infrastruktur
- Sicherstellung russischer Rechts- und Rahmenbedingungen
- Ansiedlung begleitender Familien. Aufbau einer gemeinsamen Schul-

struktur, gemeinschaftliche Interessenvertretung und Zusammenarbeit mit den wirtschaftlichen und politischen Organisationsstrukturen vor Ort

Den russischen Markt zu erschließen, bedeutet auch, Waren nach Russland zu exportieren. Aber auch für diesen Weg benötigt man umfassendes Know-how. Gerade in diesem Bereich tummeln sich manche unseriöse Berater, die viel Papier produzieren, aber wenig oder gar nichts von den Produkten und Leistungen ihrer Auftraggeber verstehen. Um erfolgreich zu exportieren, brauchen Sie nicht Adressen, sondern wirkliche Kontakte und Geschäftsbeziehungen.

WELCHE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN BRAUCHT DAS LAND?

Lebens- und Genussmittel

Gerade für flexible und innovationsfreudige Familienunternehmer aus Deutschland bieten sich in vielen Branchen enorme Chancen. Im Bereich der Lebens- und Genussmittel steigt das Interesse russischer Konsumenten an deutschen Qualitätsprodukten. Hierzu zählen Tabak, Tee, Kakao und Schokolade. Deutsche Brauereien, Tierzuchtanlagen und Schlachtbetriebe für Hühner, Truthähne, Schweine, Schafe und Rinder haben hervorragende Expansionschancen. Erfolgreich sind auch Hersteller von Süßwaren, Wurst, Käse, Brot und anderen Lebensmitteln. Auch Hersteller von Produktionstechnologien, Produktionsmaschinen und Anlagen, werden durch die Befreiung der Mehrwertsteuer besonders gefördert. Für die Agrarwirtschaft gibt es ebenfalls besondere Förderprogramme. Hersteller von modernen Ernte-, Lager- und Verarbeitungsmaschinen kommen ebenfalls in den Genuss staatlicher Förderprogramme. In den nächsten Jahren wird mit zweistelligen Zuwachsraten gerechnet.

Konsum- und Luxusgüter

Nach Aussagen von Experten sind die Perspektiven für den russischen Kosmetik- und Parfümmarkt sehr gut. In den wichtigsten Marktsegmenten, wie beispielsweise Lippen- und Augen-Make-up, Parfüm und Duftwässer, Haut- und Haarpflegepräparate, Seifen und Shampoos, zeichnet sich ein zunehmender Anteil ausländischer Produkte ab. Das Konsumverhalten ändert sich. In diesem Prozess ist es zunächst sehr wichtig, einen klaren Überblick über die Marktsituation und den Wettbewerb zu erhalten.

Energiewirtschaft

Russland muss seine Energie trotz riesiger Öl- und Gasvorkommen zukünftig effizienter nutzen. Die Bevölkerung wird angehalten, sparsam mit den Ressourcen umzugehen. Die Umstellung auf Energiesparlampen, Einführung von Energieeffizienzsystemen wird ebenso wie die Einsparung an Heizenergie gefördert. Hier bieten sich Chancen für den Bau von kleineren Heizungsanlagen, Regelsystemen, Thermostaten, Isolierungen und Doppelverglasungen. Neben Sparkonzepten für die Bevölkerung und kommunalen Haushalte werden in den nächsten Jahren immense Investitionen für die Modernisierung von Kraftwerken, Heizanlagen, Regelsystemen, Fernwärme und Stromversorgung ausgegeben. Hier spielt auch die Investition in alternative Energiequellen, wie Windkraft, Biogas, Blockheizkraftwerke oder Holzschnitzel eine große Rolle. Aufgrund unserer eigenen politischen Lage in Deutschland sind deutsche innovative Unternehmer prädestiniert, ihre Produkte und Dienstleistungen nach Russland zu liefern oder vor Ort zu produzieren.

Abwasseraufbereitung und Umwelttechnik

Russlands Regierung startete 2011 das Programm ‚Sauberes Wasser‘. Ziel ist es, die Qualität der Abwasseraufbereitung und Trinkwasserversorgung deutlich zu

verbessern. Dafür werden in den kommenden Jahren entsprechende Fördermittel zur Verfügung gestellt. Aufgrund fehlender Fachkräfte setzt Russland auf das Know-how aus Deutschland. Besonders Unternehmen, die in der Lage sind, Personal in Russland auszubilden, sind besonders willkommen. Auch Dienstleister, die die Verbraucher über den richtigen Umgang mit der kostbaren Ressource Wasser aufklären können, haben sehr gute Chancen.

Pharmaindustrie

Bei der Herstellung von Pharmaprodukten ergeben sich für deutsche Familienunternehmen besondere Chancen, da die Pharmaproduktion von der russischen Regierung mit speziellen Programmen gefördert wird. Neben ‚echten Medikamenten‘, die von der Regierung auch an Bedürftige ausgegeben werden, konsumiert die wohlhabende Bevölkerungsschicht zunehmend Produkte zur gesünderen Lebensführung. Hierzu zählen zum Beispiel Vitamin- und Nahrungsergänzungspräparate. Auch Hersteller von Produktionsmaschinen und Anlagen, Krankenhausausrüstungen, Analysegeräten und Zubehör finden ideale Voraussetzungen für ihre Geschäfte in Russland.

Industrieproduktion

Grundlage für wirtschaftliches Wachstum in Russland ist eine gut funktionierende chemische Industrie. Die großen Hersteller von Stickstoff und Mineraldünger wollen eine Reihe ihrer Anlagen für mehr als eine Milliarde Euro erweitern und modernisieren. Hier stecken auch Chancen für Engineering-Unternehmen für den Verkauf ihrer Planungsleistungen und ihres Know-hows. Die Produktion von Farben und Lacken stieg allein im Jahr 2010 um 15 Prozent. Im Rahmen weiterer Modernisierungs- und Sanierungsvorhaben ist davon auszugehen, dass das Wachstumspotenzial immens ist. Gleiches gilt auch für den Bereich von Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Maschinen und Anlagen zur Reinigung.

Transport, Logistik, Service

Der wichtigste Verkehrsträger in Russland bleibt die Eisenbahn. Der Frachturnschlag auf der Schiene lag 2010 bei über zwei Milliarden Tonnenkilometern. Seit 2011 ist mit einem noch größeren Wachstum zu rechnen. Bahnexperten erwarten sogar, dass bis 2015 nicht ausreichend Waggons zur Verfügung stehen werden. Vor diesem Hintergrund wurden von staatlichen Eisenbahngesellschaften bereits jetzt neue Waggons im Wert von über einer Milliarde Euro geordert. Auch die Auslastung der Transportkapazitäten im Luftfahrtsektor nimmt stetig zu. Im letzten Jahr wuchs er um mehr als 30 Prozent. Bedingt durch das günstige Leasingssystem in Russland wächst auch das LKW-Transportaufkommen. Gleiches gilt für Transporte im Tanklastzug, in Silofahrzeugen und Tankcontainern. Nach wie vor gibt es in den Ballungszentren Engpässe im Servicebereich rund um LKWs, Tanks und Tankcontainer. Es fehlt an qualifizierten Logistikern und Dienstleistern, die diese Anlagen aufbauen und betreiben. Derzeit werden selbst in Ballungsräumen wie St. Petersburg, Moskau und Nischni Novgorod immer noch verschmutzte Tanks und Tankcontainer leer nach Westeuropa zurückgefahren, da sie vor Ort nicht qualifiziert gereinigt und repariert werden können. Rückfrachten sind damit nur unter hohen Kosten möglich. Aufgrund des enormen Wirtschaftswachstums gewinnt der Auf- und Ausbau moderner Logistik-, Service- und Verteilzentren als Dreh- und Angelpunkte immer mehr an Bedeutung. Die russische Regierung reagiert auf diese Entwicklung gezielt mit interessanten Investitionsprogrammen. Der Ausbau und die Modernisierung der Autobahnringe und Anbindungen an die Verkehrswege Luft, Wasser und Schiene, stehen im Fokus. Für diese Projekte wurden enorme finanzielle Mittel durch die russische Regierung bereit gestellt. Der Um- und Ausbau der Verkehrswege ist voll im Gang.



Dr. Olaf Tscharnetzki,
Betriebsarzt Unilever

FIX WIEDER GESUND – DANK DER FIRMA

BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT WIRD VON IMMER MEHR UNTERNEHMEN ANGEBOTEN – ZUR PRÄVENTION UND REHABILITATION VON BESCHWERDEN. DOCH FÜR DEN AKUTEN KRANKHEITSFALL GIBT'S KEINEN PLAN. EIN INNOVATIVES KONZEPT HAKT GENAU DA EIN UND HILFT DEN MITARBEITERN, SCHNELL WIEDER AUF DIE BEINE ZU KOMMEN

Wenn ein Mitarbeiter krank ist, kostet das seinen Chef viel Geld. Egal, ob er einen gelben Schein vom Arzt vorweisen kann oder trotz Beschwerden am Arbeitsplatz ist – wo er aber seine Aufgaben nur eingeschränkt erfüllen kann. Absentismus (aufgrund von Beschwerden zu Hause) sowie Präsentismus (arbeitsunfähig, aber anwesend in der Firma) belasten ein Unternehmen mit etwa 250 Euro pro Tag. Diesen Wert, eher niedrig kalkuliert, setzte Unilever als Basis einer Rechnung, die sich aus einer großen Mitarbeiter-Umfrage 2008 ergab. Danach summierten sich die Krankheitsfälle in der Hamburger Hauptverwaltung mit 1250 Angestellten auf geschätzte sieben Millionen Euro Verlust im Jahr. „Etwa 50 Prozent davon gingen allein auf die Themen Stress, Schlafstörungen und depressive Stimmungen zurück. Etwa 30 Prozent auf orthopädisch-traumatologische Leiden“, erklärt Dr. Olaf Tscharnetzki, leitender Betriebsarzt für Unilever Deutschland, Österreich und Schweiz.

Die Zahlen alarmierten die Konzernleitung. Als Konsequenz folgten einschneidende Maßnahmen – zu den wichtigsten gehörten: Ein verbessertes betriebliches Gesundheitsmanagement mit Schulungen der Führungskräfte und Mitarbeiter sowie einer Vielfalt an Betriebssport, Wellnessangeboten und Gesundheits-

Dienstleistungen. „Wir wollen mit unseren Mitarbeitern gewinnen. Darum sind Investitionen in ihre Gesundheit elementar“, betont Dr. Tscharnetzki. „Zielsetzung ist selbstverständlich, neben der stetigen Verbesserung des emotionalen Engagements aller Angestellten, die Erhöhung der Anwesenheitsrate.“

Eine neuartige Variante des Gesundheitsmanagements steht den rund 465 Mitarbeitern im Unilever-Chemie-Werk in Buxtehude zur Verfügung: Ein privilegierter Patienten-Service bei akuten Problemen in Rücken, Muskeln oder Gelenken in einer ausgewählten orthopädischen Praxis. Und zwar kostenlos. Die Vorteile für die Angestellten: kurzfristige Arzttermine – auch außerhalb der allgemeinen Sprechstunden, minimierte Wartezeiten vor Ort, schnelle Diagnose, gegebenenfalls Einbindung von anderen Spezialisten sowie eine zeitnahe, zielorientierte Therapie. Dabei genießen die Unilever-Beschäftigten, wenn nötig, sogar solche Anwendungen ohne Zuzahlung, die als praxisindividuelle Leistungen sonst von den Kassen-Patienten aus eigener Tasche bezahlt werden müssen. Angeboten wird das effiziente Behandlungs-Programm von der Hamburger Firma avan unter dem Namen „Gesund Hoch Zwei“. Sie handelt für ihre Kunden, zu denen unter anderem auch die Betriebskrankenkassen

des Daimler-Werks in Harburg und der PriceWaterhouseCooper-Niederlassung an der Elbe gehören, maßgeschneiderte Kooperationen mit Orthopädie-Praxen aus. Finanziert wird der medizinische Vorzugs-Service von den Auftraggebern über ein Fondsmodell mit monatlich vier bis sieben Euro pro Mitarbeiter – je nach Unternehmensgröße. Dr. Martin Buchholz, avan-Geschäftsführer, erklärt: „Aber nur wenn ein Mitarbeiter erkrankt und sich in der Partner-Praxis therapieren lässt, wird aus dem Fonds eine Behandlungspauschale entnommen.“ Bleibt am Jahresende, je nach Nutzungsgrad, Geld im Topf übrig, fließt der Überschuss an das Unternehmen wieder zurück.

Seit bereits fast vier Jahren genießen die Buxtehuder Unilever-Mitarbeiter das ärztliche Akut-Angebot. Dr. Tscharnetzki: „80 bis 90 Prozent sind mit der Dienstleistung sehr zufrieden. Aber nicht nur die. Auch der Betriebsrat und die Geschäftsleitung schätzen die Vorzüge des Konzepts. Einfach, weil sie dadurch handlungsfähig sind – man kann direkt weiter verweisen, wenn Gesundheitsprobleme auftauchen.“ Und das ist gerade bei Beschwerden im Muskel-Skelett-System so wichtig, denn sie gehören traditionell zu den häufigsten Ursachen für Krankschreibungen. 2010 standen sie nach Angaben des Gesundheitsreports 2011 der Barmer GEK, der

größten deutschen Krankenkasse, an erster Stelle mit einem Anteil von 22,6 Prozent. Die arbeitsunfähigen Patienten blieben durchschnittlich 19,8 Tage zu Hause. Auf Kosten der Firma. Denn erst ab dem 43. Abwesenheits-Tag zahlen die Kassen Krankengeld. Und dabei sind all die noch nicht mitgezählt, die sich trotz Schmerzen an den Arbeitsplatz schleppen und nur eingeschränkt einsatzfähig sind. „Das fehlende Gesundheitsmanagement im akuten Krankheitsfall, vor allem in den ersten sechs Wochen der Arbeitsunfähigkeit, führt dazu, dass die Mitarbeiter oft nicht zeitnah, stadiengerecht und genesungsorientiert behandelt werden. Chronifizierung und unnötig viele Krankheitsfehl-Tage werden dadurch begünstigt“, weiß Dr. Buchholz aus eigener Erfahrung – er ist Facharzt für Orthopädie und Chirurgie. Mit dem „Gesund Hoch Zwei“-Konzept schließt er diese Versorgungslücke und bietet ein umfassendes akutmedizinisches Serviceprogramm unter Einbeziehung von Prävention, Rehabilitation sowie einer engen Zusammenarbeit mit dem betriebsmedizinischen Dienst.

Denn im Krankheitsfall bestimmen viele Faktoren, wie schnell ein Patient wieder gesund wird. Das beginnt bereits damit, ob jemand gleich zum Doktor geht – oder erst einmal nicht. Und wenn ja – zu welchem? Wer mit Rückenschmerzen erst beim Hausarzt reinschaut, wird meist nicht zeitnah fachärztlich begutachtet und therapiert. „Aber jeder möchte so

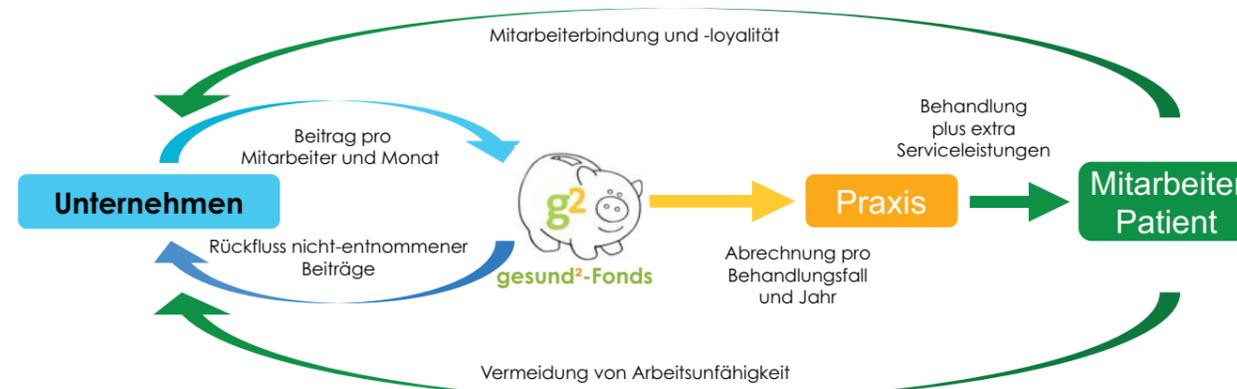
schnell wie möglich wieder fit sein“, sagt Dr. Tscharnetzki. „Und wenn es Probleme gibt, muss man es den Leuten leicht machen, sie lösen zu können. Ich nenne das Modell „Erste-Hilfe-Orthopädie“ – es ist eine wertvolle Unterstützung zur Selbsthilfe, wenn etwas anliegt. Das spart Geld und Leid bei allen Beteiligten.“ Das belegen auch die Zahlen: Mitarbeiter des Buxtehuder Werks, die den besonderen Service nutzten und von der kooperierenden Orthopädie-Praxis krankgeschrieben wurden, fehlten im Durchschnitt nur 5,5 Tage – also fast 75 Prozent weniger als im Bundesdurchschnitt. Das wirkt sich direkt in den eingesparten Kosten für krankheitsbedingte Fehlzeiten aus. Die Firma avan stellt seinen Kunden eine Einsparung von mindestens 30 Prozent der Kosten durch Arbeitsunfähigkeit in Aussicht. Die Investitionen für das Fondskonzept mit eingerechnet. Dr. Buchholz betont: „Bei dem privilegierten Patienten-Service geht es aber nicht darum, die Patienten bedingungslos wieder gesundzuschreiben, sondern ihnen die Behandlung zukommen zu lassen, die nötig ist für eine bestmögliche Genesung. Sie erhalten auch keine anderen Therapien als Kassen-Patienten, diese aber effizienter koordiniert.“

Anfangs befürchteten manche Buxtehuder Mitarbeiter, dass die Werksleitung durch die Partner-Praxis über persönliche Gesundheitsprobleme erfahren könnte. „Aber das ist natürlich Unsinn“, sagt Dr. Olaf Tscharnetzki. „Wie überall, auch bei Gesprächen



Dr. Martin Buchholz,
Geschäftsführer avan gGmbH

mit mir, gilt die ärztliche Schweigepflicht. Auf der anderen Seite aber bekommen wir von den Ärzten ein anonymisiertes Feedback über die Hauptbeschwerden und Anregungen, wie die Firma die Arbeitsplätze für ihre Mitarbeiter noch gesundheitsertaltender gestalten kann. Das ist sehr wertvoll!“ Das orthopädische Akut-Programm bei Unilever in Buxtehude hat sich so positiv entwickelt, dass es seit Anfang 2012 von sechs weiteren Werken, verteilt in ganz Deutschland, übernommen wird. Die Firma avan hat dafür weitere Partnerschaften mit jeweils ortsnahen Orthopädie-Praxen aufgebaut. Damit kommt der privilegierte Patientenservice inzwischen über 3150 Unilever-Angestellten zugute. Dr. Tscharnetzki: „Wer als Unternehmen Leistung fordert, muss nicht nur Fitness fördern, sondern auch die schnelle und nachhaltige Wiederherstellung bei Beschwerden, Krankheit und Unfall.“





JUNIOR MANAGEMENT SCHOOL

MEHR ALS NUR EIN STROHFEUER

UNTERNEHMER UND UNTERNEHMEN ENGAGIEREN SICH FÜR SCHÜLER

Autor: Karsten Löffler

Ein Tag Bewerbungstraining hier, eine Werksbesichtigung da – schön und gut. Fast an jeder Schule gibt es den einen oder anderen Kooperationspartner, der eben solche Aktionen für die Schüler möglich macht. Und das ist auch gut so und absolut vorbildlich im Rahmen der sozialen Verantwortung von Unternehmen.

Doch was bringt das nachhaltig? Können solche einzelne Strohfeuer junge Menschen wirklich langfristig prägen, sie nachhaltig qualifizieren, sie ermutigen, unternehmerisch zu denken und zu handeln oder in der Entscheidung weiterbringen, wo es beruflich hingehen soll? Oder muss die Vorbereitung auf Beruf und Studium nicht wesentlich breiter und langfristiger angelegt sein?

Das ist der Ansatz, den die Unternehmen verfolgen, die sich als Unternehmenspartner der Junior Management School (jMS) in der Bildung engagieren. Sie helfen dabei mit, jungen Menschen die Gelegenheit zu bieten, sich über eine praktische Qualifizierung fit für das Leben und den Arbeitsmarkt zu machen und sich beruflich breit gefächert und fundiert zu orientieren. Mitarbeiter werden als Dozenten für das Bildungsprogramm tätig, die Unternehmen stellen Unterrichtsräume zur Verfügung oder unterstützen Teilnehmer mit Stipendien, um das private Bildungsprogramm für jedermann zugänglich zu machen.

„Die Junior Management School ist für uns eine hervorragende Initiative, die jungen Menschen nachhaltig wichtige berufliche Qualifikationen vermittelt. 69 Module in einem festen Lehrplan, der von der IHK zertifiziert wird, bürgen für eine hohe Qualität und einen langfristigen Ansatz. Das hat uns von Anfang an ebenso überzeugt wie die dynamischen Unternehmer-Persönlichkeiten

der Gründer“, sagt Marc Hackmann, Inhaber und Geschäftsführer der Hamburger hkc GmbH und einer der Partner der jMS in Norddeutschland. „Bei der jMS kommen Schülerinnen und Schüler mit Themen in Berührung, die in der Schule in der Regel nicht auf dem Lehrplan stehen. Das erweitert ihren Horizont ungemein.“

Knapp 300 Schüler im Alter zwischen 16 und 20, die sich auf den Weg zum Abitur oder Fachabitur befinden, besuchen die jMS aktuell. Über 500 Absolventen haben deutschlandweit bereits mit dem IHK-Zertifikat abgeschlossen. Sie bilden sich, angeleitet von Dozenten und Trainern mit ausschließlich praktischem Hintergrund, in den Bereichen Soft Skills, Wirtschaftswissenschaften, Projekt- und Zukunftsmanagement weiter.

Zurzeit unterrichtet die jMS an sieben Standorten in Deutschland. An jedem Standort engagieren sich verschiedene Unternehmen, manche mit lokalem oder regionalem Bezug, andere auf deutschlandweiter Ebene. Die hkc GmbH beispielsweise engagiert sich schwerpunktmäßig in Norddeutschland im Ferienprogramm der jMS in Kiel.

Im Herbst 2012 startet der neue jMS-Jahrgang in Kiel. Dann bekommen wieder 50 Schüler aus Norddeutschland die Chance, an der jMS teilzunehmen. Auch Hamburger Schüler können sich

für das Programm bewerben. Wenn sich dann noch Hamburger Unternehmen entscheiden, sie bei der Teilnahme zu unterstützen und sich bei der jMS zu engagieren – umso besser, denn die jMS lebt von einem starken Verbund aller Beteiligten.

Auch einige Sparkassenorganisationen engagieren sich umfangreich und sehen die jMS als ideale Möglichkeit, ihren gesellschaftlichen Auftrag um einen sinnvollen Baustein zu ergänzen. „Wir sehen, was es den jungen Menschen ganz konkret bringt, die jMS besuchen zu haben“, so Boy-Johannes Pahl, Leiter der Personalentwicklung der Sparkasse Holstein. „Sie haben sich Kompetenzen angeeignet, die in der Schule so nicht vermittelt werden können, ganz besonders im praktischen Bereich und bei den Soft Skills. Die Absolventen sind in der Lage, diese Fähigkeiten auch anzuwenden und nicht nur auswendig aufzusagen.“

Auch aus diesem Grund vergeben die Partner im Rahmen der jMS-Abschlussprojekte, die Teil der IHK-zertifizierten Prüfung sind, immer wieder Projektthemen, wie die Erstellung eines Freiberufler-Konzeptes oder die Optimierung des Internetauf-

tritts zur hauseigenen Ausbildung. Die Ergebnisse sind teilweise so gut, dass sie direkt in die operativen Prozesse des Auftraggebers einfließen.

„Ohne die Unternehmen geht es einfach nicht“, so jMS-Geschäftsführer Alexander Zimmer. „Ihr inhaltliches und auch finanzielles Engagement ist Voraussetzung dafür, das Programm in dieser Qualität anbieten zu können.“ Alexander Zimmer ist einer der Mitgründer der jMS. Im Jahre 2005 entstand das Programm aus einer Elterninitiative im Rheinland, nach und nach kamen die anderen Standorte hinzu. „Wir waren von Anfang an fest überzeugt von der jMS-Idee und haben auch in schwierigen Zeiten daran festgehalten und investiert. In den letzten sechs Jahren ist es immer wieder gelungen, unseren unternehmerischen Funken auf die Schüler überspringen zu lassen. Die ersten Schüler haben aus ihren Projektideen heraus schon gegründet oder andere unternehmerische Leistungen vollbracht. Ein Team hat während der jMS ein Online-Umfrage-Tool entwickelt und programmiert, das sie nun professionell vermarkten.“ Marktsinn.de heißt die Plattform, die seit 2011 online ist und auch schon erste Kunden hat.

KONTAKT Alexander Zimmer, Junior Management School – jMS GmbH,
Tel.: 021 73 39 44 922, Email: azimmer@juniormanagementschool.de

Für große und kleine Einsätze.

Unser Angebot für Sie als Mitglied

IT-FLATRATE 24H

IT-Service im Rundum-Sorglos-Paket ab **66*** EUR/mi

Passwort: BJU/ASU

*Für weiterführende Informationen geben wir Ihnen gerne telefonisch Auskunft unter 040 / 209 417 120. Egal welcher Art Ihr PC-Problem ist, wir helfen Ihnen gerne weiter. Sprechen Sie uns an.

PC-FEUERWEHR
Wir löschen Ihr Problem.



STEUERPOLITISCHE KOMMISSION

DIE STEUERPOLITISCHE KOMMISSION DES BUNDESVERBANDES
DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU IM GESPRÄCH MIT HAMBURGS
FINANZSENATOR PETER TSCHENTSCHER UND DEM FINANZMINISTER
SCHLESWIG-HOLSTEINS RAINER WIEGARD

Autor: Fabian Gewalt

Fotos: Nortax Treuhand GmbH



Joachim Schramm (Vorsitzender der Steuerpolitischen Kommission), Christoph Gallhöfer, Rainer Wiegard (Finanzminister Schleswig-Holstein), Ivo Goessler und Fabian Gewalt (beide Nortax Treuhand GmbH)



Vertreter der steuerpolitischen Kommission des Bundesverbandes trafen sich am 7. Dezember 2011 in Hamburg bei der Steuerberatungsgesellschaft NORTAX Treuhand GmbH mit Hamburgs Finanzsenator Peter Tschentscher, um mit ihm über die aktuellen Steuerkonzepte der SPD und die Zukunft der Gewerbesteuer zu debattieren.

Als zweiter politischer Gast des Tages war bereits am Vormittag der schleswig-holsteinische Finanzminister Rainer Wiegard (CDU) zu Gesprächen mit der Kommission aus Kiel gekommen. Im Mittelpunkt des Gesprächs mit ihm standen Steuervereinfachungen. Beide Politiker nahmen sich viel Zeit für die Gespräche mit der Kommission, deren Mitglieder aus dem gesamten Bundesgebiet zu diesem Termin nach Hamburg angereist waren.

Die Kommission unter dem Vorsitz von Joachim Schramm betonte die Dringlichkeit einer eigenkapitalschonenden Steuerpolitik. Diese ist aus Sicht der steuerpolitischen Kommission vor dem Hintergrund der klassischen Eigenkapitalschwäche des deutschen Mittelstandes besonders in den kommenden Jahren unerlässlich, um für zukünftige Krisen besser gerüstet zu sein und den zu erwartenden Rückzug der Banken aus der Mittelstands-

finanzierung auszugleichen. Die beiden Landespolitiker nahmen die sehr konkret formulierten Anregungen zu einer möglichen Eigenkapitalschutzinsregelung auf, bei der ein fiktiver Eigenkapitalzins von der Bemessungsgrundlage der Ertragsteuern abgezogen wird.

Auch die Diskussion über die finanzielle Handlungsfähigkeit der Bundesländer nahm breiten Raum ein. Die Kommission überreichte hierzu, die vom Bundesverband in Auftrag gegebene Studie mit der Überschrift „Sprengsatz Länderhaushalte“ des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, dessen wissenschaftlicher Ansatz von Finanzsenator Tschentscher ausdrücklich gelobt wurde.

Die steuerpolitische Kommission tagt viermal im Jahr.

An Sonntagen gehen wir oft bis runter auf die Landungsbrücken und lassen uns inspirieren. Das ist relativ weit weg - so ca. 100m zu Fuß... Aber man muss ja mal über den Tellerrand schauen, damit man



nicht betriebsblind wird. Die von Blohm + Voß drüben haben anscheinend ziemlich gute Augen, oder sogar Ferngläser... Jedenfalls haben sie jetzt "Dock 10" auf T-Shirts geschrieben. So wie auf unseren Handgedruckten Shirts. Das machen die uns doch nach!!!!

neu



THE ART OF HAMBURG, DITMAR-KOEL-STR. 19 (U-BAHN LANDUNGSBRÜCKEN) + LANGE REIHE 48 (ST. GEORG), HAMBURG



NEUJAHRSEMPFANG 2012

Autor: Lars Hartenstein

Mehr als 130 Jung- und Familienunternehmer folgten der Einladung zum Neujahrsempfang 2012. Der passende Rahmen für diesen Event wurde in der Center Court Lounge am Rothenbaum geschaffen – eine besondere Location, die von zahlreichen Teilnehmern gelobt wurde. Nach der kurzen Begrüßung durch Fabian Gewalt hörten die Teilnehmer eine wirtschaftspolitische Grundsatzrede von Michael Moritz, der als neuer Regionalvorstand der Hamburger Familienunternehmer sehr deutlich zur Zukunft Griechenlands Stellung bezog.

Die klaren Worte galten nicht zuletzt der Gastrednerin, der Senatorin für Umwelt und Stadtentwicklung, Jutta Blankau. In ihrem Beitrag trug sie vor allem die Umweltpolitik des Senats vor und musste sich im Anschluss kritischen Fragen zur Stadtentwicklung stellen. Bei einem norddeutsch-bayerischen Buffet fanden die Mitglieder und Gäste danach Gelegenheit zu anregenden Gesprächen. Auch die Senatorin blieb noch, um die angesprochenen Themen zu vertiefen.

Fotos: Toni Momtschew



VERZAUBERTE BALLNACHT 2012

Autor: Dr. Christine Hübner

Das erste gesellschaftliche Ereignis des Regionalkreises Hamburg im neuen Jahr war die „Verzauberte Ballnacht“ am 28.01.2012 im Hotel Fairmont Vier Jahreszeiten. Mehr als 130 elegant gekleidete und bestens gelaunte Mitglieder und deren Gäste trafen ab 19.00 Uhr zum Empfang in der Kaminhalle des Hotels ein. Zur Begrüßung erhielt jeder Gast ein Präsent der Hamburger Hof Parfümerie und wurde zum traditionellen Fotoshooting gebeten. Die schön möblierte Wohnhalle des Hotels mit loderndem Kamin und hübsch dekorierten Stehtischen war ein eleganter Rahmen, um nach den Weihnachtsferien die Kontakte wieder aufzunehmen, neueste Informationen auszutauschen oder einfach nur das Defilee der eintreffenden Gäste zu genießen.

Gegen 20.00 Uhr begann das Dinner mit Variationen vom schottischen Lachs, gefolgt von gekräutertem Weiderind mit Rotwein-Schalottenjus, Gemüsebouquet und Kartoffelgratin sowie Blaubeer-Panna-Cotta mit Blutorangenparfait und Schokoladenstreuseln. Hierbei erwies sich die Neuerung dieses Jahres, dass die korrespondierenden Weine, Mineralwasser und Bier im Gesamtpreis inkludiert waren, als sehr vorteilhaft. Der Service konnte wesentlich effizienter ablaufen, so dass die Gäste sehr viel zügiger in den Genuss des köstlichen Menüs kamen.

Nach der Vorspeise hielt der neugewählte ASU-Regionalvorsitzende, Michael Moritz, seine „Neujahrsansprache“. Dabei pointierte er geistreich das Wesen der Familienunternehmer, die sich im Zweifel auf sich selbst besinnen sollten und nicht wie andere Gruppen und Institutionen auf staatliche Subventionen

oder sonstige Zuwendungen hofften und warten. Nach dem Hauptgang folgte die Damenrede von Christoph Kadereit. Er hatte sich im Vorfeld darauf gefreut, nach mehreren Jahren als Regionalvorsitzender, in diesem Jahr den Ball endlich einfach mal nur genießen zu können. Doch am Vorabend kam die Hiobsbotschaft von Oliver Drews, der sich ganz unglücklich das Sprunggelenk gebrochen hatte, und zum Zeitpunkt des Balls noch seine Narkose ausschlafen musste. Aber Christoph Kadereit als rhetorischer Routinier fand auch mit kurzem Vorlauf die richtigen Worte, so dass alle Gäste herzlich lachen konnten und vor allem die Damen sich verstanden fühlten.

Vor dem Tanz stand dann noch die Tombola auf dem Programm, die mit 186 Preisen aus den Reihen der Unternehmer wieder sehr großzügig bestückt war. Die Hauptpreise in diesem Jahr waren eine Kette von Juwelier Wempe sowie hochwertige Gutscheine von Juwelier Mahlberg und Moser Juwelier. Darüber hinaus wurden zahlreiche Gutscheine für Hotelübernachtungen, Dinner-Einladungen und Theaterabende gespendet. Das Losglück war wie immer leider nicht ganz gleichmäßig verteilt, aber es gab wohl keinen Gast, der ganz leer ausgegangen ist.

Die Musik zum Tanz bis in den Morgen kam in diesem Jahr wieder von den „Soulisten“. Die Stimmung war ausgelassen und alle Gäste schienen sich die Worte von Michael Moritz zu Herzen nehmen: Wir als Unternehmer blicken nach vorn, nehmen die Sache im Zweifel selbst in die Hand und lassen uns die Stimmung nicht verderben – in diesem Sinn einen guten Start in das Jahr 2012!

Fotos: Toni Momtschew



WIR BEDANKEN UNS GANZ HERZLICH BEI ALLEN SPENDERN DER TOMBOLA:

Bengel & Engel Private Kindertagesstätte und Kinderhotel,
Florian Dahl

Burg Schlitz, Mathias Stinnes

Carjells Apotheke, Patrick Pongs

D + H Mechatronik AG, Dirk Dingfelder

EUKUTEC GmbH, Sven Höppner

Garpa Garten & Parkeinrichtungen Escheburg,
Heinz Holert

Gerber + Kollegen Steuerberatungsgesellschaft,
Manhard Gerber

Gräflicher Park Hotelresidenz Bad Driburg,
Marcus Graf von Oeynhausen-Sierstorf

Hafenmakler Hamburg, Alexander Zelle

Happy Copy Digital Wittenberg Copy Shop GmbH,
Anne und Bernd Golgert

Hamburger Hof Parfümerie

Hotel Atlantic Kempinski Hamburg

Hotel Gastwerk Hamburg, Kai Hollmann

Hotel Gut Apeldör, Dieter Worms

Hotel Jacob Hamburg, Jost Deitmer

Hotel Vier Jahreszeiten Hamburg, Ingo C. Peters

Juwelier Wempe, Kim-Eva Wempe

Juwelier Mahlberg, Stefan Wintersteller

Kabs Polsterwelt und Supermarkt.de, Robert Kabs

Landhaus Dill Betriebsgesellschaft, Volkmar Preis

Mentus GmbH, Dr. Frank Edelkraut

Miniaturwunderland Hamburg,

Frederik und Gerrit Braun

Moser Juwelier, John Moser

Bauwelt Delmes Heitmann GmbH & Co. KG,
Dieter Heitmann

Ryf Coiffeur Hamburg, Frank Breckwoldt

Schütt Optik, Kevin Schütt

SEJA Business Development, Jan Langen

Tackesthetics, Dr. med. Jürgen Tacke

Theodor Rumöller e.K., Reiner Topeters

Tierpark Hagenbeck Hamburg,

Dr. Stephan Hering-Hagenbeck

Blohm Margarethe, Innenarchitektin

Dr. Christine Hübner

Monika Hübner

Helen-Editha Marwede

CatCap GmbH, Michael Moritz

Nehlsen Professional Copy GmbH,
Carin und Hans-Peter Nehlsen

Frau und Herr Dipl.-Ing. Potenberg-Christoffersen

VOGELER Exklusive Polstermöbel, Dirk Vogeler





BALLREDE MICHAEL MORITZ, REGIONALKREISVORSITZENDER DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU

*„Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,
liebe Familienunternehmer,*

wir haben uns gefragt, ob man in diesen ernsten Zeiten überhaupt so ein Fest feiern sollte. Die größte Krise seit den dreißiger Jahren. Das Finanzsystem ist in Gefahr. Der Euro löst sich auf. Die Rezession kommt. Und in der Tat lesen sich die Zeitungen ja schon seit einiger Zeit nicht sehr gut.

Wir Familienunternehmer sind das Auf und Ab der Konjunktur gewöhnt, wir passen uns an. Es gibt eben nicht nur schönes Wetter. Das Besondere an dieser Krise ist ja, dass es eine Krise der Politik ist, die nun auch auf die Wirtschaft durchschlägt. Einfachste wirtschaftliche Prinzipien werden seit vielen Jahren und auch in der Krise immer noch missachtet. Haftungsprinzip: Natürlich müssen die Gläubiger von Griechenland mit einem Schuldenschnitt zur Lösung beitragen. Die Familienunternehmer haben das seit zwei Jahren gefordert und nun nimmt es Gestalt an. Schuldenselbstverantwortung: Jeder muss zunächst einmal für seine Schulden selbst eintreten. Die Schuldenselbstverantwortung sollte uns in diesen Tagen aber auch nicht überheblich werden lassen. Auch Deutschland ist hoch verschuldet, Hamburg überschuldet. Wie ausgeprägt ist unser Sparwille eigentlich?

Über Weihnachten las ich in den Lebenserinnerungen des Prinzen von Croy, einem deutschen Reichsfürsten, der in Paris am Hofe von Ludwig XV. und XVI. lebte. Er war Marshall de France, mit erblichem Zutrittsrecht zum Schlafzimmer des Königs. Womit man auch sieht, dass das Leistungsprinzip über die französische Königin an den Hof kam. Das Recht, ihr Schlafzimmer zu betreten, musste erarbeitet werden und war nicht erblich.

Der Prinz von Croy schildert, wie er während der zweiwöchigen Hochzeitsfeierlichkeiten in Versailles von Ludwig XVI. mit Marie Antoinette inmitten von tausenden Gästen, Feuerwerken, Operaufführungen und Jagden den damaligen französischen Generalkontrollleur der Finanzen, Joseph Marie Terray, fragte, ob der Hof sich denn das alles leisten könne, die Finanzen des Staates wären ja arg zerrüttet. Dieser versicherte ihm, man habe alles überprüft: Versailles, die Armee, alle Nebenschlösser, Mätressen und Apanagen und es wäre wirklich alles notwendig. Einzig, die in allen Schlössern des Königs gehaltene zweite Jagdmeute, sei verzichtbar und da wolle man jetzt schweren Herzens ansetzen. Um die Finanzlücke zu stopfen, trat an die Stelle der Notendeckung durch Devisen und Gold schließlich der als deckungsfähig anerkannte ‚Staatswechsel‘. In der Folge, so



Croy, herrschte rege Bautätigkeit in Paris, da viele Familien nicht wussten, wie sie ihre Einkünfte anlegen sollten und so entstanden viele der entzückenden Palais jener Zeit. Die Steuern wurden weiter erhöht, was die Menschen empörte. Es dauerte dann doch noch ein paar Jahre, bis auch die französischen Staatsfinanzen ganz zerrüttet waren und es zur französischen Revolution kam.

Trotz allem wollten wir in diesen Zeiten auch einen Ball organisieren, da waren wir uns dann schnell einig. Doch was sollte der Hauptpreis der Tombola sein? Da fiel mir ein Artikel der FAZ in die Hand: „Die europäischen Landwirte sollen zukünftig einen Ausgleich erhalten, wenn sie unter erheblichen Einbußen leiden“, so der Vorschlag des EU-Agrarkommissars Dacian Ciolos. Sänke das Einkommen eines Bauern um mehr als 30 Prozent, verglichen mit dem Durchschnitt der letzten drei Vorjahre, solle es einen Anspruch auf Ausgleichszahlung geben. Die Regelung solle nicht nur bei schlechtem Wetter oder Tierkrankheiten greifen, sondern auch, wenn die Absatzpreise fallen. Die Ausgleichszahlungen sollten aber bei 70 Prozent hart begrenzt werden.

Trotz aller Härten schien uns dies ein wunderbarer Vorschlag zu sein. Der Sieger der Tombola erhält von der EU so einen Ausgleichszahlungsanspruch bei fallenden Preisen. Es war kurz vor Weihnachten, da muss auch bei der EU ja noch Geld weg! Also

stellten wir schnell einen Antrag, kreierten das „I. Europäische Rahmenprogramm zur Förderung von Hamburger Familienunternehmen mit sinkenden Umsätzen aber viel Glück bei der Tombola“, kurz I. EFAB, und warteten voller Hoffnung auf Post aus Brüssel. Leider wurde uns beschieden, dass wir erstens, den Antrag nicht in allen 23 Antragsprachen gestellt hätten und zweitens, wäre die EU nur zur Förderung von Landwirten zuständig. Bei Familienunternehmern – da müsse man passen.

Nun, wir ließen uns nicht entmutigen und dachten von Brüssel nach Frankfurt, zur EZB. Da gibt es doch dieses neue 500-Milliarden-Programm zur Liquiditätskrise. Die EZB gibt mir Geld für ein Prozent für drei Jahre und damit kaufe ich Staatsanleihen mit vier Prozent Zinsen für drei Jahre und die verkaufe ich wieder an die EZB. Ein bombensicheres Geschäft! Wir schrieben daher an die EZB, dass wir so an 150 Millionen dächten. Wir wollten ja auch bescheiden bleiben, sozusagen eine Million pro Ballgast, der Hauptpreis wären dann 100 Millionen für drei Jahre mal drei Prozent – neun Millionen. Das wäre ja eine ganz feine Sache.

Freudig warteten wir auf Post aus Frankfurt. Aber leider: Wir hätten das Prinzip des Liquiditätsprogramms zwar richtig verstanden, das Programm sei jedoch nur offen für Banken. Ohne Banklizenz sei da nichts zu machen.

Fotos: Toni Momtschew





Veranstaltungen

Familienunternehmer sind ja hartnäckig und so richteten wir uns nach Berlin und schrieben einen Brief:

Sehr geehrter Bundesfinanzminister Dr. Schäuble,
nachdem das BMF ja erstens die grundsätzliche Bereitschaft erklärt hat, für Forderungen der Finanzwirtschaft sowie unverkäufliche und toxische Wertpapiere einzustehen und diese über Bad Bank, SoFFin, FMSA zu refinanzieren, sowie es zweitens bei den dortigen Institutionen mit den traditionellen Bilanzierungsgrundsätzen nicht so genau genommen wird und man sich auch mal um 55 Milliarden vertut, bitten wir zu prüfen, ob nicht die Möglichkeit besteht, dem Sieger der diesjährigen Balltombola der Hamburger Familienunternehmer dieselbe Möglichkeit einzuräumen. Wir könnten uns vorstellen, Ihnen einmalig alle ausgefallenen Forderungen des Siegers der letzten drei Jahre bis zum 15.02.2012 zu übersenden und würden dann um fristgemäßen Ausgleich bitten. Gern sind Sie auch am 28.01.2012 selbst unser Gast, könnten den Hauptpreis ziehen und überreichen.
Mit freundlichen Grüßen.

In der Tat erhielten wir Post aus Berlin, Abteilung 4D, Ministerialdirektor Dr. Schreck-Steuer:

Sehr geehrtes Ball-Komitee,
der Bundesminister befindet sich leider absehbar bis zum Sommer in Griechenland, Portugal, Spanien und Italien und ist primär beschäftigt, Rettungsschirme zu dementieren, dann doch aufzuspannen, aber nur befristet, dann zu vergrößern und schließlich zu hebeln. Wir selbst im Ministerium sind mit intensiven Malarbeiten beschäftigt, müssen wir doch laufend eine Vielzahl von gezogenen roten Linien weißeln. Der Bundesminister begrüßt Ihren Gedanken grundsätzlich, sieht sich aber erstens aufgrund der geschilderten Arbeitsbelastung und zweitens aufgrund seiner alleinigen Zuständigkeit für die Finanzindustrie (Bundesfinanzminister) nicht in der Lage, hier tätig zu werden.
Mit freundlichen Grüßen.

Wenn alle nun Banken retten, dachten wir, vielleicht rufen wir da einmal an, die schwimmen ja im Geld! Gesagt, getan. Also meldeten wir uns bei einer sogenannten systemrelevanten deutschen Großbank in London (da ist ja der Vorstand). Wir wurden auch durchgestellt. Großbanker sind ja nervöse Leute, keiner vertraut dem anderen, obwohl sie sich ja alle kennen, vielleicht ja auch, weil sie sich alle kennen. Auf jeden Fall will niemand dem anderen auch nur für einen Tag sein Geld leihen. Lieber zahlt man dem Bund Geld dafür, es zu deponieren. Insofern war der Mann gleich sehr positiv: Ja, sie hätten viel Liquidität. Klar, super Sache, dem Sieger eine Million Euro zu leihen für null Zinsen. Der nimmt das dann auch ab für ein Jahr und wir hören nichts

mehr davon? Das sind ja seriöse Leute, oder? Ja, also fabelhaft! Das machen wir! Gibt es denn von Ihren Clubs noch mehr? Also, man könnte das auch im großen Stil machen und verbriefen. Großartig, kolossal, Zusage steht!

Wir freuten uns schon über den tollen Preis, als das Telefon nochmals klingelte: Ob wir als Familienunternehmer denn ausschließen könnten, dass wir etwas mit der Realwirtschaft zu tun hätten? Womöglich noch ein produzierendes Unternehmen dabei? Ich antwortete, dass ich das nicht ausschließen könne. Ja, also das geht ja gar nicht, er müsse die Zusage wieder zurückziehen. Wenn raus käme, dass er Geld an die Realwirtschaft vergeben würde... Er habe ja Frau und Kinder, das müssten wir verstehen.

Tja, also wieder nix. Uns hilft keiner, dachten wir: Ist ja aber vielleicht auch gut so, helfen wir uns doch selbst! Und in diesem Moment rief Kim-Eva Wempe an, Unternehmerin des Jahres 2008, Familienunternehmerin, und sagte: ‚Wir sponsern ein Goldarmband‘.

Na Bingo, Hauptpreis der Tombola, liebe Gäste – Gold von einem Mitglied! So gehen wir mit der Krise nun auf dem Ball um.



Fotos: Toni Momtschew

Für uns ist das Glas eben immer halbvoll und nicht halbleer: Nun habe ich aber so lange gesprochen, dass Ihre Gläser tatsächlich leer sind und deswegen komme ich nun zum Ende und wünsche Ihnen im Namen des Ball-Komitees und des Vorstandes noch ein fröhliches Fest.“

crone werbeagentur

” AUS DATEN WERDEN TATEN.

Marktforschung mit United Research liefert Ihnen fundierte Orientierungshilfen, die Ihnen bei Ihren unternehmerischen Entscheidungen wirklich weiterhelfen.

GRÜNKOHLESSEN MIT LUTZ MARMOR, INTENDANT DES NDR MEDIENKULTUR UND DIE KULTUR DER MEDIEN

Autor: Sven Jösting



Im Rahmen eines Grünkohlessens des Regionalkreis Hamburg im schönen Landhaus Flottbek referierte Lutz Marmor, Intendant des NDR, über die Macht der Medien, deren Existenzberechtigung und Aufgaben und stellte sich den konstruktiv-kritischen Fragen von inhabergeführten Unternehmern.

Die Werte, die ein mittelständisches Unternehmen verkörpern würde, entsprächen auch denen eines öffentlich-rechtlichen Senders wie dem NDR: Nachhaltigkeit, nicht jedem neuen Trend gleich hinterherlaufen und langfristiges Denken seien einige der Werte, die verbänden. Mit über einer Milliarde Euro Umsatz und über 3.500 Beschäftigten, sei der NDR wie ein größeres mittelständisches Unternehmen zu verstehen, das sogar die Mitgliedschaft bei der ASU beantragen könne. Nur: Im Gegensatz zu ASU-Mitgliedsunternehmen gehöre der NDR allen Bürgern, dem Volk. Und: Der NDR müsse sich zwar im Markt bewähren, sei aber einem Konkurrenzdruck nur bedingt ausgesetzt. Letztendlich entscheide der Konsument, welches TV- oder Hörfunkprogramm er nutzen möchte.

Die selbstkritische Frage, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk denn noch in die heutige Zeit passe, beantwortete Marmor gleich

selbst: Ja, der öffentlich-rechtliche Rundfunk habe viele Vorteile, die sich aus dieser solidarisch finanzierten Institution ergäben, nämlich den freien Zugang zu Informationen für eine freie Gesellschaft. Dies sei wichtiger denn je in einer Zeit, in der Information kein „knappes Gut“ mehr sei, sondern eher ein gefühltes Überangebot an Informationen bestehen würde. Oder anders ausgedrückt: „über-newst“ und „under-informed“.

Es stelle sich die Frage, wo man qualitative Informationen beziehen könne. Dies zu bewerten und zu beschaffen, koste viel Geld. So würden in den USA mittlerweile viele Nachrichten und Informationen nur noch gelten, wenn sie wirtschaftlich erfolgreich verkauft werden können. In solch einem Umfeld zahle sich ein öffentlich-rechtlicher Sender aus, da er kritisch und unabhängig sei und eben nicht jede Information mit einem wirtschaftlichen Interesse verbände. Zudem bestünde das Handicap, dass viele Informationen nur eine sehr kurzfristige Orientierung ermöglichen und in der Konsequenz oft die Qualität leide. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sei unabhängig und dies eine besondere USP (Unique Selling Proposition).

Ein weiteres Kriterium sei die Gewichtung von Informationen. Hier sei der Anspruch, vor allem informative, inhalts- und anspruchsvolle Berichterstattung zu ermöglichen, die den Mächtigen der Welt auf die Finger schaue. Öffentlich-rechtliche Sender würden Programm für alle machen und keine besonderen, werberelevanten Zielgruppen im Auge haben, wie das bei den privaten Sendern der Fall sei.

Und: Es würden immer mehr Formate entwickelt, die die Information mit der Unterhaltung verbänden, sogenanntes Edutainment, also Informationssendungen mit hohem Unterhaltungswert. Was solle man zum Beispiel davon halten, wenn in Privatsendern präparierte Laiendarsteller aufträten, die nur sagen dürften, was man ihnen vorher vorgab?

Für das Gesamtangebot der öffentlich-rechtlichen Sender – also für TV, Radio, Internet, und Spartensender wie Phoenix – zahle der GEZ-pflichtige Durchschnittsnutzer 60 Cent am Tag. Zu viel? Unabhängige Medien würden gebraucht, Inhalte wollen finanziert sein. Nur: Bei 60 Cent pro Tag und Nutzer seien auch diejenigen enthalten, die keine Gebühr zahlen müssten oder könnten, aber

ein Grundrecht auf Information hätten. Das trage dann die Solidargemeinschaft. Und klar gäbe es auch Ausnahmegruppen, wie zum Beispiel Gehörlose oder Personen, die nur Radio hören würden, aber keinen Fernseher hätten. Immerhin: Pro Tag verbräuche der Durchschnittsnutzer fast acht Stunden mit Medien, sei es mit dem Internet, dem Radio als Hintergrundunterhaltung am Arbeitsplatz oder im Auto oder mit den durchschnittlichen dreieinhalb Stunden vor dem Fernseher.

Ein öffentlich-rechtlicher Sender komme aber auch nicht umher, dem demographischen Wandel zu folgen, zum Beispiel der zunehmenden Internet-Nutzung. Klar könne man das Angebot an Informationen, an Inhalten reduzieren, um eine Gebührenerhöhung zu verhindern. Nur: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk koste Geld, um Unabhängigkeit zu bewahren, denn eines sei er auf gar keinen Fall: Staatsfernsehen.

Beim NDR gäbe es 58 Rundfunkräte als Aufsichtsrat aus allen relevanten gesellschaftlichen Gruppen, also zum Beispiel aus Kirchen, Verbänden oder Gewerkschaften. An dieser Stelle kam die Anmerkung des Hamburger ASU-Vorsitzenden Michael Moritz, dass auch Unternehmer vertreten sein sollten. Hinweis: Beim ZDF wirken aktiv tätige Ministerpräsidenten in den entscheidenden Aufsichtsgremien mit, was aufgrund der Einflussnahme kritisch betrachtet werden sollte!

Der NDR arbeite immer an seiner Wirtschaftlichkeit. So wurde 2011 ein Gewinn von über 40 Millionen Euro erwirtschaftet, seit 1995 seien über 600 Stellen weggefallen. Und: Der NDR bilde Pensionsrückstellungen für seine Mitarbeiter.

Kurzum: Deutschland könne sich glücklich schätzen, so Marmor im Abschluss seines Vortrages, einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu haben, wenn man den Vergleich mit dem Ausland anführen möchte. Qualität, Seriosität, Verlässlichkeit seien die Werte, die die öffentlich-rechtlichen Sender, wie den NDR, mit dem mittelständischen Inhaber-Unternehmer auf eine Stufe heben würden.

Die anschließende kritische Diskussion baute darauf auf, dass niemand zu seinem Glück gezwungen werden sollte. Und: Die neue Gebührenordnung könne zu Missverständnissen führen, da Mehrfachzahlungen möglich seien. So müsste zum Beispiel ein noch im Elternhaus lebender Arbeitnehmer mit eigenem Einkommen auch die GEZ-Gebühr bezahlen (!). Schwierig sei auch die Umsetzung für PC-Gebühren. Man sei hier, so Marmor, in der Überprüfung und es sei ein noch nicht abgeschlossener Prozess, der einer permanenten Anpassung und Überprüfung unterworfen sei. Weitere kritische Bemerkungen aus der Runde, bezogen sich auf den Fakt, dass die Einkommenssituation der im öffentlich-rechtlichen Bereich Beschäf-





Fotos: Toni Momtschew

tigten wesentlich höher sei als bei den Privaten. Zudem bestehe ein Gefühl der Überversorgung im Ruhestand für Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Daneben gab es konstruktive Vorschläge, wonach die GEZ-Gebühr einerseits sozialverträglich sein müsse, aber auch einkommensabhängig gestaffelt werden könnte.

Interessant am Rande: 54 Prozent des NDR-Budgets kommen aus Niedersachsen. Indes sind die meisten Nutzer (Zuhörer/Zuschauer)

aus Schleswig-Holstein, gefolgt von Mecklenburg und Hamburg - dann erst folgt Niedersachsen. Hieraus ergab sich die Forderung, dass Programm mehr auf den Raum des größten Beitragszahlers zu münzen.

Fazit: Eine sehr inhaltvolle Veranstaltung in einem perfekten Ambiente. ASU und BJU sollten darauf drängen, im Rundfunkrat den Verband zu repräsentieren, also Unternehmer dort als relevante Gruppe der Gesellschaft zu vertreten.

LEBENSMITTEL ONLINE KAUFEN

Autor: Sina Gritzuhn



SEIT DEZEMBER 2011 HABEN DIE HANSESTÄDTER DIE MÖGLICHKEIT, IHREN WOCHEINEINKAUF BEIM HAMBURGER ONLINE-START-UP **SUPERMARKT.DE** ZU ERLEDIGEN UND SICH ALLES AN DIE WOHNUNGSTÜR BRINGEN ZU LASSEN.

Das Thema Online-Shopping ist nicht neu, Lebensmittel online zu bestellen hingegen schon. Der Online-Supermarkt will Kaufgewohnheiten ändern und bietet die Produkt Auswahl eines herkömmlichen Supermarkts, gepaart mit einem unternehmenseigenen Lieferservice. Die Nutzerfreundlichkeit stehe für das Unternehmen im Vordergrund: „Unsere Kunden haben die Möglichkeit, ihren Lieferungszeitraum stündlich genau zu planen – das ist deutschlandweit einzigartig“, erklärt Vorstandsvorsitzender Dominik Mühl.

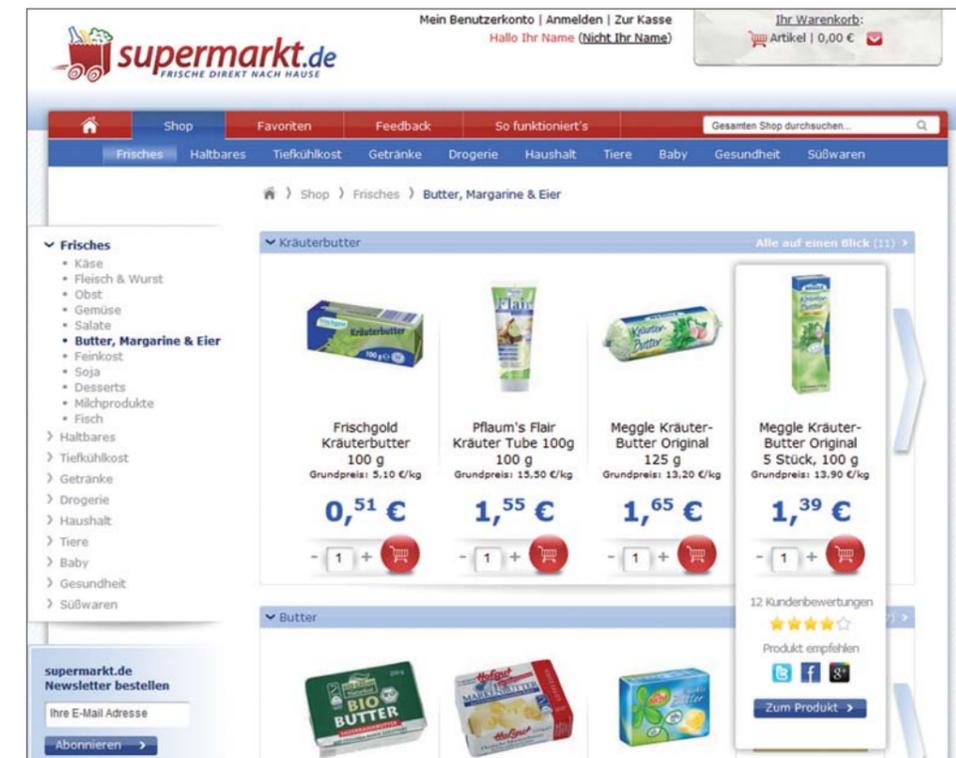
mes Potential. Nach erfolgreicher Erschließung des Hamburger Markts, plant das Management das Konzept bald auf andere Großstädte zu übertragen.



Dominik Mühl, Gründer und Vorstandsvorsitzender von supermarket.de

Der Online-Supermarkt wirbt mit einer ununterbrochenen Kühlkette, die durch gekühlte Lieferwagen garantiert werde. Mit diesem Modell setzt sich das Unternehmen von Marktteilnehmern mit Paketversand ab. Diese gebündelte Dienstleistung schätzen nach eigenen Angaben nicht nur Privatkunden sondern auch zahlreiche Hamburger Unternehmen, die sich von supermarket.de mit Produkten wie Milch, Obst, Getränken oder Putzmitteln beliefern lassen.

Der Online-Lebensmittelhandel ist im Vergleich zum stationären Handel noch unterentwickelt. Nur 0,3 Prozent des Lebensmittelhandels fällt auf den Sektor Internet. Hier sehe supermarket.de enor-



Meßberg 1 · 20095 Hamburg
 Telefon 040/30 96 98-0 · Fax 040/30 96 98-50
 info@hagenundkruse.de · www.hagenundkruse.de

HAGEN & KRUSE

VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1901

Als unabhängiger Versicherungsmakler bieten wir unseren Kunden in allen privaten, beruflichen und betrieblichen Versicherungsfragen optimale Lösungen.

Seit über 100 Jahren konzentrieren wir uns auf die Geschäftsfelder

- Mittelständische Unternehmen und freie Berufe
- Sanitär-, Heizungs-, Klempner- und Bedachungsbetriebe
- Bürgschaften für das Bauhaupt- und Baunebengewerbe, Maschinen- und Anlagenbau
- Ärzte und Mediziner
- Privatkunden

für die wir – gemeinsam mit dem Versicherer – maßgeschneiderte Versicherungslösungen konzipieren.

Wir bieten individuelle Beratung und verfügen über umfangreiches Know-how bezüglich Vertragsgestaltung und Schadenabwicklung.



Ihre Ansprechpartner:

Jörg Will
Geschäftsführender Gesellschafter
Telefon 040/30 96 98-23
j.will@hagenundkruse.de

Jörg Enders
Geschäftsführender Gesellschafter

Telefon 040/30 96 98-17
j.enders@hagenundkruse.de

für **HAMBURG**

ATELIERGESPRÄCH MIT DEM PHOTOPICTEUR MARC LÜDERS

„Ateliergespräch“ ist unsere neue Serie in „für Hamburg“. Rene S. Spiegelberger sucht hierzu zeitgenössische Künstler der Hansestadt an ihren Wirkungsstätten auf, spricht mit ihnen über ihr Werk und bietet Einblicke in exemplarische Schaffensphasen. Spiegelbergers gleichnamige Stiftung für junge Kunst hat es sich zur Aufgabe gemacht, junge Ausnahme-Künstler in den Diskussionsraum einer breiteren Öffentlichkeit zu rücken. Dies geschieht über ihre Monographien-Reihe „Unikat“. Diese Serie, die mit dem Photopicteur Marc Lüders ihren Auftakt nimmt, knüpft an diesen Gedanken an.

„ICH BIN KEIN MENSCH DER KRITIK“

FH: Herr Lüders, Sie verbinden zwei Medien, die sich auf den ersten Blick zu widersprechen scheinen, Fotografie und Malerei.

Wie haben Sie den Einstieg in diese Technik gefunden?

Marc Lüders: Im Laufe meines Studiums habe ich mich überwiegend mit Malerei beschäftigt, aber auch stets die Nähe zur Fotografie gesucht. Hierbei habe ich mich viel mit anderen Künstlern wie Gerhard Richter auseinandergesetzt, bei denen offensichtlich eine Affinität von der Malerei zur Fotografie gegeben war. Mit der Zeit habe ich dann unterschiedliche Versuche unternommen, mich mit meiner Malerei an die Fotografie anzunähern, aber die Idee, diese dann wirklich malerisch zu bearbeiten, kam mir erst später.

FH: Sie haben Gerhard Richter erwähnt. Daraus leitet sich die Frage der Vorbilder ab. Was sind Ihre künstlerischen Orientierungspunkte gewesen, welche Künstler haben Ihre Arbeit inspiriert und wie hat es sich angefühlt 2011 in der Ausstellung „Unschärfe“ in der Hamburger Kunsthalle neben Richter zu hängen?

Lüders: Bei so einem großen Künstler fühlt sich das ein wenig ambivalent an, denn es gilt natürlich zu vermeiden, allzu sehr in seine Nähe gerückt zu werden. Auf der anderen Seite lässt sich diese in gewissen Punkten, nämlich der Verbindung der Medien Fotografie und Malerei, nicht leugnen. Der entscheidende Punkt ist jedoch, dass dies offensichtlich auf eine völlig andere Weise geschieht und somit ist die künstlerische Nebeneinanderstellung unter dem Titel „Unschärfe“ absolut folgerichtig gewesen. Vor



diesem Hintergrund bin ich froh und natürlich auch ein kleines bisschen stolz, dabei gewesen zu sein.

FH: Sie nennen Ihre Arbeiten Photopictures. Gilt dies auch für die Werkkomplexe, in denen Sie die Fotografie ergänzen, wie für beispielsweise die Abu-Ghraib-Serie, in denen Sie die Gefangenen der US-Amerikaner aus den Bildern wegre tuschieren?

Lüders: Der Begriff Photopictur deutet ja auf eine Zusammensetzung aus Fotografie und Malerei hin. Dies gilt generell auch für die Abu-Ghraib-Serie. Auch hier wurde Malerei aufgetragen, auch wenn sie nicht dazu diente etwas hinzuzufügen, sondern etwas zu verdecken. Die Gefangenen sind in der Fortsetzung des Hintergrunds übermalt worden, so dass sie nicht mehr sichtbar sind.

FH: Es handelt sich bei diesem Zyklus um ein politisch hochbrisantes Thema. Wenn ich es richtig einordne, ist dies ein Novum in Ihrem Œuvre. Wie sind die Reaktionen darauf? Fallen sie politisch aus?

Lüders: Eigentlich recht selten. Anlässlich der ersten öffentlichen Ausstellung dieser Arbeiten in der Hamburger Kunsthalle haben Prof. Dr. Hubertus Gassner und Dr. Daniel Koep als Kuratoren der Ausstellung ein Künstlergespräch mit mir geführt und da ging es doch in erster Linie um die künstlerische Umsetzung. Wir sprachen aber auch über den Aspekt des Verdeckens und des Vertuschens. Die amerikanische Regierung hatte damals ja ein großes Interesse daran, dass diese Bilder nicht veröffentlicht werden, und versuchte entsprechend, dies zu verhindern.

FH: Dass Sie also mit diesen Arbeiten am Verdecken und Vertuschen mitarbeiten, ist also nicht in erster Linie eine politische Aussage – kein direkter Fingerzeig oder eine Positionierung zu diesem Thema?

Lüders: Nein, mir ging es hierbei weniger um den hintergründigen politischen Aspekt.



Es bot sich aber für mich an, den Aspekt des Vertuschens künstlerisch zu übersetzen und weiterzuführen und dadurch bekommen die Arbeiten zwangsläufig auch den von Ihnen angesprochenen politischen Aspekt. Der primäre Reiz bestand für mich jedoch im Technischen. Es ging mir um die völlig neue und andersartige Variation meiner bisherigen Arbeit.

FH: In anderen Serien, beispielsweise dem Supermarkt-Zyklus, geht es Ihnen um das Einzug-Nehmen von Figuren oder Objekten in Ihre Fotografie. Auch diese Figuren entstammen zumeist einer Foto-Vorlage.

Hierbei entrücken Sie zum Beispiel einen wartenden Passanten aus der urbanen Hektik in eine artfremde Isolation.

Lüders: Der Kontrast ist dabei gar nicht so groß, wie man vielleicht denken könnte. Hierbei bin ich auf der Suche nach Menschen, die sich in der Hektik des urbanen Alltags befinden. Diese versuche ich dann in Momenten zu fotografieren, wenn sie besonders ruhig oder abwesend sind. Sie stehen meistens an der Ampel, müssen sich also einen Moment Zeit nehmen und warten darauf, dass das grüne Männ-





chen erscheint, damit sie weiter gehen dürfen. Dabei kann eine Situation des In-Sich-Gekehrt-Seins entstehen. Diese Menschen extrahiere ich dann aus diesem Kontext und setze sie malerisch in meinen Fotos in eine völlig andere Welt hinein. Dieses Thema, des grundsätzlich unterschiedlichen Raums von Malerei und Fotografie, hat mich intensiv beschäftigt, denn die Figuren fügen sich ja als Motiv ein, aber sie sind oder waren ja niemals wirklich an dem Ort dieser Fotografie. Es beginnt bereits damit, dass sie aus einem völlig anderen Medium bestehen, nämlich aus Ölfarbe und nicht aus Fotopapier. Damit haben sie natürlich etwas Losgelöstes von ihrer Umgebung. Die Subjekt-Objekt-Thematik, also die Frage, wie ich mich als Individuum aus der eigenen Perspektive in einer Umgebung empfinde, das ist das Thema meiner Deplatzierungen in diesen Figuren-Welten.

FH: Warum ist es Ihnen wichtig, hierbei auf reale Vorbilder zurück zu greifen? Aus kreativer Perspektive wäre dies ja nicht notwendig, denn beispielsweise im Zyklus Ihrer Bismarck-Bad-Serie bedarf es ja auch keiner realen Vorbilder.

Lüders: Das hat natürlich etwas mit dem Anspruch der fotorealistischen Wirkung zu tun. Beispielsweise bei den Supermarkt-Bildern. Hätte ich auch hier, wie in der Bismarck-Bad-Serie, frei konstruierte Figuren implementiert, wäre der Kontrast

deutlich größer. Das wäre mir zu viel gewesen. Vor allem ist es aber kompositorisch auch nicht notwendig. Das ist also eine rein künstlerische Entscheidung.

FH: Sie haben eine sehr eigenständige Bildsprache. Ein Marc Lüders ist sehr einfach zu identifizieren, da er deutliche Charakteris-



tika aufweist. Wie wichtig ist dies für einen Künstler? Wie wichtig ist das für Sie?

Lüders: Das hat schon eine große Bedeutung. Je eigenständiger die Bildsprache und je stärker man wirklich aufgrund einer einzelnen Arbeit eine ganz klare Zuordnung zu einem Künstler treffen kann, desto stärker hebt er sich ab. Bei der Vielzahl von Künstlern in einem sehr begrenzten Markt stellt dies einen Vorteil dar.

FH: Wie leicht fällt es Ihnen, sich von Ihren Arbeiten zu trennen?

Lüders: Am Anfang habe ich alle Arbeiten verkauft. Darüber bin ich wirklich traurig. Heute würde ich einige gerne zurück kaufen, aber das lässt sich nicht machen. Meine Sammler lassen diesbezüglich leider nicht mit sich reden. Im Gegenteil, sie werden

zumeist noch begieriger, die Arbeiten zu behalten. Mittlerweile gibt es aber Arbeiten, die ich für mich behalte und nicht verkaufe. Daraus baue ich mir eine kleine Sammlung auf.

FH: Spätestens seit der Digitalisierung ist es Fakt, dass wir der Fotografie nicht mehr trauen können. Sie bestärken dies auf die wahrscheinlich komplizierteste Art, die man dabei wählen kann, und hierbei entstehen sehr homogene Bildräume. Dies erreichen Sie unter anderem durch einen ebenfalls fotorealistischen Schattenwurf und die Wiederaufnahme bestehender Strukturen aus der Bildraum gebenden Fotografie.

Lüders: Das stimmt. Der homogene Charakter ist mir sehr wichtig. Das eingefügte Objekt oder die Figur muss Teil des Fotos werden. Auf den ersten Blick sollte man gar nicht feststellen können, dass Malerei bei der Entstehung eine Rolle gespielt hat. Das ist ein zentrales Motiv und mir sehr wichtig. Rein technisch hat das in der Tat viel mit dem raumgebenden Licht der Fotografie zu tun. Kommt es von oben oder von der Seite? Ist es ein diffuses Licht oder eines, das möglicherweise einen starken Schlagschatten hervorrufen würde? Je nachdem arbeite ich meine Personen oder Objekte dann so ein, dass sich diese Situation genauso in meiner Malerei wiederfindet und sich dadurch möglichst glaubwürdig in die Szenerie einpasst. Den Schatten male ich immer erst am Schluss und erst durch ihn wird die Glaubwürdigkeit hergestellt, denn hierdurch wird mein Objekt im Raum bestimmbar.

FH: Da Sie bereits die Abu-Ghraib-Frage weniger politisch beantwortet haben, als ich vermutete, gehe ich davon aus, dass Sie auch nicht die Kritik an der Mediengesellschaft und den täglichen urbanen Informationsüberfluss mit Ihren Arbeiten thematisieren wollen?

Lüders: Ich bin kein Mensch der Kritik. Ich bin ein Mensch, der die Welt so nimmt, wie sie ist. So versuche ich auch, sie wiederzugeben, soweit uns das als Künstler überhaupt möglich ist.



FH: Abschließende Frage: Welche Künstler inspirieren Sie neben Gerhard Richter und Johann Sebastian Bach, der Sie im Atelier musikalisch begleitet?

Lüders: Mein Kontakt zu anderen Künstlern ist nicht so intensiv. Es gibt einige Künstler, mit denen ich mich treffe, aber das hat nicht unbedingt etwas damit zu tun, dass diese mir von ihrer Arbeit her besonders nahe stehen. Bei diesen Gesprächen geht es zumeist auch nicht so sehr um die künstlerische Arbeit, sondern häufig um das Leben des Künstlers. Wie man sein Leben und seinen Alltag gestaltet und gute Ausstellungen macht. Das ist meiner Erfahrung nach häufig viel ergiebiger, als der Versuch sich über künstlerische Inhalte auszutauschen. Vorbilder oder Orientierungspunkte hinge-

gen wechseln für mich regelmäßig. Natürlich gibt es da auch viele Altmeister, die eine Rolle spielen. Jan Vermeer ist zum Beispiel so einer, der mich jedes Mal neu fasziniert und schon lange begleitet. Aber so gesehen gibt es dann eine Menge, die man nennen könnte. Max Beckmann oder Louise Bourgeois zählen auf jeden Fall dazu, aber auch Michael Wesely, um einen Zeitgenossen zu nennen. Er ist ein Künstler, mit dessen Arbeit ich mich intensiv auseinandergesetzt habe. Bei ihm hat das einen konkreteren Bezug zu meinen eigenen Arbeiten. Das hat aber in vielen Fällen auch damit zu tun, was mich gerade selber inhaltlich umtreibt.

Das Gespräch führte Rene S. Spiegelberger, Spiegelberger Stiftung am 03. März 2012 im Hamburger Atelier des Künstlers



UNTERNEHMERTAG DER JUNGEN UNTERNEHMER – BJU IN FRANKFURT AM MAIN

Autor: Carsten Schryver

Rund um das Thema E-Commerce befasste sich der diesjährige BJU-Unternehmertag am 23. Februar in Frankfurt am Main. Angesichts wirtschaftspolitischer Ungewissheiten, konnte das allgegenwärtige Thema „Eurokrise“ natürlich nicht vernachlässigt werden. Marie-Christine Ostermann ließ keinen Zweifel, dass „immer neue Hilfsmilliarden nach Griechenland zu schaufeln“ eben nicht der richtige Weg sei, das deutsche und letztlich auch europäische Wirtschaftsumfeld nachhaltig zu sichern. Sie forderte umfassende Konzepte zur Neuaufstellung der griechischen Wirtschaft – und zwar ohne den Euro! Auf was wir uns einstellen müssen, wurde mit Zahlen und Fakten durch den Gastredner Ralf Hoffmann, Deutsche Bank Research, untermauert. Fazit: Der Grad ist schmal, Entscheidungen sind gefragt, Handlungen unausweichlich. Doch weitergehen wird es für uns alle!

Nach diesen teilweise ernüchternden Realitäten rund um das Dauerthema „Euro“, präsentierten sich schließlich junge, hochmotivierte und an ihre Idee glaubende Unternehmer. Die Kurzfassung: David Zimmer (inexio Informationstechnologie und Telekommunikation KGaA) sorgt dafür, dass Kunden auch in unterversorgten deutschen Landstrichen mit hochmodernen Glasfasernetzen interaktiv und sicher von Jan Philipp Hinrichs (CaptchaAd GmbH) beworben werden, um René Marius Köhlers (internetstores AG) Fahrräder zu kaufen, mit denen sie dann ihre neue und passgenaue Internet-Liebe von Christian Vollmann (eDarling) besuchen können. In einem Markt, dessen Potenzial kaum Grenzen kennt, profitiert also irgendwie jeder von jedem. Alle zeichnet aus, dass sie es im dynamischen Online-Umfeld schnell geschafft haben, sich als Marke zu etablieren. Große Namen in der Telekommunikations- und Online-Retail Branche sind zwar Wettbewerber – doch Angst vor großen Namen hat hier keiner! Auf beeindruckende Weise

lehrten die Erfahrungen ihnen, was es bedeutet monatlich mehr zu investieren als umzusetzen und trotzdem erfolgreich zu sein. Solche Geschäftsmodelle vor dem Hintergrund allgemeiner Finanznöte überhaupt finanziert zu bekommen, ist mehr als ein Beweis dafür, dass das Vertrauen in junge Unternehmer ohne Zweifel gegeben ist. Was heute jedoch „in“ ist, kann morgen durch neue Technologien und Möglichkeiten „out“ sein. Angesichts dieser Herausforderung, haben sich alle Unternehmer eine sichtbar moderne Firmenstruktur aufgebaut. Ein ständiges Überdenken ihrer Produkte und Dienstleistungen ist für sie genau so wichtig, wie ihre attraktive Außenwirkung für potenzielle Mitarbeiter.

Dass auch große, etablierte (Welt-)Konzerne ihre etablierten Strategien und Produkte überdenken müssen, referierte Rainer Zinow von der SAP AG. Sein historischer Vergleich: Im 19. Jahrhundert war der Anteil der Unternehmen, die sich ihre

Energie selber produzierten enorm, heute ist dies kaum noch vorstellbar. Den gleichen Trend sieht er nun bei der Nutzung unternehmenseigener IT-Ressourcen. Was vorher gekauft wurde, steht heute beim Dienstleister, zentralisiert und konfiguriert auf aktuelle Bedürfnisse und bestens gesichert. Diesem Trend gefolgt, hat es eine Industrie in rasanter Geschwindigkeit geschafft, dass Menschen das Wort „Wolke“ nicht mehr mit Regen verbinden, sondern mit externer und effizienter IT-Bereitstellung: Die „Cloud“.

Die regen Diskussionen zeigten die Faszination, die das Thema E-Commerce ausstrahlt. In angenehmer Atmosphäre hat der diesjährige Unternehmertag dazu beigetragen, sich den neuen Technologien und Trends zu öffnen, Kontakte zu knüpfen und gemeinsame Ideen anzustoßen.



Fotos: Anne Kreuz

HERZLICH WILLKOMMEN – NEUE MITGLIEDER

Christian Ancker
Spilling Energie Systeme GmbH
www.spilling.de

Dietmar Jochem
Security Management GmbH
www.jochem-security.de

Hinnerk Rott
TP TargetPartner GmbH
www.targetpartner.de

Marc Drießen
HESSE NEWMAN CAPITAL AG
www.hesse-newman.de

Carsten Klauer
Power Personen-Objekt-Werkschutz GmbH
www.power-gmbh.de

Klaus Schümann
Klaus Schümann Verlag
www.ksv-hamburg.de

Felix Gerber
HAPP LUTHER
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

Johannes von Rauchhaupt
von Rauchhaupt & Senftleben GmbH
www.vrus.de

ABGEDRUCKT UND AUSGESTRAHLT –

AUS DER PRESSE UND DEN MEDIEN

Unternehmer tanzen im „Vier Jahreszeiten“

Erschienen in Welt am Sonntag am 12. Februar 2012

Zu ihrer traditionellen Verzauberten Ballnacht luden die Verbände Die Familienunternehmer – ASU und die jungen Unternehmer – BJU. Wie immer wurde der Ball im Hotel Vier Jahreszeiten gefeiert. Doch dieses Mal war es etwas anders. Statt an runden Tischen wie sonst saßen die 140 Gäste zum Dinner an langen Tafeln. Das kam sehr gut an. Während des hervorragenden dreigängigen Menüs (Lachs, Rinderfilet und Dessert) fragte ASU-Regionalvorstand Michael Moritz, geschäftsführender Gesellschafter von CatCap, in seiner amüsant-ironischen Rede, ob man denn überhaupt in Zeiten der Finanzkrise feiern sollte. „Wir Familienunternehmer sind das Auf und Ab der Konjunktur gewöhnt, wir passen uns eben an.“ Das Besondere an dieser Krise sei ja, dass es eine Krise der Politik sei, die nun auch auf die Wirtschaft durchschlage. Christoph M. Kadereit, ehemaliger ASU-Vorstand, hielt die launige Damenrede. Nach dem Dessert

gab es dann kein Halten mehr. Die Soulisten spielten ihre heißen Rhythmen, auch das ist Tradition, und brachten selbst den letzten Tanzmuffel auf die Beine. Und DJane Ana-Lara verstand ebenfalls mit ihrer musikalischen Auswahl ihr Handwerk. Um vier Uhr früh verließen die letzten Gäste beschwingt und verzaubert den Ball.

Edlar Empfang

Erschienen im Hamburger Abendblatt am 31. Januar 2012

Großes Tennis gab es gestern Abend in der Center Court Lounge im Tennisstadion Rothenbaum. Hier feierten der Verband Die Familienunternehmer (ASU) und die jungen Unternehmer (BJU) ihren Neujahrsempfang. Rund 100 Gäste und Unternehmer hörten der Hauptrednerin, Umweltsenatorin Jutta Blankau, zu.

Unternehmer tanzen im „Vier Jahreszeiten“

Zu ihrer traditionellen Verzauberten Ballnacht luden die Verbände Die Familienunternehmer – ASU und die jungen Unternehmer – BJU. Wie immer wurde der Ball im Hotel Vier Jahreszeiten gefeiert. Doch dieses Mal war es etwas anders. Statt an runden Tischen wie sonst saßen die 140 Gäste zum Dinner an langen Tafeln. Das kam sehr gut an. Während des hervorragenden dreigängigen Menüs (Lachs, Rinderfilet und Des-

sert) fragte ASU-Regionalvorstand Michael Moritz, geschäftsführender Gesellschafter von CatCap, in seiner amüsant-ironischen Rede, ob man denn überhaupt in Zeiten der Finanzkrise feiern sollte. „Wir Familienunternehmer sind das Auf und Ab der Konjunktur gewöhnt, wir passen uns eben an.“ Das Besondere an dieser Krise sei ja, dass es eine Krise der Politik sei, die nun auch auf die Wirtschaft durchschlage. Christoph M.

Kadereit, ehemaliger ASU-Vorstand, hielt die launige Damenrede. Nach dem Dessert gab es dann kein Halten mehr. Die Soulisten spielten ihre heißen Rhythmen, auch das ist Tradition, und brachten selbst den letzten Tanzmuffel auf die Beine. Und DJane Ana-Lara verstand ebenfalls mit ihrer musikalischen Auswahl ihr Handwerk. Um vier Uhr früh verließen die letzten Gäste beschwingt und verzaubert den Ball.



Michael Kopac (l.) und Margarethe Blohm mit Christoph M. Kadereit



Michael Kittlitz und Belinda Vamaev



Christian Jourdan, Xo Hamburger Beratung, und Katja Eichhorn



Gastgeber (v. l.): Jan Schmidt, Regionalvorsitzender BJU, mit Nicole Prüfer, Ann-Kathrin Seif und Michael Moritz, Regionalvorstand ASU



Melanie und Henning Fehrmann, Fehrmann Metallverarbeitung, Unternehmer des Jahres 2011



Fotograf Loic Breard (l.), Ball-Organisatorin Christine Hübner und Rechtsanwalt Thomas Wülfing



Mathias und Maïke Krohn (l.) mit Mirko und Michaela Schmeiser



Die Geschwister Christina und John Moser, Juwelen und Schmuck

NAMEN

EDLER EMPFANG

ROTHERBAUM :: Großes Tennis gab es gestern Abend in der Center Court Lounge im Tennisstadion Rothenbaum. Hier feierten der Verband Die Familienunternehmer (ASU) und die jungen Unternehmer (BJU) ihren Neujahrsempfang. Rund 100 Gäste und Unternehmer hörten der Hauptrednerin, Umweltsenatorin Jutta Blankau, zu. (ccj)

BUCH-TIPP

JOACHIM GAUCK

WINTER IM SOMMER – FRÜHLING IM HERBST

Joachim Gauck gibt biographische Einblicke, die persönlich und doch nie zu privat erzählt werden. Begonnen bei seiner Kindheit in einem Dorf an der Ostseeküste und dem willkürlichen Verschwinden des Vaters durch die Stasi. Ereignisse, die den jungen Gauck prägen und ihn zugleich zum kritischen Gegner des kommunistischen Regimes werden lassen. Später studiert er Theologie in Rostock, findet seinen Weg in die Kirche in Mecklenburg und wird schließlich zur Symbolfigur im Umbruch 1989.

Nach dem Mauerfall übernimmt Gauck als Abgeordneter im ersten freien Parlament der DDR politische Verantwortung. Besonders spannend sind die Kapitel, die den Aufbau der nach ihm benannten Gauck-Behörde beschreiben. In kürzester Zeit wird



ein Weg gefunden, das Interesse der Bürger an ihren Akten zu befriedigen. Der Kampf gegen das Vergessen und Verdrängen bleibt als Redner und Kommentator auch nach seinem Ausscheiden sein großes Thema.

Broschiert: 352 Seiten
Verlag: Pantheon Verlag; Auflage: 4 (9. Mai 2011)
ISBN-10: 3570551490, ISBN-13: 978-3570551493

Das erschienene Hörbuch wird von Joachim Gauck selbst gelesen.

BORDSTEIN BEZWINGER.



VW Touareg
71,-/Tag
bei Abnahme von 7 Tagen

STARCAR

Autovermietung

Firmenkunden erhalten bis zu 20 % Rabatt!
Sonder-Kunden Nummer **55680** bei Buchung angeben.

Reservierung unter **0180 / 55 44 555***

* (Festnetz 14 ct/min, Mobilfunk max. 42 ct/min)

WARUM WIR MITGLIEDER SIND

KSV KLAUS SCHÜMANN VERLAG
HAMBURG MEDIEN · HAMBURG EVENTS

Klaus Schümann
Klaus Schümann Verlag



bedanken. Ich könnte auf die gesellige und kommunikative Runde des Abends verweisen und die beantragte Mitgliedschaft dem dabei aufkommenden heimeligen Gefühl zuschieben. Oder dass mir beim zweiten Glase des ausgezeichneten Weißweins der Schulterchluss unvermeidlich erschien. Ich könnte auch behaupten, dass mir schlicht und einfach nur eine Mitgliedschaft in einem Verein fehlte, der mit einem A beginnt.

Genug gekalauert. Scherz beiseite, Sinn ans Licht! Natürlich geht es mir nicht anders, als allen anderen engagierten Unternehmern, die sich auf der breiten Skala des Mittelstands bewegen und mit einem

gerüttelt Maß an Lebens- und Berufserfahrung Zeit nicht mehr als Mangelware, sondern als wertvolles Alltagsgut begreifen. Wenn ich dann Zeit, unternehmerisches Engagement und unternehmerische Solidarität in einen Mixbecher werfe, kommt dabei etwas heraus, was ich allein nur schwerlich in gewünschter Form bewältigen kann. Vermutlich stehe ich auch damit nicht alleine da und kann mir meine Selbstvorwürfe daher gleich wieder abschminken. Eine Erkenntnis, die nicht zwingend weiterhilft – bis man auf die ASU trifft und plötzlich Engagement und Zielvorstellungen gebündelt entdeckt. Na also, denke ich, geht doch! Unterschrift drunter und mitmachen. Punkt.

Naja, warum bin ich bei der ASU Mitglied geworden? Bin ich nicht schon im Lions Club, im Hafen-Klub und im Übersee-Club? Meine Mitgliedschaft im Freundeskreis Elbphilharmonie, beim Blankeneser Bürger-Verein und bei der Horst Janssen Bibliothek nicht zu vergessen. Ich bin im Presse-Club, zähle zur Landespressekonferenz und bin Fördermitglied eines Hamburger Theaterschiffes. Und noch diverse andere noble und mehr oder weniger engagierte Einrichtungen ertragen mich als Mitglied. Niemand würde auch nur eine Augenbraue heben, wenn ich der Meinung wäre, mit meinem Vereinsengagement nun langsam an die Grenzen gestoßen zu sein.

Das war ja auch gar nicht so geplant. Irgendwie kam eines zum anderen. Und nun auch noch ein ordentliches Mitglied im Kreise der ehrenwerten ASU-Familienunternehmer. Ich könnte jetzt sagen, dass die Gastfreundschaft und das Abendessen der Gastgeber im Hause Nehlsen so hervorragend waren, dass ich gar nicht anders konnte, als mich mit einem Aufnahmeantrag zu

vR&S
gegr. 1922

Johannes von Rauchhaupt
von Rauchhaupt & Senfleben
GmbH



Von Rauchhaupt & Senfleben ist ein unabhängiger und inhabergeführter Versicherungsmakler und Risk Consultant mit Stammsitz in Hamburg. Seit 1922 entwickelt das Unternehmen maßgeschneiderte Risikolösungen für Mandanten sämtlicher Branchen.

Umfangreiche Kenntnisse über Märkte und Abläufe sind für uns Grundlage zur Entwicklung spezialisierter Deckungskonzepte. Daher verfügt vR&S nicht nur über Expertenwissen im Bereich Versicherungs- und Risikomanagement, sondern auch über ein gewachsenes Branchen-Know-how. Das Verständnis für unternehmerisches Handeln unserer Mandanten ist der solide Grundstein für die Entwicklung, Implementierung und Betreuung eines individuell entwickelten Risikotransferkonzeptes. Nach Abschluss meines Masterstudiums in London und anschließenden Stationen im Versicherungsmarkt, bin ich seit Anfang 2011 als Kundenberater im Haus vR&S tätig.

In den BJU bin ich eingetreten, weil ich mich auf einen spannenden Austausch über aktuelle Themen und Herausforderungen freue und mich unterschiedliche Blickwinkel auf die wirtschaftlichen und ökonomischen Geschehnisse sehr interessieren. Ich bin mir sicher, beim BJU dynamische und kreative Menschen kennenzulernen und freue mich auf interessante und fröhliche Veranstaltungen.

KALENDER

Do. 19.04.2012

Potsdamer Treffen 2012, Potsdam

Do. 10.05.2012

Bundetermin: Tage der Familienunternehmer, Berlin

Mo. 11.06.2012

Unternehmer des Jahres, Empire Riverside Hotel

Bitte beachten Sie, dass Terminänderungen bzw. weitere Veranstaltungen nach Redaktionsschluss möglich sind und ein aktueller Veranstaltungskalender auf www.asu-bju-hamburg.de einzusehen ist.



Dietmar Jochem
Dietmar Jochem Security
Management GmbH



Die Dietmar Jochem Security Management GmbH wurde 1996 mit Hauptsitz in Hamburg gegründet. Nach mehrjähriger Tätigkeit in verschiedenen Bereichen der Bundespolizei war Dietmar Jochem beim Bundeskriminalamt in der Abteilung „Terrorismusbekämpfung“ tätig. Mit seinem Beratungsunternehmen für Krisen- und Sicherheitsmanagement verfolgt Dietmar Jochem das Ziel, seinen Klienten mit umfangreichem Know-how und einem erfahrenen Spezialisten-Team bestmöglichen Schutz zu gewährleisten.

Unsere Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Sicherheitsberatung, Wirtschaftsschutz, Compliance-Management und Personenschutz. Unsere Sicherheitsberatung und das Sicherheitsmanagement folgen kriminaltechnischen und wissenschaftlichen Standards. Unsere Kompetenzen erstrecken sich von der Sicherung persönlicher und materieller Unversehrtheit einzelner Personen bis zum Schutz unternehmerischer Ziele.

Das Thema Compliance-Management hat sich seit einiger Zeit in den meisten Großunternehmen und Konzernen stabil etabliert. Wir bezeichnen es als das, was es immer war: Anständigkeit! Nun steht der deutsche Mittelstand vor der Herausforderung, zeitnah entsprechende sichtbare Bemühungen und wirksame Strukturen nachzuweisen.

Wir beraten bei der Errichtung einer stabilen Compliance-Struktur und entwerfen maßgerechte Lösungen für Unternehmen ohne permanente zusätzliche Personalkosten.

Mit unserem Anti-Fraud-Management helfen wir außerdem, die kleinen und großen Sünden im Unternehmen zu bekämpfen. Aktuelle Studien führender

Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Universitäten und des Bundeskriminalamtes belegen, dass in der jüngeren Vergangenheit über 50 Prozent der deutschen Unternehmen von Wirtschaftskriminalität betroffen waren. Die für Unternehmen entstandenen finanziellen Schäden waren, neben der Schädigung der Reputation, gravierend.

Wir unterstützen Unternehmen insbesondere

- bei der Schulung und Sensibilisierung von Führungskräften.
- bei vorstaatsanwaltlichen internen Untersuchungen, um zum Beispiel Image- oder Reputationsschäden zu vermeiden.
- bei der Durchführung von Routineaudits zum rechtzeitigen Erkennen von strafbaren Handlungen im Unternehmen.
- beim Aufbau organisatorischer Schutzmechanismen im Unternehmen.

Als Mitglied im Verband der Familienunternehmer – ASU profitieren wir von einem starken Verbund von mittelständischen Unternehmen mit gleichen unternehmerischen und politischen Zielen und Interessen.

5 MINUTEN MIT BETTINA SCHOENBACH



Bettina Schoenbach

KURZVITA:

Bettina Schoenbach, Designerin und Modemacherin. („Die Kleidung muss die Persönlichkeit unterstreichen.“) Geboren im Juli 1960 und aufgewachsen in Hamburg. Nach dem Abitur studierte sie Mode-design in Paris und New York. Sie arbeitete u.a. für Valentino, Ungaro und Armani. Bettina Schoenbach entwickelte zunächst zahlreiche unterschiedliche Kollektionen, bevor ihre eigene Modelinie, die BETTINA SCHOENBACH COLLECTION, entstand. Zu ihren Kunden gehören Persönlichkeiten aus Fernsehen und Politik. Sie ist verheiratet, hat drei Kinder und lebt in Hamburg und in den USA.

Verraten Sie uns Ihren Lieblingsort in Hamburg?
Die Außenalster.

Was wollten Sie als Kind werden?
Schon immer Designerin.

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?
Wir verkauften Kastanienketten an der Straße.

Und wofür ausgegeben?
Ich glaube, ich bin ins Kino gegangen.

Welche Persönlichkeiten der Vergangenheit oder Gegenwart finden Sie interessant?
Twiggy, Audrey Hepburn, Catherine Duche-esse of Cambridge, Charlène Fürstin von Monaco.

Was tun Sie am liebsten, um mal die Seele baumeln zu lassen?
Chillen, am Strand spazieren gehen.

Wenn Sie einen Werbeslogan für Hamburg entwerfen müssten, welcher wäre das?
Hamburg das Tor zur Welt – ein super Slogan.

Was ist das schlimmste Vorurteil über Hamburg?
Dass der Hamburger zu konservativ ist.

Welches Projekt in Hamburg würden Sie gerne beschleunigen?
Hamburg und Design.

Mit wem würden Sie gerne einen Tag tauschen?
Mit keinem!

Was war der schönste Tag in ihrem Leben?
Es gibt viele schöne Tage in meinem Leben.

Was bedeutet Glück für Sie?
Freiheit und Happiness.

Was wollten Sie schon immer mal tun, haben sich aber nie getraut?
Eine Modenschau in der Allee der Palmaille zu veranstalten.

Auf welche eigene Leistung sind Sie besonders stolz?
Meine Kollektion.

Wie viele Stunden netzwerken, arbeiten und designen Sie am Tag?
Sieben bis 24.

Welche Kleidungsstücke designen Sie besonders gern?
Couture.

Können Sie sich vorstellen auch für Männer Mode zu machen?
Klar, wir haben Herrenstrick, Herren-morgenmäntel und Herrenmäntel.

Was hätten Sie gerne, was aber nicht kaufbar ist?
Zeit.

Was wünschen Sie sich für Ihre persönliche Zukunft?
Erfolg!

Was wünschen Sie sich für Hamburgs Zukunft?
Viele internationale Besucher und mehr Internationalität.

Unsere Leser kommen wie Sie aus dem Unternehmertum, was möchten Sie ihnen auf Grund Ihrer langen Erfahrung raten?
Risikobereitschaft, Mut und viel Spaß!

**ERFAHREN.
PARTNERSCHAFTLICH.
PROFESSIONELL.**

Wir freuen uns auf Sie:
jobs in time Hamburg GmbH
Großer Burstah 23
20457 Hamburg
Tel.: 040/22 60 61-0
www.jobsintime.de/hamburg

jobs.
IN TIME

Zeitarbeit
Jobvermittlung
Outsourcing



„Mein Name auf dem Firmenschild.“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir begleiten Sie mit unserem VR-FinanzPlan Mittelstand.

Unsere Beratungsstrategie VR-FinanzPlan Mittelstand richtet sich an alle, die bereits unabhängig sind oder es werden wollen. Mit ihr finden Sie für jede Herausforderung die richtige finanzielle Lösung. Individuell und unkompliziert. Damit Sie sich voll und ganz auf Ihr Unternehmen konzentrieren können. Schließlich ist es Ihr Name auf dem Firmenschild. Sprechen Sie persönlich mit Ihrem Berater, rufen Sie an unter 040/30 91-94 01 oder gehen Sie online: www.hamburger-volksbank.de.



Hamburger Volksbank

Man kennt sich.