

für **HAMBURG**

EIN MAGAZIN VON UNTERNEHMERN FÜR UNTERNEHMER IN DER METROPOLREGION HAMBURG

Ausgabe 02/2013

**GIBT ES EINE PROTESTWAHL?
BEOBACHTUNGEN ZUR BUNDESTAGSWAHL**

WAS UNS PARTEIPROGRAMME VERRATEN

**POLITISCHE REIHE
IM GESPRÄCH MIT GREGOR GYSI UND PATRICK DÖRING**

**TUE GUTES UND SPRICH DARÜBER
CSR ALS WETTBEWERBSVORTEIL FÜR DEN MITTELSTAND**

**ALTER KAFFEE FRISCH AUFGEBRÜHT
GESCHICHTE ÜBER DIE URSPRÜNGE DES KAFFEES**

**ALTE BÜCHERWELTEN
JUNG GEBLIEBEN**

INTERVIEW MIT DEN GESCHWISTERN HEYMANN

WACHSEN, leicht gemacht.

Was wäre, wenn Ihr Unternehmen größer werden könnte, ohne dabei komplexer zu werden? Mit SAP und Partnern gewinnen Sie völlig neue Einblicke in Ihr Umsatz-, Kosten- und Bestandsmanagement – und profitieren gleichzeitig von mehr Effizienz und einer produktiveren Zusammenarbeit. Geben Sie sich nicht damit zufrieden, Prozesse zu optimieren. Entscheiden Sie sich für eine neue, leichtere Art zu wachsen.

Ihr Unternehmen kann mehr: sap.de/sme



SAP, SAP and the SAP logo are trademarks and registered trademarks of SAP AG in Germany and several other countries. © SAP AG 2013

MEHR ERREICHEN. 

EDITORIAL

LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE VON DIE FAMILIENUNTERNEHMER UND DIE JUNGEN UNTERNEHMER

„Starke Wirtschaft“, „Robuster Arbeitsmarkt“ und „Lokomotive in Europa“ – Aussagen, die man über Deutschland derzeit häufiger hört. Ein starker Mittelstand, getragen vom Erfolgsmodell der deutschen Familienunternehmen, und gute Exportzahlen führen zu positiven Wirtschaftsdaten, die dem europäischen Trend klar entgegen stehen.

Die Kehrseite davon: Solange es der Wirtschaft gut geht und die Steuereinnahmen sprudeln, besteht für die Politik wenig Handlungsdruck. Das Kostenniveau für soziale Gerechtigkeit und staatliche Leistungen wird erhöht, die vorhandenen Budgets der öffentlichen Hand nach Möglichkeit vollständig ausgeschöpft. Anstrengungen zur langfristigen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit rücken in den Hintergrund. Und wenn wichtige Wahlen bevorstehen, besteht zudem die Gefahr, dass kurzfristige Wahlgewinne verteilt werden.

Die Parteien versuchen, auch im diesjährigen Bundestagswahlkampf den Anschein sozialer Kälte zu vermeiden. Daher beschäftigen sich alle politischen Lager mit Themen wie Mindestlohn, Mindestrente und Mietpreisbremse. Die CDU versprach zuletzt Ausgabenprogramme in Höhe von rund 30 Milliarden Euro für die Zeit nach der Wahl. Doch nicht nur das stimmt uns Familienunternehmer nachdenklich. Denn die vorgeschlagenen Maßnahmen gehen in

Richtung eines Staatszentrismus. Die Erwartungshaltung, der Staat werde schon alles regeln, wird dadurch nur gestärkt. Dies widerspricht den grundsätzlichen Werten der Familienunternehmer wie Freiheit, Eigenverantwortung und das Vertrauen in die Leistungskraft der Gesellschaft sowie jedes Einzelnen.

Dabei darf nicht vergessen werden, dass das stetig steigende Kostenniveau auch in künftig wirtschaftlich schwächeren Zeiten gedeckt werden muss. Unter dem Postulat, dass die „Reichen“ verstärkt zur Finanzierung staatlicher Aufgaben herangezogen werden müssen, sollen nun Vermögende steuerlich belastet werden. Unser Bundesverband beschäftigt sich deshalb großangelegt mit den Steuerplänen der einzelnen Parteien. In diesem Zuge wurden unter anderem eine Plakatkampagne gegen die Besteuerung von Betriebsvermögen gestartet und ein steuerliches Gutachten zu den Auswirkungen von Vermögensbesteuerung auf verschiedene Unternehmen unseres Verbandes erstellt. Auch in der Metropolregion Hamburg versuchen wir, politische Aufklärung durch diverse Veranstaltungen und Gespräche mit Politikern zu betreiben. Wir werden nicht müde, uns mit den Parteien auseinanderzusetzen und daran zu erinnern, was Politik mit Augenmaß und Vernunft bedeutet.

Herzlichst



Michael Moritz
Regionalvorsitzender
Metropolregion Hamburg
DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU



Jan Schmidt
Regionalvorsitzender
Metropolregion Hamburg
DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

ASU

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

BJU

INHALT

NORDOSTSÜDWEST

OCHS UND KUH.....	Seite 6
BUNDESPRÄSIDENT JOACHIM GAUCK ERÖFFNET DIE IGS 2013.....	Seite 7
DIE URSPRÜNGE DES KAFFEEANBAUS: ALTER KAFFEE FRISCH AUFGEBRÜHT.....	Seite 8

SCHWARZROTGRÜNGELB

GIBT ES EINE PROTESTWAHL?.....	Seite 10
DIE SONNTAGSFRAGE.....	Seite 12
WAS UNS PARTEIPROGRAMME VERRATEN.....	Seite 13

FÜR HAMBURG

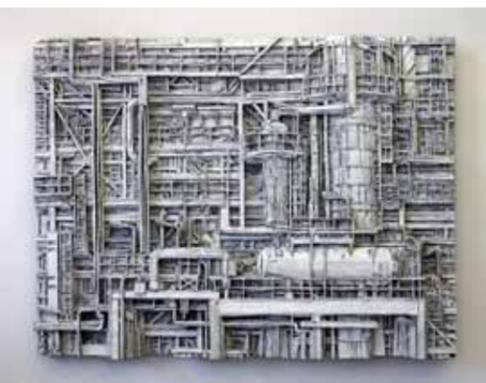
INTERVIEW MIT HEIKE HEYMANN-RIENAU UND CHRISTIAN HEYMANN.....	Seite 14
ATELIERGESPRÄCH MIT MARTIN SPENGLER.....	Seite 18
CSR ALS WETTBEWERBSVORTEIL FÜR DEN MITTELSTAND.....	Seite 22
ERFOLGREICH IM NETZ: SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG ALS ABSATZMOTOR FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN.....	Seite 26
PENSIONSZUSAGEN – CHANCEN IM ZINSTIEF.....	Seite 28

MITGLIEDER UND VERANSTALTUNGEN

PARLAMENTARISCHER ABEND IN BERLIN 2013.....	Seite 30
PARLAMENTARISCHER ABEND IN HAMBURG 2013.....	Seite 32
VORTRAG GREGOR GYSI – ERSCHRECKEND REALPOLITISCH.....	Seite 34
DER BETRIEBLICHE NOTFALLKOFFER – WAS TUN, WENN DER CHEF AUSFÄLLT?.....	Seite 36
DIE FAMILIENUNTERNEHMER-TAGE.....	Seite 38
MEINUNGSVIELFALT.....	Seite 41
REGIONALER UNTERNEHMERTAG IM HANSA-PARK IN SIERKSDORF.....	Seite 42
SPEEDBOOT-TOUR DURCH DEN HAFEN ZUR GOLF-LOUNGE.....	Seite 43
VORTRAG – DAS HABE ICH JA GAR NICHT GEMERKT...!.....	Seite 44
DIE FDP ALS POLITISCHES KORREKTIV FÜR LAGERWAHLKAMPF?.....	Seite 46
MITGLIEDSUNTERNEHMEN STELLEN SICH VOR: ENGEL & BENDEL.....	Seite 48

RUBRIKEN

EDITORIAL.....	Seite 3
KURZ GEMELDET.....	Seite 49
BUCH-TIPP.....	Seite 49
NACHGEFRAGT – 5 MINUTEN MIT DOROTHEE VIETH.....	Seite 50



IMPRESSUM FÜR HAMBURG

Herausgeber und verantwortlich
für den Inhalt:
DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU
RK Metropolregion Hamburg (www.bju-hamburg.de)
Regionalvorsitzender – Jan Schmidt
Fineas GmbH, Am Langenzug 22, 22085 Hamburg

DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU e.V.
RK Metropolregion Hamburg (www.asu-hamburg.de)
Regionalvorsitzender – Michael Moritz
CatCap GmbH, Valentinskamp 24, 20354 Hamburg

Landesgeschäftsstelle Hamburg
Birgitta Schoch, Espelohweg 53, 22607 Hamburg
Tel. 040-43 09 52 59
schoch@familienunternehmer.eu

Anzeigen:
Haakon Fritzsche, +49 162 1324 672
redaktion@fuer-hh.de

Auflage: 3.000 Exemplare,
unentgeltliches MitgliederMagazin

Redaktion:
redaktion@fuer-hh.de
Thomas Bauerkämper,
David Friedemann,
Haakon Fritzsche,
Xenia Mergler,
Wilfried H. H. Remmers,
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

Titelgestaltung:
Martin Spengler

Erscheinungsweise: 4x jährlich

www.fuer-hh.de

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

Nächster Redaktionsschluss:
16. August 2013

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.



Wilfried H. H. Remmers

OCHS UND KUH

EINE EINLADUNG DES VERBANDES ZU EINEM VORTRAG DES FRAKTIONSVORSITZENDEN DER LINKEN IM BUNDESTAG DR. GREGOR GYSI? BESTEN DANK FÜR DIE OFFERTE, DIE ICH MIT NACHFOLGENDER BEGRÜNDUNG AUSSCHLAGE:

Autor: Wilfried H. H. Remmers

Die Parteien und Protagonisten, die wir in den Bundestag gewählt haben, sind durch unsere Wahl legitimiert. Sie vertreten durchweg unsere freiheitlich-demokratische Meinung. Nun gibt es Parteien, die das in unserem Sinne und zum Allgemeinwohl aller Bürger rechtschaffend und gut tun.

Ich bin mir sicher, dass wir die extrem Linken oder die extrem Rechten in unserer Parteienlandschaft nicht brauchen, sie sogar zur Existenzgefahr werden können. „Die Gedanken sind frei“, wusste schon Hoffmann von Fallersleben, nur nicht bei Jedem von Interesse. Gysi ist in seinen Reden rhetorisch brillant, extrovertiert, populistisch agierend und witzig. Damit schafft er es fast jedes Mal, sich die Zuhörer im Saal zur Beute zu machen.

Es ist Mode, dass einige Leute links sein schick finden. Es gerät in Vergessenheit,

dass die Linkspartei die Nachfolgepartei der SED ist. Mag sein, dass die ganz Linken einige Dogmen Richtung Verstaatlichung oder Reglementierung temporär und verschleiern nach hinten gestellt haben. Es ist auch vergessen, dass Erich Honecker und seine gleichgeschalteten Gesellen ständig den Satz wiederholten: „Den Sozialismus in seinem Lauf halten weder Ochs noch Esel auf.“ Das ging gegen die Freiheit des Einzelnen und gegen die freie Marktwirtschaft im Westen. Drei Monate später fiel die Mauer.

Das, was wir dem Medienauftrag entsprechend, aus Radio, Printmedien und TV von Gysi und den gedankenlosen Mitläufern hören, reicht, um seine eigenen Gedanken zu ordnen und dann diese verquasteten Parteidoktrinen vehement und mit allen rechtlich und freiheitlich-demokratischen Mitteln abzulehnen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass ein marktwirtschaftlich arbeitender Unternehmer die Planwirtschaft auch nur andeuten und per Einladung zum Pflichtjubiläum beordert werden möchte. In Richtung der aller anderen Parteien im Bundestag kann ich mir nur wünschen: „Steuermann halt die Wacht.“

EIN CENTRAL PARK FÜR DIE GRÖSSTE BEWOHNTA FLUSSINSEL EUROPAS

BUNDESPRÄSIDENT JOACHIM GAUCK ERÖFFNET DIE IGS 2013

Autor: Wilfried H. H. Remmers

Es war kalt. Es regnete in Strömen. Bundespräsident Joachim Gauck eröffnete seine Rede vor 1.500 geladenen Gästen mit den Worten: „Über das Wetter müssen wir nicht reden, ich komme aus Mecklenburg.“ Bürgermeister Olaf Scholz rekurrierte auf die erste Gartenschau vor 40 Jahren. Eine fulminante Bühnenschau folgte im Anschluss.

Der Bundespräsident wies darauf hin, dass zusammen mit der gleichzeitig stattfindenden Internationalen Bauausstellung in Wilhelmsburg „der Sprung über die Elbe“ gewagt wurde. Das Motto der IGS „In 80 Gärten um die Welt“ spiegelt sich in 80 Themengärten in sieben Welten wider. Bundespräsident Gauck erinnerte auch daran, dass Gärten „Zeugen des menschlichen Behauptungswillens gegen die wilde, unberührte Natur, aber auch Sehnsucht nach Aufgehoben-Sein und Geborgenheit in der Natur“ sind.

Bürgermeister Scholz unterstrich die Bedeutung der Gartenschau für die Entwicklung Wilhelmsburgs: „Sie wird unsere schöne Stadt noch ein wenig lebenswerter machen.“ Er verglich die Elbinsel mit der New Yorker Flussinsel Manhattan. „Und so wie Manhattan einen Central Park besitzt, hat auch Wilhelmsburg ab sofort seinen Central Park.“

Jürgen Mertz, Präsident des Zentralverbandes Gartenbau (ZVG), unterstrich, dass trotz der schwierigen Wetterverhältnisse die Gartenbauer alles geben würden, „um den Besuchern einen blühenden Start zu präsentieren.“ Der IGS-Geschäftsführer Heiner Baumgarten (nomen est omen) hob in seiner Rede die Inhalte eines Parks für das 21. Jahrhundert hervor. „Insbesondere das

Thema Park-Sport, aber auch gesellschaftlich wichtige Themen wie Fairer Handel oder Interkulturalität wurden in das Konzept integriert.“

Nach den offiziellen Ansprachen begann die imposante, temporeiche und interkulturelle Bühnenschau, professionell moderiert von der NDR TV-Moderatorin Julia-Niharika Sen. Rockbarde Achim Reichel trat zusammen mit den 35-köpfigen „Wilhelmsburger Inseldeerns“ auf. Lotto King Karl und die Drei Richtigen hatten trotz des Regens „Hamburg meine Perle“ im Programm. Der Kinderchor der Staatlichen Jugendmusikschule Hamburg begeisterte mit einer Videoeinspielung, in der die jungen Mitglieder mit ihren Worten die Weltreligionen erklärten. Die HipHop Academy Hamburg, ein bundesweit gefördertes Non-Profit-Projekt, zeigte mit Jugendlichen temporeich ihr Können. Joja Wendt, musikalischer Weltreisender und Hamburger Pianist, spielte mit „88 Tasten um die Welt“ ein Medley aus seiner Welttournee. Die renommierte Lola Rogge Schule setzte mit Kostümen und mittels eines eindrucksvollen, experimentellen Tanzes die passenden Themen „Wasser, Dürre und Mensch“ um. Zum Ende, der Regen ging in Niesel über, schloss sich ein Empfang, ein Rundgang und die Besichtigung der Gartenanlagen, Hallen und der Spielangebote an.

Die Internationale Gartenschau ist bis zum 13. Oktober 2013 geöffnet. Sie zeigt den Ideenreichtum der Gärtner, Pflanzenzüchter und Landschaftsarchitekten mit fantasievoll gestalteten Gärten, Sport- und Spielangeboten und mehr als 5000 kleinen und großen Bildungs- Kultur und Sportveranstaltungen. Die Veranstaltungen wie Konzerte, Kabarett, Theateraufführungen und Vorlesungen sind im Eintrittspreis von 21 Euro pro Person enthalten. Kinder bis sechs Jahre haben freien Eintritt. Die MonoRailbahn kostet extra 7,50 Euro pro Person. Geöffnet ist ab 09.00 Uhr bis zur Dunkelheit.

Wilhelmsburg, die Insel zwischen Norde- lbe und Süderelbe, ist Sammelbegriff für Hamburger Ortsteile wie Moorwer- der, Reiherstiegviertel, Ober- und Nie- dergeorgswerder, das fast unter Indust- rieranlagen verschwundene NeuhoF, das Bahnhofsviertel Kirchdorf, Veddel und die Peute. Für die architektonisch wun- derschöne Gartenanlage verschwand ein alter Friedhof und wildes Brachland. Vor- handene Teiche, Gräben und Kleingärten wurden in die Planung integriert. Der Zentrale S-Bahnhof „Wilhelmsburg“ ist nur wenige Minuten vom Hauptbahnhof entfernt. Ein Großteil der Gartenanlagen bleibt nach Ende der Ausstellung als Park bestehen und steht dann kostenfrei zur Verfügung. Die Investitionen von rund 70 Millionen Euro muss sich über die zweieinhalb Millionen erwarteten Gäste amortisieren.

Weitere Infos zur Gartenschau unter www.igs-hamburg.de.



Sanitätshaus Rosenau GmbH
Orthopädie-Technik • Rollstühle • Reha-Artikel • Medizintechnik

Familienunternehmen seit 40 Jahren

- Prothetik
- Hausbesuche
- Orthetik
- Hilfsmittelvisiten
- Rehathechnik
- Klinik- und Pflegeheimservice
- Rollstühle
- 24h Notdienst
- Elektromobile
- Schulungen
- Medizintechnik
- Fußdruckmessung
- Sanitätsfachhandel
- Ganganalysen
- Pflegeartikel
- Prothetisches
- Kompressionstherapie
- Kompetenzzentrum
- Bandagen
- Gehschule
- Schuhszurichtungen
- MS-Therapiemanagement

... Helfen ist unser Handwerk

Sie rufen ... wir springen

Tel.: 040-4689939-0 • Email: m.rosenau@san-rosenau.de • www.san-rosenau.de



KAFFEEGESCHICHTEN

DIE URSPRÜNGE DES KAFFEEANBAUS ALTER KAFFEE FRISCH AUFGEBRÜHT

Autor: Ullrich Marsau



Der Süd-Jemen ist zweifelsfrei das Ursprungsland des Kaffees und war im 16. Jahrhundert der Hauptlieferant des schwarzen Goldes für die gesamte arabische Welt. Das Wissen um den Kaffeeanbau war durch einen simplen Trick lange ein gut gehütetes Geheimnis. Mit heißem Wasser wurden die Rohbohnen vor der Ausfuhr übergossen und somit keimunfähig gemacht. Den Niederländern gelang es jedoch 1616, erstmalig keimfähige Kaffeebohnen zu entwenden und in ihren Kolonien zum Anbau zu bringen. 1658 brachten sie die ersten Kaffeepflanzen in das heutige Sri Lanka, dann nach Java, Sumatra, Bali und Timor. Ihre Vormachtstellung in der Seefahrt und umfangreiche Erfahrung aus der Tulpenzucht brachte das arabische Kaffeemonopol zu Fall.

Die Niederländer konnten ihr Wissen um den Kaffeeanbau gut 100 Jahre geheim halten, bis der Amsterdamer Bürgermeister anlässlich eines offiziellen Ereignisses dem Sonnenkönig Ludwig XIV eine brauchbare Kaffeepflanze schenkte – der Einstieg Frankreichs in das Kaffeegeschäft. Der französische Offizier Gabriel-Mathieu de Clieu brachte im Jahr 1723 eine Kaffeepflanze über den Atlantik auf die Karibikinsel Martinique.

Wir wollen uns die Diskussionen über die Verwendung des kostbaren Trinkwassers mit den wohl etwas beratungsresistenten Seeleuten während der wochenlangen Überfahrt lieber nicht vorstellen, danken an dieser Stelle aber ausdrücklich der Fa-

milie de Clieu postum. Die Portugiesen zogen nach und brachten kurze Zeit später den Kaffee nach Brasilien. Im 19. Jahrhundert wurde Kaffee zu einem internationalen Handelsgut und gewann schnell auch an politischer Bedeutung. Heute finden wir die ursprünglich jemenitische



Kaffeevarietät „Green Tipped Bourbon“, überall auf Äquatorhöhe in dem sogenannten „Kaffeegürtel“.

Als nun die ersten Ernten aus dem fernen Sri Lanka und Indonesien eintrafen, war die Enttäuschung zunächst groß, denn der bekannte Rohkaffee aus den arabischen Ländern war von seiner Farbe grün-bläulich und duftete dumpf nach Heu und Stroh. Der aus den Schiffen entladene Rohkaffee jedoch war blass geworden, fahl und etwas gelblich und zum Entsetzen der Kaufleute roch er zusätzlich nach Holz und Kork, was so gar nicht ihren Wünschen von verwertbarer Ware entsprach. Was war geschehen? Wurde die wertvolle Handelsware auf der langen Reise etwa falsch behandelt?

Die Kapitäne wussten, dass während der oft wochenlangen Passagen die Durchlüftung der Stauräume von großer Wichtigkeit war. Die Ladeluken mussten regelmäßig geöffnet und die Kaffeesäcke täglich gewendet werden, damit die Ware durch Staunässe nicht zu schimmeln begann. Hier liegt eines der Geheimnisse des auch heute noch, oder sagen wir lieber wieder, beliebten und besonderen Kaffees: Das ständige Wenden der Kaffeesäcke in Kombination mit hindurch ziehender, salzhaltiger Meeresluft sorgt dafür, dass dem Kaffee seine Säuren entzogen werden. Der Feuchtigkeitsgehalt steigt von zwölf auf bis zu 20 Prozent, er nimmt an Volumen zu und verliert gleichzeitig seine leicht petrolige Farbe.



Über den Autor

Kurz vor den Toren der Hansestadt ländlich behütet aufgewachsen, erlernt Ulli Marsau 1983 zunächst den Beruf des Goldschmiedes. Noch während des Zivildienstes beginnt er, sich mit Innenarchitektur und dem Bauen von Stahlmöbeln zu beschäftigen. Zur Sicherung des Lebensunterhaltes nimmt er einen Job als Gläserpüler in einer Cocktailbar an. Schnell durchläuft er verschiedene Gas-

tro-Ebenen – vom DJ, Barkeeper, Kellner bis zum Betriebsleiter ist bis 1989 alles dabei. Dann bietet sich ein Aushilfsjob bei einem kleinen Börsenmakler an. Für vier Jahre findet die Gastronomie für Marsau nur noch vor dem Tresen statt. Nach Abschluss der Prüfung zum Terminmarkthändler, ruft es dann wieder, das Bedürfnis nach gastronomischer Selbstständigkeit. Es soll etwas mit italienischem Flair und verdammt gutem Espresso sein,

in der Galleria Passage Große Bleichen eröffnet er 1994 die Bar Tabac. Es folgen die Bar Levante, Die Rösterei und 2001 schließlich das Restaurant Goldfisch, das im Restaurantführer Gault Millau aktuell mit 14 Punkten bewertet ist. Von 50 Mitarbeitern unterstützt, lenkt Ulli Marsau heute noch das Fischrestaurant und Die Rösterei. Tagsüber besten Kaffee, abends tollen Fisch - kann ein Hamburger glücklicher sein?

Immobilienvermittlung aus Leidenschaft...



- ... mit über 130 Verkäufen und über 110 Vermietungen im Jahr
- ... in Hamburg und Umland
- ... für Wohnen und Gewerbe

- **Kompetent**
- **Engagiert**
- **Zuverlässig**

FRANK HOFFMANN
IMMOBILIEN

Frank Hoffmann Immobilien GmbH & Co. KG |
Tel.: 040/866 455 95 | www.frankhoffmann-immobilien.de |

BEOBACHTUNGEN ZUR BUNDESTAGSWAHL 2013

GIBT ES EINE PROTESTWAHL?

Autor: Ole von Beust



Bislang schien alles klar zu sein. Das Rennen wird entschieden zwischen den bislang im Bundestag vertretenen Parteien. Spannend schien nur, ob die FDP die Fünf-Prozent-Hürde schafft oder nicht. Nach den letzten Erfolgen in Niedersachsen und Schleswig-Holstein schien aber sogar das klar: Todgesagte leben eben länger.

Jetzt aber tummeln sich an den Rändern zwei Parteien, die andere Themen besetzen, beziehungsweise das Potential haben könnten, Protestwähler anzuziehen: die Alternative für Deutschland (AfD) und die Piraten. Die Piraten haben sich nach der Selbsterfleischung wieder etwas aufgerappelt, die AfD formiert sich als Anti-Europartei mit konservativen Zügen. Wie groß ist das Potential dort und wie sollten die anderen Parteien damit umgehen?

Zurzeit gibt es keine offene Proteststimmung in Deutschland. Das heißt allerdings nicht, dass sie nicht latent vorhanden ist und eine Reihe von Wählern nur die Faust in der Hosentasche ballt, sich öffentlich aber nicht äußert. Das gilt insbesondere für das Thema „Euro“. Öffentliche Kritik zu diesem Thema ist nicht einfach, dass es aber erhebliche Vorbehalte gibt, zeigt sich ja auch in anderen europäischen Ländern. Die Piraten haben es da schwerer: Sie gerieren sich als eine Partei, die anders ist, ohne dies aber inhaltlich, vielleicht mit Ausnahme der sogenannte „Netzpoltik“, zu untermauern. Ansonsten vertreten sie Programme wie die Linken oder zum Teil die Grünen. Sie leben von der Attitüde des „Anders-Sein“, aber nicht von polarisierenden Inhalten, was für Protestparteien lebenswichtig ist. Reicht also ein konservativ angestrichener Anti-Eurokurs, um erfolgreich zu sein? Und welche Konsequenzen hätte das?

Das Potential von Euro-Skeptikern liegt aus unterschiedlichen Gründen sicherlich bei gut 20 Prozent. Um dieses zu rekrutieren,

muss das Thema dazu taugen, die anderen Parteien erkennbar nervös zu machen. Je hektischer diese reagieren, desto mehr zeigt es Protestwählern, dass man „die da oben“ mit einer Proteststimme trifft. Je mehr also CDU/CSU und SPD die AfD thematisieren, desto größer werden deren Chancen zu reüssieren. Abstrafen wirkt ja nur, wenn der Bestrafte die Strafe merkt, bleibt er gelassen, verpufft der Protest. Das geht aber nur so lange, wie der Protest nicht selbsttragend wird, sich also thematisch auch ohne die empfindliche Reaktion des Protestopfers trägt. Wenn Deutschland wirtschaftlich stark bleibt und die Schwäche anderer europäischer Länder, wie Griechenland oder Zypern, überwunden scheint, hat das Thema eher zu wenig Brisanz. Muss allerdings finanziell nachgeschossen werden oder gerät Deutschland selbst in den Strudel, wird die Sache zu einem Selbstläufer. Aber auch dann hängt Erfolg oder Misserfolg einer Protestpartei im Wesentlichen vom Verhalten der anderen ab. Geben diese dem Protest, nach dem Motto „ein bisschen haben die schon Recht, wir müssen deutsche Interessen anders als bisher vertreten“ nach, zeigen

sie, dass der Protest inhaltlich begründet ist. Man verleiht damit dem Protest eine inhaltliche Autorität und erfahrungsgemäß wählen die Leute dann eher das Original als den Abklatsch. Denn so polarisierend oder populistisch wie eine Protestpartei Themen einfach artikuliert, wird eine Volkspartei das nicht können. Daher wären CDU/CSU und SPD im Falle einer wachsenden Proteststimmung in Sachen Europa gut beraten, hart dagegen zu halten, statt in der Hoffnung einzuknicken, man würde so Protestwähler zurückgewinnen. Im Moment, wo das Thema noch diffus wabert, ist, auch wenn gerade das kritisiert wird, Schweigen das Beste und freundlich-gelassen zu reagieren. Ein solcher Kurs ist nur in der eigenen Partei nicht immer einfach durchzuhalten. Die Wahlkämpfer möchten gerne argumentativ dagegenhalten und den Protestlern den Wind aus den Segeln nehmen. Die Erfahrung lehrt jedoch, dass genau ein solches Verhalten erst einen Sturm entfacht. Nebenbei: Und wenn die Protestparteien erfolgreich wären, würde das eine Regierungsbildung noch schwerer machen und die Wahrscheinlichkeit einer Großen Koalition erhöhen.

Russland vom Feinsten.
Wir eröffnen
Ihnen neue Märkte.



Senator h.c. Hans-Dieter Philipowski,
Unternehmer und Mitglied der
„FAMILIENUNTERNEHMER“
Präsident der Sektion Russland im
Wirtschaftskomitee Deutschland (WBA)

„Mehr als zwanzig Jahre
persönliche Erfahrungen
als Unternehmer
in Russland - Wir zeigen
Ihnen Ihre Chancen
und Perspektiven.“

CONSULTING:

Exportberatung, Marktanalyse,
Markterschließung, Unternehmensaufbau,
Personalrecruiting, Personalentwicklung.

UNTERNEHMENSANSIEDLUNG:

Grundlagenermittlung, Architektur,
Infrastruktur, Produktionsplanung,
Standortauswahl, Grundstückserwerb,
Ausführungsplanung, Genehmigung,
Projektrealisierung, Kostencontrolling

www.philipowski-international.de
mail@philipowski-international.de

PHILIPOWSKI®
INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT



Produktionsstandort Russland: Zukunftschancen für
deutsche Mittelständler und Familienunternehmer

Industrie



**GRÜNES
QUADRAT**

Logistik



Landwirtschaft



DIE SONNTAGSFRAGE

Autor: Jan Schmidt

In den aktuellen Sonntagsfragen zur Bundestagswahl zeichnet sich keine stabile Mehrheit für eines der politischen Lager ab. Dies liegt einerseits an der anhaltenden Schwäche der SPD, andererseits befindet sich die FDP weiterhin auf niedrigem Niveau, derzeit tendenziell unterhalb der Fünf-Prozent-Hürde.

Forschungs-Institut	Infratest Dimap	Emnid	Forschungs-gruppe Wahlen	Gesell. für Markt- und Soz.forsch.	Forsa	Allensbach
CDU/CSU	41,0%	40,0%	41,0%	40,0%	41,0%	39,0%
SPD	27,0%	26,0%	29,0%	25,0%	24,0%	27,0%
FDP	4,0%	5,0%	4,0%	4,0%	4,0%	6,0%
Grüne	14,0%	14,0%	13,0%	14,0%	13,0%	13,0%
Die Linke	6,0%	7,0%	6,0%	7,0%	8,0%	6,0%
Piraten	–	4,0%	–	3,0%	3,0%	2,5%
AfD	3,0%	2,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,5%
Sonstige	5,0%	2,0%	4,0%	4,0%	4,0%	3,0%

Stand: 07. Juni 2013

In den verschiedenen Umfragen der letzten Monate wurden erstmals die Piraten bei einigen Instituten nicht mehr separat, sondern nur noch unter „Sonstige“ geführt. Dies ist gleichbedeu-

tend mit einem Zuspruch von ein bis zwei Prozent. Ein Einzug in den 18. Deutschen Bundestag erscheint damit sehr unwahrscheinlich.

Gleichzeitig wird die Alternative für Deutschland (AfD) mittlerweile von allen relevanten Umfrageinstituten separat aufgeführt. Jedoch ist sie bei keiner Umfrage in die Nähe von fünf Prozent gekommen. Trotz der großen Medienpräsenz in den letzten Wochen verharren die Werte bei zwei bis drei Prozent. Sofern sich die Wahlkampfthemen in den Wochen vor der Wahl nicht – unter Umständen durch aktuelle Ereignisse – auf den Euro zurückverlagern, sind Mandate für die Alternative damit ebenfalls unwahrscheinlich.

Falls die FDP nicht in den Bundestag kommt, würde es nach heutigem Stand nicht einmal für Rot-Grün reichen, da alleine die Unionsparteien im Schnitt etwas stärker sind als SPD und Grüne zusammen. Hinzu kommt noch die Linkspartei, die stabil bei um die sieben Prozent liegt. Umgekehrt würde es durch die Linkspartei aber auch nicht für Schwarz-Gelb reichen, selbst wenn die FDP mit fünf Prozent einzöge. Als Optionen bleiben derzeit nur Rot-Grün-Rot, Große Koalition und Schwarz-Grün. Diese Koalitionen werden von den Parteien jedoch (noch) alle abgelehnt.

Events . Promotions . Incentives . Tagungen



Gemeinsame Erfahrungen bringen Marken und Menschen zusammen. Wir sorgen dafür, dass es unvergesslich wird.

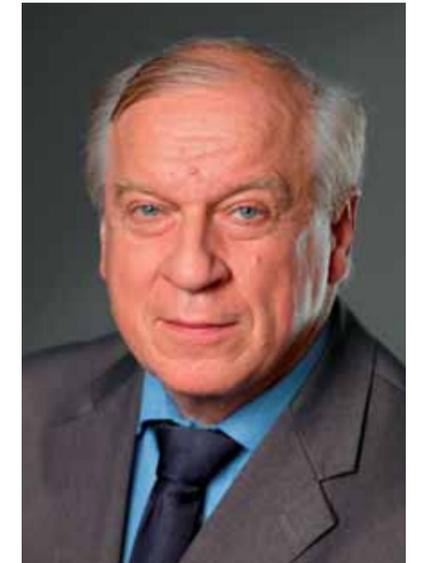
events4brands
Agentur für Live-Kommunikation

www.events-4-brands.com

WAS UNS PARTEIPROGRAMME VERRATEN

Autor: Prof. Dr. Gerd Habermann

Zu den Bundestagswahlen im September kommt es wieder zu einer Heerschau von Angeboten der Parteien an die Wähler, nach dem Motto: Wer bietet mehr? Viele halten den Wert dieser politischen Kundgebungen für gering, da das Versprochene selten zu den späteren politischen Taten passt und die Programme angeblich sowieso niemand liest. Dennoch sind sie ein Niederschlag dessen, was an Ideen in Umlauf ist – auch dort, wo sie sich „pragmatisch“ geben. Mit Recht schrieb Edmund Burke einmal, dass Politiker „handelnde Philosophen“ sind, denn fast alle politischen Begriffe von Demokratie, Freiheit oder Solidarität, sind ja philosophische Begriffe, hinter denen alte sozialethische Ideale und Weltanschauungen stecken. Die meisten Terminologien sind jedoch durch verschiedene und oft irreführende Auslegung oder inflationären Gebrauch abgenutzt und schäbig wie alte Münzen – bis zu dem Punkt, an dem sie zu bloßen Phrasen werden und schemenhaft wie ihre Träger erscheinen. Die Themen „Soziale Gerechtigkeit“ oder „Europa“ sind dafür ein gutes Beispiel.



Prof. Dr. Gerd Habermann war von 1994 bis 2010 Leiter des Unternehmerinstituts von DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU. Er ist Chef der Hayek-Institutionen und Professor in Potsdam.

So oder so: Namentlich zeigen die Wahlprogramme noch deutlich genug, was Geistes Kind ihre Verfasser sind, was ihnen von Wert ist und was nicht, was sie ablehnen, fürchten oder bekämpfen meinen zu müssen. Sie sind Spiegel eines Zeitgeistes, der eine gewisse dominierende Einstellung der herrschenden, meinungsbildenden Schichten von Publizisten, Lehrern, Sozialarbeitern, politisierenden Wissenschaftlern und Pfarrern, politischen Funktionären oder Lobbyisten wiedergibt und sich meist im Einklang mit deren materiellen Interessen befindet.

Das Schrecklichste an den Wahlprogrammen aber ist ihr Umfang, es sind inzwischen regelmäßige Bücher, und ihre Sprache, ein hohles feierliches Pathos, kombiniert mit langweiliger Pedanterie im Detail und oft bemühter Originalität in der Prägung „neuer“ Begriffe – nur Verlautbarungen der EU sind noch öder. Abstoßend ist auch die Bemühung, überall Probleme, Notstände, Ungerechtigkeit, Benachteiligung und Opfergruppen jeder Art aufzuspüren, um damit Unzufriedenheit zu erwecken, neue politische Aktionsfelder und Karrieremöglichkeiten aufzuschließen und sich dann als die universalen Problemlöser zu empfehlen. Die Frage nach ihrem eigenen Anteil an den Problemen, mit denen sie

so leidenschaftlich und in der Dauerpose der sozialpolitischen Entrüstung ringen, wird dabei verständlicherweise nicht gestellt. Auch die Frage, welches dieser Probleme in der Natur der Dinge liegt und keiner politischen Lösung fähig ist oder bedarf, oder welches die nur nicht gewollte Nebenwirkung eines früheren Eingriffs ist, taucht nicht auf. Der Glaube an die Machbarkeit durch politische Intervention ist überwältigend.

Auch wird es immer wieder deutlich, wer die eigentlichen Verfasser solcher Kundgebungen sind: Es sind theoretisierende, manchmal sehr junge Ideologen – ergänzt durch spezialisierte Fachreferenten – in den großen Stäben unserer überwie-

gend steuerfinanzierten Parteien. Nur wenige haben unmittelbare Anschauung von dem, was sie analysieren, kritisieren und fordern. Ihr Horizont und ihre Wertmaßstäbe ergeben sich aus ihrer Existenz als abhängige, meist Angestellte der mittleren Ebene. Der Grundgeist der Programme ist fast durchgehend durch einen Egalitarismus mit totalitärem Ansatz gekennzeichnet, spricht man nun von Gleichstellung, Nichtdiskriminierung, Gerechtigkeit oder sozialer Inklusion. Es läuft offenbar auf eine möglichst weltweite Harmonie der entindividualisierten Gleichen hinaus über die der sorgende Überstaat wacht. Naturgemäß sind die größeren Parteien von dieser Tendenz besonders betroffen. Bei den Grünen ist sie indessen am stärksten. Es geht gegen die gegebenen Ungleichheiten, sei es an Eigentum, sei es an allgemeinen Vorzugschancen des Lebens. Ungleich ist offenbar immer ungerecht.



INTERVIEW MIT HEIKE HEYMANN-RIENAU UND CHRISTIAN HEYMANN

WIR GLAUBEN AN DAS MITEINANDER DIGITALER UND HAPTISCHER FORMATE AUF DEM BUCHMARKT

FH: Frau Heymann-Rienau, Sie arbeiten zusammen mit Ihrem Bruder in der Geschäftsleitung und sind für das Personal verantwortlich. In New York haben Sie lange Jahre Erfahrungen im Buchhandelshaus Rizzoli gesammelt. Reizt es Sie nicht, wieder mehr mit dem Buch selbst zu tun zu haben?

Heike Heymann-Rienau: Ich habe immer noch sehr viel mit dem Buch selbst zu tun, da ich regelmäßig samstags sowie während des Weihnachtsgeschäfts im Laden anzutreffen bin. Außerdem bin ich auf vielen von unseren Veranstaltungen anwesend – eben genau damit man den Anschluss nicht verliert.

FH: Glauben Sie an das gedruckte Buch und warum?

Heymann-Rienau: Gerade das Haptische eines gedruckten Buches ist ein schöner Ausgleich zur schnellen digitalen Welt. Bücher zu Hause im Regal sind auch Ausdruck der Persönlichkeit und sind immer wieder Anlass zu Gesprächen. Es ist viel schöner, ein gedrucktes Buch zu verschenken als einfach nur eine Datei. Das E-Book hat aber auch Vorteile, daher sehen wir es eher als ein Miteinander der verschiedenen Formate als ein Gegeneinander.

FH: Wie passen Sie sich den digitalen Umwälzungen im Buchhandel an?

Heymann-Rienau: Indem auch wir natürlich eine Homepage betreiben, auf der wir rund um die Uhr erreichbar sind, man Bücher bestellen oder sich informieren kann, in welcher Filiale ein bestimmter Titel vorrätig ist, den wir portofrei zusenden. Ebenfalls kann man darüber E-Books downloaden und alles über unsere kommenden Veranstaltungen erfahren. In Werbemitteln kennzeichnen wir alle Titel, die es auch als E-Book gibt.

Fotos: Toni Momtschew

Heymann ist ein in dritter Generation familiengeführtes Hamburger Buchhandelsunternehmen. Am 1. Juli 1928 wurde die erste Heymann-Buchhandlung in Hamburg-Eppendorf eröffnet. Im Laufe der Jahre entwickelte sich Heymann zu einem der führenden Buchhandelsunternehmen für breitgefächerte Leseinteressen in der Metropolregion mit heute 15 Standorten und 200 Beschäftigten sowie einer eigenen Web-Präsenz und angeschlossenen Online-Shop. Jährlich veranstaltet das Unternehmen 60 Lesungen mit Autoren aus dem In- und Ausland und bietet zahlreiche Ak-

tionen rund ums Lesen. Heymann unterstützt die Bücherhallen Hamburg, engagiert sich in der Leseförderung und ist Mitveranstalter des Hamburger Krimifestivals sowie Buchhandelspartner des Harbour Front-Literaturfestivals. Die Jury des Fachmagazins „Buchmarkt“ wählte Heymann 2008 zur „Buchhandlung des Jahres“. Eine Buchhandlung im deutschsprachigen Raum wird prämiert, wenn ihr unternehmerisches Gesamtkonzept die Jury überzeugt. Zu den Auswahlkriterien zählen Engagement, Ideenreichtum, Kunden-Service, Veranstaltungs-Management sowie wirtschaftlicher Erfolg. Im

März 2007 wurde das Heymann-Buchzentrum als erstes Hamburger Unternehmen für eine vorbildliche Personalpolitik mit dem „Hamburger Familiensiegel“ ausgezeichnet. Das Siegel vergibt die „Allianz für Familien“, eine gemeinsame Initiative von Senat, Handelskammer und Handwerkskammer in Hamburg. Zertifiziert werden Firmen, die Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern. In Vielfalt, Service und persönlicher Beratung sehen die Geschäftsführer ihre Perspektive für die Zukunft.

FH: Wie gewichten sich die Umsätze im Ladenverkauf und in Ihrem Online-Shop?

Christian Heymann: 98 Prozent des Gesamtumsatzes setzen wir stationär um, zwei Prozent in unserem Online-Shop.

FH: Wo sehen Sie – speziell als Familienunternehmen – Ihren Vorteil gegenüber den großen Filialisten und Online-Versandhäusern?

Heymann: Wir sind durch flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege sehr schnell und wendig. Wir erledigen unsere Arbeit mit Persönlichkeit und Leidenschaft, fördern die individuelle Kompetenz unserer Mitarbeiter und fühlen uns dem Stadtteil, in dem wir sind, sehr verbunden. Wir sind keine anonymen

Konzern, sondern durch unseren Namen über jeder Eingangstür immer ansprechbar und greifbar.

KOMPETENTE MITARBEITER MIT SPASS AN DER ARBEIT SIND VORAUSSETZUNG, DASS KUNDEN IHRE BÜCHER IM LADEN KAUFEN

FH: Was muss eine Buchhandlung bieten, damit der Kunde das Buch im Laden und nicht irgendwo im Internet kauft?

Heymann: Kompetente Mitarbeiter, eine sehr gute Auswahl – nicht nur die Reduzierung auf einige Bestseller – ein interessantes Veranstaltungsprogramm und

das Personal sollte die Fähigkeit besitzen, dem Kunden eine spürbare Freude am Buch zu vermitteln.

FH: Immer mehr Buchhandlungen bauen auf das ‚Erlebnis Buch‘ mit eigenen Cafés, Leseinseln und einem vielfältigen Zusatzsortiment. Der richtige Weg, um sich gegen den Internethandel zu behaupten?

Heymann: Das alleine reicht nicht. Man braucht unbedingt kompetente Mitarbeiter, die Spaß an ihrer Arbeit haben und dem Kunden das auch vermitteln. Wenn dann das Sortiment, wir sehen darin die Hauptgewichtung auf dem Buch mit einigen ergänzenden Artikeln, stimmt und man es schafft, eine entspannte Wohlfühl-Atmosphäre aufzubauen, hat der Kunde eigentlich keinen Grund im Internet zu kaufen.

FH: Sie organisieren in Ihren Filialen verschiedene Veranstaltungen rund um das Buch – Autorenlesungen und Autogrammstunden sowie Lese-Veranstaltungen in Hamburger Theatern – sind nur einige Aktionen davon. Wie ist hier der Zuspruch und wie setzen sich die Besucher zusammen?

Heymann-Rienau: Der Zuspruch ist sehr gut und variiert je nach Autor zwischen 50 bis 1.200 Besuchern. Die Zusammensetzung des Publikums ist abhängig von dem Autor, der präsentiert wird. Bei einem Kinderbuchautor sind mehr junge Menschen anwesend, bei Siegfried Lenz kommen

sicherlich mehr reifere Besucher. Generell lässt sich aber sagen, dass die Besucher von der Altersstruktur her bunt gemischt sind und meistens mehr Frauen als Männer eine Autorenlesung besuchen.

**UNBEKANNTE
BÜCHER ABSEITS
DER BESTSELLER-
LISTEN ZUGÄNGLICH
ZU MACHEN,
IST EINE UNSERER
LIEBLINGSAUFGABEN**

FH: Es ist oft die Rede davon, dass sich der Buchmarkt auf wenige Titel mit millionenfacher Auflage konzentriert und sich nicht mehr ausgewogen über ein breites Spektrum erstreckt. Teilen Sie diese Meinung?

Heymann-Rienau: Sicherlich ist der Buchmarkt in Deutschland auch Bestseller getrieben. Allerdings ist es nicht ganz so schlimm wie in den englischsprachigen Ländern, in denen es keine Buchpreisbindung mehr gibt und die Bestseller durch riesige Nachlässe gepusht werden und andere Titel dabei auf der Strecke bleiben. In Deutschland erscheinen nach

wie vor unzählige großartige Titel neben den Bestsellern. Diese zu entdecken und dem Kunden aufzuzeigen, ist eine unserer Lieblingsaufgaben.

FH: Hat die Möglichkeit des Self-Publishing die Buchbranche in Ihren Augen verändert?

Heymann: Sieht man mal von dem internationalen Bestseller ‚Shades of Grey‘ ab, der zuerst als E-Book im Self-Publishing erschien, dann ist von einer großen Veränderung noch keine Rede, da die erfolgreichen und bekannten Autoren nach wie vor in den Verlagshäusern erscheinen. Es wird sicherlich immer mal den einen oder anderen Autoren geben, der über das Self-Publishing einen Erfolg landet, aber auch diese Autoren werden dann in der Regel von großen Verlagshäusern unter Vertrag genommen.

FH: Welches Genre verkauft sich zurzeit am besten?

Heymann: Gute unterhaltende Literatur, Kriminalromane, Kinder- und Jugendliteratur, Reiseführer, Kochbücher und schön gemachte Hobbybücher.

FH: Gibt es Bestrebungen, weitere Filialen, auch außerhalb Hamburgs, zu eröffnen?

Heymann: Wir betreiben bereits Buchhandlungen in Ahrensburg, Itzehoe, Elmsborn, Wedel, Buchholz in der Nordheide und Schenefeld. Aber wir sind immer offen für sehr gute neue Standorte.

FH: Welches Buch liegt gerade auf Ihrem Nachttisch?



Heymann-Rienau: Jamil Ahmad, Weg des Falken.

Heymann: J.R. Moehring, Knapp am Herz vorbei.

FH: Gibt es ein Buch, das Ihr Leben verändert hat?

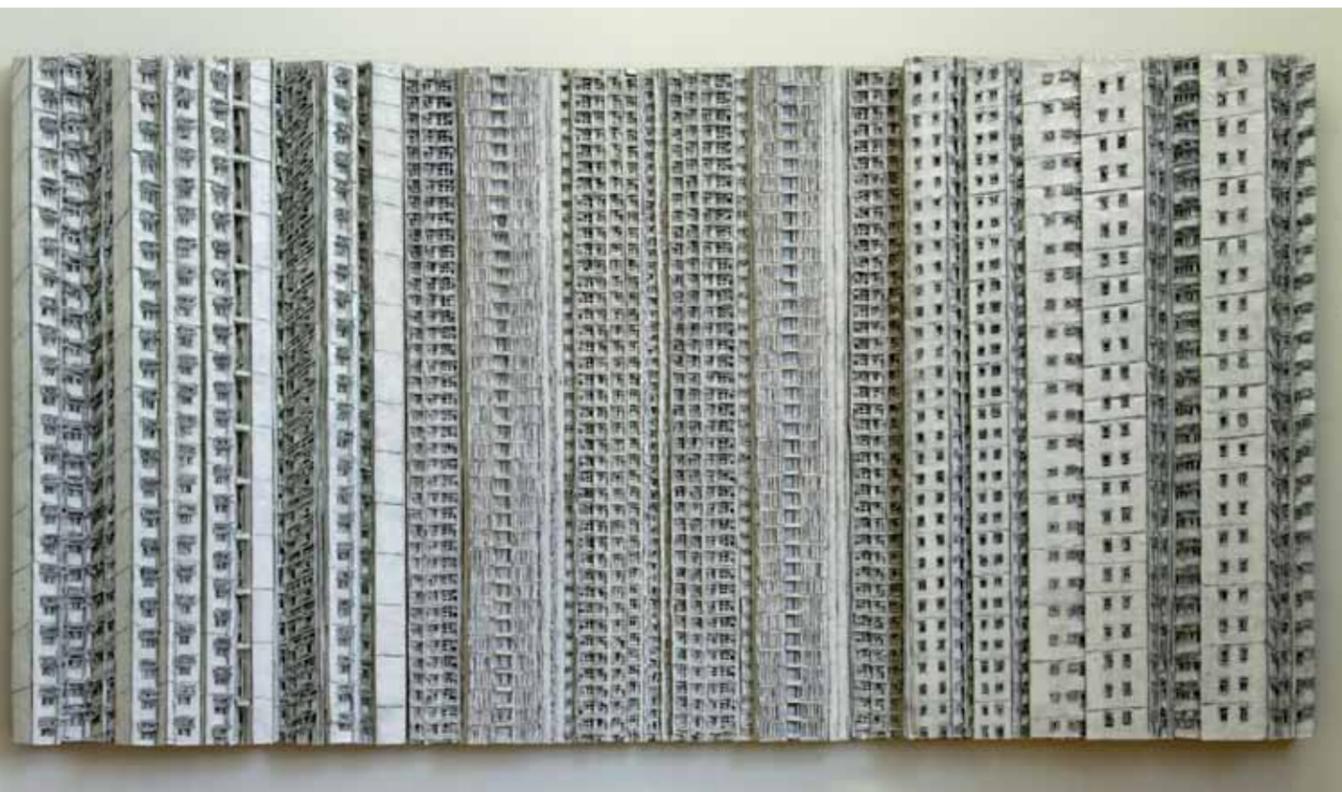
Heymann-Rienau: Marshall B. Rosenberg, Konflikte lösen durch gewaltfreie Kommunikation.

Heymann: Nein, direkt ein Buch nicht, aber natürlich gibt es viele, die einen unbewusst beeinflusst haben.

FH: Lesen Ihre Kinder gern und würden Sie es sich wünschen, mit der vierten Generation zusammenzuarbeiten?

Heymann: Ja, alle unsere Kinder lesen gerne und viel. Überraschenderweise möchten sie aber nicht digital lesen, sondern bevorzugen ein gedrucktes Buch. Wahrscheinlich wünschen sich alle Eltern, dass die Kinder mal in ihre Fußstapfen treten. Wir lassen ihnen die freie Wahl, aber natürlich würden wir uns freuen, wenn sie sich für den Beruf des Buchhändlers entscheiden. Im Augenblick studieren sie allerdings gerade ganz andere Fächer.





Neue Heimat (200 cm x 378 cm)

ATELIERGESPRÄCH MIT MARTIN SPENGLER

Für die „Ateliertgespräche“ sucht Rene S. Spiegelberger 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 Ausnahmekünstler in den Diskussionsraum einer breiteren Öffentlichkeit zu rücken. Dies geschieht über die Monographien-Reihe „Unikat“. Die Interview-Serie, die Ihnen in dieser Ausgabe Martin Spengler und seine Wellpappe-Reliefs vorstellt, knüpft an diesen Gedanken an. Ab dem 09. September 2013 sind die Arbeiten Spenglers in einer Ausstellung der Kunsthalle Bremerhaven zu sehen.

MEIN KÜNSTLERISCHER VERSUCH STREBT IMMER NACH DEM EXPERIMENT

FH: Lieber Herr Spengler, in einem früheren Gespräch antworteten Sie auf die Frage, ob Sie nun Bildhauer oder Maler seien, dass eigentlich beides nicht passe, ‚Macher‘ aber durchaus zutrefte.

Martin Spengler: Künstler passt. Das mit dem Macher war mir wichtig, um damit eine gewisse Grundposition zu verdeutlichen. Ein Macher ist ja auch ein Stück weit von seinem Handlungsdrang getrie-

ben. Er muss und will nach seinen Ideen handeln, in meinem Fall also als Künstler. Dabei geht es mir nicht vordringlich darum, mit welchen Materialien ich arbeite.

FH: Ihnen geht es um Strukturen, und den Weg dorthin beschrieben Sie als eine Art alchimistischen Prozess. Finden sich in Ihrem Atelier neben Cutter-Messern und Wellpappe also auch Schwefel und Silber oder wie ist das gemeint?

Spengler: Ich möchte weder gedanklich noch in meiner Materialität eingetretene Pfaden folgen und will mich nicht durch klassische Konventionen bei diesen Themen einschränken lassen. Mein künstlerischer Versuch strebt immer nach dem Experiment, durch das ich zu einem offenen Ergebnis gelange und das auch gelegentlich erst noch zu Kunst umgeformt werden muss, nachdem es mich überrascht hat.

FH: Die Warteliste Ihrer Sammler auf eine Arbeit ist lang, die Schaffensphase einer neuen Arbeit ebenso. Ein großes Format von zwei mal drei Metern kostet Sie ungefähr ein halbes Jahr Arbeit. Wie vereinbaren Sie beides miteinander?

Spengler: Für einen Prototypen ist die genannte Zeitformel korrekt. Wenn der jedoch einmal umgesetzt ist, geht es dann in dem Rest der Werkreihe doch etwas zügiger. Natürlich gibt es Werkstücke, die schneller gehen, und andere, die länger brauchen. Das heißt aber nicht, dass die Arbeit, die längere Zeit meiner Aufmerksamkeit in Anspruch nimmt, dann von höherer künstlerischer Qualität ist oder von mir mehr geschätzt wird. Die Zeit nehme ich mir ganz bewusst, um dadurch auch mal andere Themen zu realisieren, die mir unter den Nägeln brennen.

DER BETRACHTER SOLL DENKEN: WAHNSINN, WAS DER DA AN ARBEIT REINGESTECKT HAT

FH: Über einen langen Zeitraum ist so phasenweise eher Handwerk als Kreativität gefordert. Sie haben diesbezüglich mal von Kunst als eine Art Fetisch gesprochen. Brauchen Sie also diese Monotonie und arbeiten deshalb – anders als viele Ihrer Kollegen – bewusst ohne Assistenten?

Spengler: Ich arbeite bewusst diese sehr aufwendigen Prozesse ab, weil ich mir auch wünsche, dass sich meine Arbeiten dadurch auszeichnen und charakterisieren. Das macht eine Art Aura aus, die um mein Werk liegt. Das kann man fast physisch spüren. Daraus baut sich dann auch der emotionale Wert, die Verbundenheit zu meinen Arbeiten auf. Das physische Erleben schafft somit die emotionale Bindung. Ich schaffe den künstlerischen Wert in einem ganz klassischen Sinne durch Zeit und Arbeit, aber ohne dass es mir dabei um Perfektionismus geht. Deswegen kann ich auch fern von Moden in der Kunst agieren, da ich mich meinem Werk dafür viel zu klassisch nähere. Wie



bei klassischen Künstlern früherer Zeit stehen auch bei mir die Betrachter vor dem Werk und denken, was ist das denn für ein Wahnsinn, da so viel Arbeit rein zu stecken, und genau das möchte ich auch erreichen.



Autobahnkreuz (150 cm x 200 cm)



FH: Sie haben eben von Prototypen gesprochen. Wie funktioniert Ihr Arbeitsprozess, wenn Sie eine neue Werkreihe wie beispielsweise die Dom-Arbeiten beginnen? Ist die Bildvorlage der Ausgangspunkt?

Spengler: Nein. Zuerst kommt die Idee. Aus der Idee entwickelt sich ein Konzept. Erst darauf folgt die Bildmotivsuche. Dann stellt sich die Frage, ob es dieses Bildmotiv so für mich schon gibt oder ob ich losziehe und es selber fotografieren. Das ist aber auch nicht entscheidend. Wichtig ist, dass ich nach der Idee und dem Konzept das Motiv tatsächlich finde und sich die Reihenfolge auch so herum darstellt. Diese Idee ist mir sehr wichtig, da das Bild ja eigentlich nur dazu dient, diese zu verdeutlichen.

FH: Ausgangspunkt Ihrer Materialauswahl war ein Gang zum Altpapiercontainer und ein dort vorgefundener Wellpappe-Block. Sind andere Werkstoffe für Sie denkbar oder wird es vorerst bei dieser charakteristischen Komposition bleiben?

Spengler: Diese Materialien werden mich sicherlich noch einige Zeit begleiten, aber im Grunde sehe ich mich darauf nicht festgelegt. Die Frage ist, wie lange sie mich noch weiter bringen und inspirieren. Allerdings weiß ich heute nicht, wie ich künftige Materialentscheidungen treffen werde. Entscheidend ist doch eigentlich nur, ob das Material für die Idee funktioniert.

FH: Ihre Arbeiten haben eine hohe Eigenständigkeit und sind durch ihre einzig-

artige Technik unverwechselbar. Würden Sie zustimmen, dass diese Eigenschaften maßgeblich zu Ihrem künstlerischen Erfolg beigetragen haben?

Spengler: Ich gehe sogar davon aus. In der speziellen Technik liegt ja auch der unverwechselbare Werkcharakter meiner Arbeit. Danach suchte doch sogar die Alchemie, nach etwas Neuem.

MIT ERWARTUNGEN MUSS MAN UMGEHEN LERNEN, SONST IST MAN KEIN KÜNSTLER

FH: Hier könnte man zwei Gefahren vermuten. Zum einen, dass Sie sich von der Technik vereinnahmen lassen, zum anderen, dass Sie es nicht tun, aber mit einer völlig

anderen Arbeit nicht an die Erwartungen dieses Werkblocks anknüpfen können. Sehen Sie das als künstlerische Hypothek?

Spengler: Nein, ein eindeutiges Nein. Ich spiele ja sogar damit. Das tue ich sowieso gerne und idealerweise auch mit allen Faktoren: Sogar damit, dass es mich teilweise vereinnahmt. Aber damit muss man als Künstler auch lernen umzugehen, sonst ist man kein Künstler.

DER BEDARF DES MARKTES INTERESSIERT MICH NICHT

FH: Meinen Sie mit vereinnahmen den Druck, den der Markt ausübt, Ihre Galeristen und Sammler?

Spengler: Den Bedarf des Marktes will ich ja gar nicht decken. Das interessiert mich gar nicht. Meistens müssen Sammler leider ohnehin darauf warten, bis sie etwas erwerben können. Deshalb stellt sich die Frage so nicht für mich. Das mag in einem höheren Preissegment anders sein, aber darüber zerbreche ich mir nicht den Kopf.

FH: Abschließend möchte ich Ihnen natürlich noch die obligatorische Frage nach den künstlerischen Vorbildern und Wegbegleitern stellen?

Spengler: Ich habe keine Idole oder Vorbilder. Natürlich gibt es interessante Künstler, aber wenn ich in eine Ausstellung gehe, dann tue ich das ja nicht, um einen Künstler kennenzulernen, sondern weil ich gute Kunst sehen will. Mich interessiert durchaus das Œuvre einiger Künstler und das kann selbstverständlich auch inspirierend sein, aber deswegen würde ich niemanden auf einen Sockel stellen wollen.



Welle 2012 (150 cm x 200 cm)

Das Gespräch führte Rene S. Spiegelberger, Spiegelberger Stiftung am 14. Januar 2013 im Atelier des Künstlers. Das vollständige Interview können Sie unter www.spiegelberger-stiftung.de einsehen.

Weitere Informationen zum Künstler finden Sie unter www.martin-spengler.de oder unter www.galeriethomas.de.



Kathedrale oval 2011 Seitenansicht (75 cm x 100 cm)



Bild: © Voelkel GmbH

Stefan Voelkel in der Türkei: Bei der Voelkel GmbH kennt der Chef seine Zulieferer noch persönlich und probiert selbst

CSR ALS WETTBEWERBSVORTEIL FÜR DEN MITTELSTAND

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ODER KURZ CSR IST KEIN KURZFRISTIGER MODETREND, DEM JEDER HINTERHERLÄUFT UND IHN DANN SCHNELL WIEDER ÜBER BORD WIRFT.

Autor: Martin Schnitker

Nachhaltig und vorausschauend wirtschaften, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt übernehmen und fair mit seinen Beschäftigten umgehen, sind Grundpfeiler der sozialen Marktwirtschaft und werden deshalb in den kommenden Jahren immer wichtiger. Denn CSR lohnt sich.

„Die Anforderungen an Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit werden sich noch verstärken. CSR entwickelt sich zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor und Innovationstreiber“, sagt Sven Pirsig, Berater bei Ernst & Young.

Aber gerade bei kleineren und mittleren Unternehmen fehlt es nicht an dem Willen, diese Ziele umzusetzen, es hapert nur

häufig an einem durchsetzungsfähigen Plan. „Meist haben die Firmen nur Visionen, aber kein tatsächliches CSR-Konzept. Es werden messbare Ziele, Strategien und konkrete Maßnahmen gebraucht. Und es muss ernst gemeint sein. Das ist der Knackpunkt“, sagt Silke Boenigk, Professorin für BWL, insbesondere Management von Öffentlichen-, Privaten- und Nonprofit-Organisationen an der Universität Hamburg.

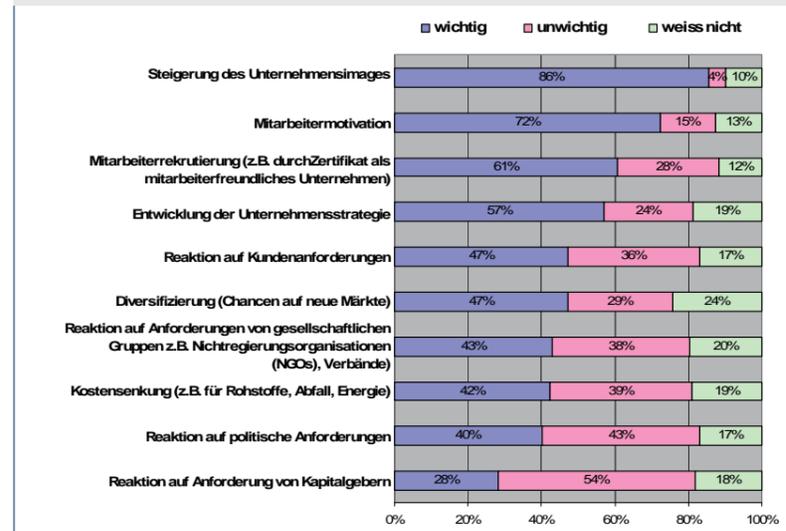
Laut einer Studie der EU-Kommission entscheiden sich 86 Prozent der mittelständischen Unternehmen für ein CSR-Engagement, um das Image ihres Unternehmens zu steigern. Aber auch Mitarbeitermotivation (72 Prozent) und Mitarbeiterrekrutierung (61 Prozent) sind eine starke Motivation für Betriebe, sich mit dem Thema CSR näher zu beschäftigen.

Besonders erfreulich aus Sicht des AGA Unternehmensverbands ist das hohe Interesse der mittelständischen Händler für CSR. Schon jetzt befassen sich mit 53 Prozent mehr als die Hälfte aller Handelsunternehmen mit dem Thema „Nachhaltige Unternehmensfüh-

rung“. Im Baubereich (41 Prozent) oder beim verarbeitenden Gewerbe (44 Prozent) sind es deutlich weniger. Das bedeutet zwar, dass Nachhaltigkeit ihren Weg in den Betrieb gefunden hat, aber nur die wenigsten erfahren davon überhaupt. Hier muss mehr kommuniziert werden, nach dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber.“ Denn Kunden goutieren die Bemühungen der Unternehmen und die kommende Generation verlangt nach einer ausgewogenen Work-Life-Balance. „Das sind Chancen, die der Mittelstand ergreifen muss“, sagt Prof. Dr. Silke Boenigk.

Wie jedes Unternehmen seine persönliche CSR-Strategie umsetzt, bleibt ihm selbst überlassen. „Ziel sollte es aber sein, gesellschaftliches Engagement zu einer selbstverständlichen Größe der Unternehmenskultur werden zu lassen und zu einem integralen Bestandteil aller maßgeblichen Unternehmensbereiche und Produkte“, empfiehlt Boenigk.

EU-Studie – Gründe CSR einzuführen:



© EU-Kommission/Gilde GmbH

Ein Unternehmer, der CSR wie kaum ein zweiter verkörpert und in seinem Betrieb umgesetzt hat, ist Stefan Voelkel. Der Norddeutsche leitet seit 30 Jahren die Naturkostsafterei Voelkel. „Der Leitgedanke unseres Unternehmens ist es, Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen“, sagt Voelkel.

Das bedeutet für den Betrieb, ausschließlich 100 Prozent Direktsäfte anzubieten, Rohware wenn möglich aus regionalem Anbau zu verwerten und keine Gentechnik oder Zusätze zu benutzen. Während große Konzerne oft nur wenig über die Herkunft ihrer Waren wissen, kennt

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

Voelkel seine Lieferanten für Fairtrade-Orangen aus Ägypten, Tomaten aus Italien oder Cranberries aus Kanada persönlich. Mit ihnen werden langfristige Lieferverträge ausgehandelt, so dass die Bauern auch Planungssicherheit haben. „Nachhaltigkeit ist bei uns keine Strategie, sondern eine Selbstverständlichkeit“, sagt Voelkel.

Diesen Gedanken konsequent durchzusetzen, ist eine Herkulesaufgabe, weiß Voelkel zu berichten: „Wir machen uns das Leben manchmal sehr schwer. Aber einfach weniger Säfte anbieten und auf Billig-Öko machen, kommt für uns nicht in Frage. Unternehmer müssen klar Position beziehen und dürfen nicht mehr wegschauen.“

Aber neben den ökologischen Ansprüchen darf das wirtschaftliche Denken nicht zu kurz kommen. „Wir wollen nachhaltig und ökonomisch arbeiten, denn wir haben eine Verantwortung unseren Mitarbeitern und unserem strukturschwachen Gebiet, dem Wendland, gegenüber“, erklärt Voelkel.

Den CSR-Gedanken in einen Betrieb zu implementieren, der sich mit der Herstellung von Naturkostsäften beschäftigt, ist logisch und konsequent. Aber wie ist es mit dem normalen Mittelständler, der weder durch sein Produkt noch durch seine Ge-

schichte quasi zur Nachhaltigkeit getrieben wird? Wie kann er seine CSR-Seite zeigen?

Da helfen Vereine wie die Kinderhilfsorganisation Plan International, die weltweit 1,2 Millionen Patenschaften vermittelt und einen Gesamtspendenertrag von knapp 600 Millionen Euro zusammengebracht hat. „Wir erarbeiten CSR-Strategien auch für mittelständische Unternehmen und helfen, geeignete Projekte für die Firmen zu finden“, sagt Angela Bergel, Referentin für Unternehmenskooperationen bei Plan International.

Die Liste der Hilfsmöglichkeiten ist lang. Von einer Einzelspende, einem Payroll-Giving, bei dem die Mitarbeiter auf die Rest-Cents ihres monatlichen Gehalts verzichten, oder Spenden-Events bis hin zu Patenschaften und Anlass-Spenden zu Firmenjubiläen – alles ist möglich.

Wie eine konkrete Zusammenarbeit zwischen Plan und einem mittelständischen Unternehmen aussehen kann, zeigt das Beispiel der Volksbank Schermbeck aus Nordrhein-Westfalen. Die Genossenschaftsbank mit ihren 60 Mitarbeitern hat die Zusammenarbeit mit Plan im Juni 2011 begonnen. Zuerst übernahm das Unternehmen Patenschaften, es folgte

eine Spende für ein Bildungsprojekt in Guatemala. Die Mitarbeiter hatten sich einen Sparbrief ausgedacht, bei dem 50 Prozent der Zinserträge an die Anleger ausgezahlt werden und die andere Hälfte von der Volksbank aufgestockt und an Plan International überwiesen wird. Das bisherige Geldanlagevolumen liegt bei 400.000 Euro.

Nach außen hin wurde das Projekt öffentlichkeitswirksam vermarktet. Neben der Integration in die Homepage der Bank und mehreren Pressemitteilungen wurden die Online-Maßnahmen von Plan und der Volksbank Schermbeck gegenseitig verlinkt und es erschien ein Beitrag im Patenmagazin „Plan Post“

Eine klassische Win-win-Situation für alle Beteiligten: Die Bindung zwischen den Mitarbeitern und der Bank wurde gestärkt, das Unternehmen konnte sich als gesellschaftspolitisch engagierte Bank präsentieren, Plan hatte Geld für ein weiteres Projekt und nicht zuletzt konnte Menschen in einem Entwicklungsland nachhaltig geholfen werden.

Wie man auch mit wenig Geld etwas bewirken kann, zeigt das Engagement des Bildungswerks Institut Neue Wirtschaft (INW), das die Trikots für die Jugend-Basketballerinnen des Walddorfer SV gesponsert hat. Der Verein ist froh, seine Mannschaften adäquat einkleiden zu können, und das INW kann so auf sich aufmerksam machen.

Wer sich engagieren möchte, kann sich gerne an den AGA Unternehmensverband in Hamburg oder direkt an Plan International Deutschland wenden.

Ansprechpartnerin AGA: Dipl.-Soz. Julie Christiani, Leiterin Grundsatzfragen, Tel.: (040) 30 80 1 - 149, Mail: julie.christiani@aga.de.

Informationen zu Plan International Deutschland unter www.plan-deutschland.de.



Bild © Sebastian Seibel

Das INW unterstützt den Sport vor Ort im Walddorfer SV

Die Familienunternehmer-versteher

Wir kennen die Besonderheiten kleinerer und größerer Unternehmen und verstehen das Zusammenspiel von Unternehmen, Eigentum und Familie. Mit Erfahrung und Augenmaß finden wir für Sie optimale Lösungen und behalten dabei alle Dimensionen im Blick. Sprechen Sie uns gerne an. Dr. Peter Bartels, Tel.: + 49 211 981-2176, E-Mail: peter.bartels@de.pwc.com

pwc

ERFOLGREICH IM NETZ

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG ALS ABSATZMOTOR FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

Autor: Patrick Klingenberg

Mittelstand ins Netz – so lautete das Ziel der Initiative „Online Motor Deutschland“, die 2011 vom Bundesverband der Digitalen Wirtschaft initiiert wurde, um kleine und mittlere Unternehmen (KMU) auf dem Weg ins Internet zu unterstützen. Mittlerweile haben rund 82 Prozent der KMU das Potential des World Wide Webs für sich entdeckt und verfügen über eine eigene Website¹. Ein Schritt in die richtige Richtung, wenn die eigenen Produkte oder Dienstleistungen über das Netz vermarktet werden sollen. Denn das Internet ist zunehmend der wichtigste Absatzkanal für Unternehmen: So lag der Online-Umsatz für Waren und Dienstleistung im Jahr 2012 bei rund 37 Milliarden Euro².

¹ Quelle: Eurostat und Bitkom, Stand: 6. Mai 2013, http://www.bitkom.org/de/presse/8477_76065.aspx

² Quelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels, 12. Februar 2013, <http://www.bvhw.info/bvh/aktuelles/details/artikel/interaktiver-handel-2012-erneuter-umsatzrekord-e-commerce-anteil-ueberspringt-die-27-milliarden-eu/fchHash=23119242fbb9c1765d69f1cee9085a>

Doch mit der Website oder dem Online-Shop folgt nicht automatisch der Umsatzerfolg. Nur wer im Netz gefunden wird und in den Suchmaschinen weit oben steht, gewinnt auch neue Kunden. Laut Studie von TNS-Infratest werden 80 Prozent der Neukundenkontakte im Web über Suchmaschinen vermittelt. Sie übernehmen heute die Funktion, die früher die Gelben Seiten hatten. Suchmaschinenop-

timierung ist daher essentiell für KMU und sollte fester Bestandteil der Marketingstrategie sein. Um die richtigen Weichen für gute Rankings zu stellen und zusätzliche Kosten durch nachträgliche Optimierung zu vermeiden, sollte SEO bereits vor der Konzeption einer Website berücksichtigt werden. Die Basis für nachhaltiges SEO bildet die OnPage-Optimierung. Diese umfasst inhaltliche und technische Maßnahmen auf der eigenen Website, die dazu führen, von den Suchmaschinen als relevant bewertet zu werden.

Die Basis: Die Keyword-Recherche

Der erste Schritt ist die Wahl der passenden Keywords. Denn nur wer weiß, wonach die Zielgruppe sucht, kann diese Suchbegriffe auch auf der eigenen Website integrieren. Vor dem Aufbau und der inhaltlichen Gestaltung steht also eine ausführliche Keyword-Recherche. Für Online-Shops sind vor allem transaktionale Suchanfragen interessant. Diese sogenannten Long Tail Keywords setzen sich aus Wortkombinationen zusammen, die ein Kaufinteresse implizieren (z.B.

boxhandschuhe kaufen; nike air max woman pink gröÙe 37; kleines bad ausbauen). KMU sollten bei den Keywords nicht nur auf Leistungen, sondern auch auf Orte optimieren (z.B. innenausstattung osnabrück), denn der Trend bei Google geht klar in Richtung lokalisierte Suchergebnisse.

Content is king: Die Text-Optimierung

Suchmaschinen sind textaffin, deshalb dürfen Unternehmenswebsites nicht auf ausführliche und aussagekräftige Texte verzichten. Inhalte sollten möglichst hochwertig und einzigartig sein. Die Übernahme von Herstellerbeschreibungen ist beispielsweise absolut tabu. Auch zu schlanke Produktbeschreibungen, die die Informationsneugierde des Users nicht befriedigen, sind ein Conversion Killer. Gefragt sind durchdachte Produktbeschreibungen mit den wichtigsten Informationen, die Besuchern einen Mehrwert bieten und emotional ansprechen. Wichtig ist, die Keywords in Überschriften und dem Fließtext zu implementieren. Auch die Formatierung ist relevant: Texte sollten mit H-Überschriften gegliedert werden, wichtige Details mittels `` oder `<i>` hervorgehoben werden.

Wunderwaffe im SEO:

Die Landing Page

Unabhängig im Online-Marketing sind Landing Pages, die sorgfältig gestaltet werden sollten. Landing Pages sind die ersten Seiten, die der User von der Trefferliste in den SERPs aus erreicht und die den Start der Conversion initiieren. Ziel einer Landing Page ist, das gesuchte Produktangebot fokussiert und ohne



Eine gelungene Landing Page: H&M zur Bodywear Collection von David Beckham

weitere Ablenkungen vorzustellen, um den User zu einer Aktion – wie dem Kauf – zu motivieren. Sie sind vor allem für Werbekampagnen unabdingbar. Ob Gewinnspiel oder eine Fernsehkampagne – die dazugehörige Landing Page darf nicht fehlen, da enttäuschte User sonst schnell wieder abspringen.

All business is local:

Die lokale Suche über Google+ Local

Der Trend geht klar in Richtung lokalisierte Suche: Laut Google suchen 97 Prozent der Nutzer online nach Unternehmen in ihrer Umgebung. Ein Eintrag in dem Branchenverzeichnis Google Places ist also unverzichtbar für KMU. Neu ist, dass die Places-Einträge direkt in das soziale Netzwerk von Google+ integriert werden, so dass die Nutzer dann über Google+ Local Unternehmen einfach bewerten und Freunden oder allen Nutzern im Web empfehlen können. Für eine gute Positionierung in der lokalen Suche müssen die Einträge in Google+ Local optimiert werden. Eine physische Adresse sowie eine lokale Telefonnummer dürfen nicht fehlen, auch die Wahl einer eindeutigen und zutreffenden Kategorie ist wichtig. Die relevanten Keywords und der Standort sollten in der Unterneh-

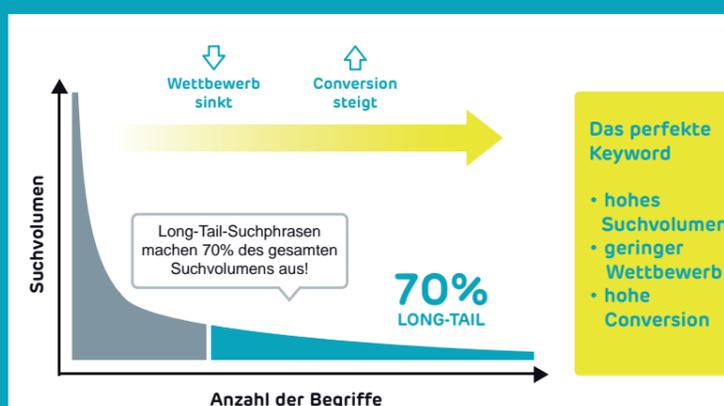
mensbeschreibung auftauchen und auf die jeweilige Unternehmenswebsite verlinken. Erfahrungsberichte und Bewertungen sorgen zusätzlich dafür, in den Ergebnissen weiter oben zu stehen.

Fazit

Um eine Website erfolgreich zu launchen, sind von der Idee über die Konzeption bis hin zur Umsetzung viele SEO-Faktoren zu berücksichtigen. Wer schon vor dem Kon-

zept auf eine ganzheitliche Online Marketing Strategie setzt und Synergien nutzt, kann sich von Anfang an erfolgreich in den SERPs positionieren, sich von Wettbewerben absetzen und Neukunden überzeugen. Dank hoher Reichweiten und der Möglichkeit, Erfolge direkt zu kontrollieren, ist Suchmaschinenoptimierung zudem oft günstiger und zielgenauer als klassische Marketingkanäle. Ein wichtiges Kriterium für kleine und mittelständische Unternehmen.

Wissen, welche Suchbegriffe potenzielle Kunden verwenden



Quelle: seomoz.org/jar-taxo-AG

Je nach Keyword-Art unterscheiden sich Suchvolumina, Wettbewerb und Conversion

PENSIONSUSUNGEN – CHANCEN IM ZINSTIEF

UNTERNEHMER KÖNNEN AUF DIE HERAUSFORDERUNGEN DES HISTORISCHEN ZINSTIEFS REAGIEREN UND IHRE ALTERSVORSORGE VERBESSERN

Autor: Dr. Matthias Dworzack

Pensionszusagen sind ein weit verbreitetes Instrument der Mitarbeiterbindung und der eigenen Altersvorsorge. Und das zu Recht: Vor allem Unternehmer dürften die Flexibilität und die wirtschaftliche Effizienz dieses bewährten Altersvorsorgeinstruments schätzen. Allerdings bringen die Auswirkungen der historischen Tiefzinsphase in Verbindung mit neuen Handelsbilanzvorschriften ganz besondere Herausforderungen mit sich. Liegt die angemessene Antwort darauf tatsächlich in der seit einiger Zeit zunehmend betriebenen, reflexhaften Eliminierung oder Auslagerung? Der Autor meint: Nein.

Niedrigzins beeinflusst Bilanzierung

Das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) zwingt die Unternehmen mit Pensionszusagen zum Offenbarungseid: Dem auf der Aktivseite der Handelsbilanz aufgebauten Pensionsvermögen stehen die Rückstellungen auf der Passivseite gegenüber, die realitätsnäher ermittelt sind als bisher: Dafür sorgt unter anderem ein marktgerechterer Kalkulationszinssatz. In der Folge wird klarer, welches Anlagevermögen zur nachhaltigen Erfüllung der erteilten Pensionszusagen vorhanden sein müsste – oder wie hoch das Finanzierungsdefizit denn tatsächlich ausfällt. In den Jahresabschlüssen sind die handelsbilanziellen Rückstellungen entweder bereits gestiegen (IFRS) oder werden dies zeitlich verzögert tun (HGB).

Traditionspflege bedeutet Anpassung

Über Jahrzehnte betrachtete die herrschende Betriebswirtschaftslehre Pensionszusagen als Instrument der Binnenfinanzierung. Danach führten die hierdurch ausgelösten Gewinnrückstellungen zu willkommenen Erträgen aufgrund nicht gezahlter Steuern. Weitgehend ausgeblendet wurde die Kalkulation der Rentenphase sowie den damit verbundenen Finanzierungszwang von entsprechendem Anlagevermögen.

Die gängige Bilanzierungspraxis setzt seit Jahrzehnten Pensionsrückstellungen in der Handels- und der Steuerbilanz in gleicher Höhe an. Allerdings treffen die Rechengrundlagen – Zinssatz und Sterbewahrscheinlichkeiten – in der Realität nicht zu. Für die Berechnung des steuerlichen Teilwerts ist ein Rechnungszins von sechs Prozent zu berücksichtigen. An dieser Stelle beginnt das Problem mit der Finanzierung von Pensionszusagen: Die Teilwertberechnung ist nämlich ausschließlich fiskalisch motiviert. Sie hat überhaupt nichts mit einem kaufmännisch vernünftig kalkulierten Kapitalbedarf zur Erfüllung der späteren Rentenlasten zu tun. In der Folge wurden Pensionsansprüche regelmäßig zu niedrig bewertet, was überwiegend zu einem ungenügenden Finanzierungsaufwand in den Unternehmen führt.

Keine glückliche Liaison: Lebensversicherungen und Pensionszusagen

Nicht erst heute zeigt sich, dass die Rechnung vieler Unternehmer nicht aufgeht. Zur Erfüllung der zugesagten Pensionsleistungen fehlen entweder wachsende Erträge aus dem operativen Geschäft oder – schlimmer noch – das vorhandene Anlagevermögen erweist sich als untauglich, weil es falsch in-

vestiert wurde. Die im Mittelstand am häufigsten anzutreffende Finanzierungsform von Pensionszusagen ist die Lebensversicherung. Dies resultiert aus der Tatsache, dass Pensionszusagen in mittelständischen Kapitalgesellschaften während der letzten Jahrzehnte fast ausschließlich in das Vertriebsfeld von Versicherungen fielen. Aus dieser Tradition sind zwei Problemfelder entstanden: Die Finanzierungen der erteilten Zusagen wurden im Durchschnitt mit einer angenommenen jährlichen Versicherungsrendite von sechs Prozent kalkuliert. Dieser Wert ist zu hoch angesetzt. Tatsächlich beträgt die jährliche Rendite von Lebensversicherungen im langjährigen Mittel nur knapp vier Prozent. Zur Gegenfinanzierung von Pensionszusagen ist die Lebensversicherung aufgrund einer weiteren, strukturellen Besonderheit ungeeignet: Im Anlagevermögen einer Kapitalgesellschaft wird die Lebensversicherung der Besteuerung unterworfen. Die jährlichen Nettorenditen, die nach der Aktivwertbesteuerung im Betriebsvermögen aus durchschnittlich vier Prozent Rendite resultieren, liegen bei 2,5 bis 3,0 Prozent.

Es verwundert nicht, dass die Zufriedenheit mit dieser Form der Kapitalbildung gering ist – sie liegt bei unter 20 Prozent. Denn die Probleme treffen die Unternehmen ja nicht erst dann, wenn den zu leistenden Rentenzahlungen nicht die erforderlichen Kapitalmittel gegenüberstehen: Ungenügend gegenfinanzierte Pensionsverpflichtungen können bereits heute die Bewertung des Unternehmens, etwa beim Verkauf, negativ beeinflussen. Auch im Unternehmensrating der Banken nach den Basel-II-Richtlinien wirken sich Pensionsrückstellungen mit ungenügender Gegenfinanzierung negativ aus.

Passendes Planvermögen bilden

Das historische Zinstief macht die Lage der Versicherer nicht besser. Der vielfach praktizierte Wechsel in andere – erneut versicherungsförmige – Durchführungswege wie etwa in eine Unterstützungskasse kann keine wirkliche Lösung sein. Für die Bildung von Planvermögen – also Anlagevermögen, das zur späteren Erfüllung von Pensionsverpflichtungen bestimmt und verpfändet ist – gibt es keine Anlagevorschriften. Jede Kapitalanlage ist denkbar – im Idealfall gibt es nahezu identische Vor- wie Nachsteuerrenditen. Geeignetes Planvermögen muss mehrere Aspekte in ein ausgewogenes Verhältnis bringen:

- angemessene Rendite nach Steuern
- kalkulierbares Risiko
- niedriger interner Verwaltungsaufwand
- fristgerechte Ausfinanzierung
- adäquate Liquidierbarkeit

Es lohnt sich, hier einmal das Angebot an vermögensverwaltenden Investments zu prüfen, insbesondere, soweit sie für den Aufbau von Planvermögen konzipiert sind. Es finden sich Anbieter, die sich in den jüngsten schweren Börsenjahren durch solide Arbeit auszeichneten und zusätzliche Lehren aus den turbulenten Kapitalmärkten gezogen haben. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch das Anlageverhalten der großen deutschen Stiftungen, die sich im Niedrigzins-Umfeld neu orientieren: So hat etwa die Volkswagenstiftung den Aktienanteil auf 30 Prozent erhöht und kauft aus Zinsgründen keine Bundesanleihen mehr.

Konzeptionelle Fehler beheben

Wenn Pensionsrückstellungen und Rückdeckungsversicherungen auseinanderlaufen, liegt die Ursache dafür mitunter in diesen konzeptionellen Stolperfallen:

Die Pensionszusagen sind an die Gehaltsentwicklung gekoppelt. In diesem Fall ist ein planmäßiger Vermögensaufbau praktisch

nicht möglich, niemand kann eine einigermaßen verlässliche Prognose über die Höhe des Kapitalbedarfs zum Rentenbeginn abgeben. Ebenso unglücklich sind die oft anzutreffenden Dynamikversprechen, sowohl für die Pensionsanwartschaft als auch für den Rentenbezug: Hier wird es schwierig, die Rückstellungsverläufe und die Wertentwicklung des Planvermögens in Kongruenz zu bringen. Eine richtig sinnvolle Option ist die Umstellung von den überwiegend vorhandenen Leistungszusagen auf beitragsorientierte Versorgungszusagen. Dabei verabschiedet sich das Unternehmen von der Zusage einer klar definierten Leistung, also etwa einer Rente in bestimmter Höhe, für deren Erfüllung es dann zwingend eintreten muss. Vielmehr sagt es nur die Investition eines bestimmten Betrages zu – dem Pensionsberechtigten gehören dann aber auch alle Erträge aus dieser Anlage. Die Vorteile:

- Flexibilität der Dotierung – je nach Ertragslage des Unternehmens;
- Finanzierungssicherheit – es wird nur das zugesagt, was auch tatsächlich investiert wird;
- Verbesserung des Bilanzbildes – vorhandenes Planvermögen wird mit Rückstellungen saldiert;
- Transparenz – die Entwicklung des Pensionsvermögens kann fortlaufend beobachtet werden.

Wenn alles nichts hilft

Manchmal jedoch sind Unternehmer mit ihren Pensionszusagen schlicht überfordert und würden sie gern reduzieren, wenn auch nicht gleich ganz eliminieren. Hier herrschte seit 2007 eine große Unsicherheit, inwieweit der (teilweise) Verzicht auf die Pensionszusagen eine verdeckte Einlage sei und damit steuer-schädlich. Nachdem das Bundesfinanzministerium ab 2008 mit den Folgen der Finanz- und Bankenkrise vollauf beschäftigt war, erfolgte im August 2012 die finale Klarstellung: Die Reduzierung einer Pensionszusagen ist steuerunschädlich möglich,



Dr. Matthias Dworzack

sofern sie – vereinfachend ausgedrückt – als maximale Reduzierung auf den aktuell erreichten Stand eingefroren wird.

Neue Rechtssicherheit gibt Planungssicherheit

Mit dieser Rechtssicherheit eröffnen sich nun gestalterische Optionen: Unternehmer können neu kalkulieren, bis zu welcher Höhe die bestehende Zusage bereits ausfinanziert ist und daraus eine besser passende Zusage entwickeln oder ihr Anlageverhalten umstellen. Die rechtliche Planungssicherheit vereinfacht den unternehmerischen Gestaltungsprozess für diese effiziente wie flexible betriebliche Altersvorsorge.

Dr. Matthias Dworzack

ist Gesellschafter-Geschäftsführer der Kanzlei für Wirtschaftsberatung an der Elbe GmbH und Betriebswirt für betriebliche Altersvorsorge. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit liegt auf der Einrichtung, Finanzierung und Sanierung von Pensionszusagen. Mit seinem Team betreut er in mittelständischen Unternehmen betriebliche Versorgungswerke (betriebliche Altersvorsorge und betriebliche Krankenversicherung).
E-Mail: m.dworzack@kwb-elbe.de

PARLAMENTARISCHER ABEND IN BERLIN 2013

Autorin: Anne-Katrin Moritz

Eine ganze Reihe von Familienunternehmern mussten vor Beginn des traditionellen Treffens mit den Bundestagsabgeordneten die Hürden nehmen, die ver.di und der Wintereinbruch in den Flugplan eingebaut hatten. Nichtsdestotrotz fanden rund 300 Unternehmer und Politiker aller Fraktionen, unter ihnen Bundestagsvizepräsident Hermann Otto Solms, am 21. März 2013 den Weg ins Atrium der Deutschen Bank Unter den Linden.

Die Diskussionen an den Länderischen drehten sich vorrangig um ein Thema: Vermögensteuer und –abgabe. In seiner Begrüßung betonte Familienunternehmer-Präsident Lutz Goebel: „Obwohl wir Präferenzen haben, finden wir – betrachten wir verschiedene Politikfelder – in allen Parteien gestandene Persönlichkeiten, mit denen wir uns als Familienunternehmer fruchtbar und zielführend austauschen können.“ Was es brauche, sei eine Wirtschafts-, Finanz- und Fiskalpolitik mit Augenmaß mit Berücksichtigung der Folgen gesetzlicher Rahmensezungen. Aber, so Goebel weiter, eine Vermögensbesteuerung nach den Plänen roter und grüner Finanzpolitiker solle so gefasst werden, dass Unternehmen zu steuerlichen Gesamtbelastungen des Ertrages von 60 und vielleicht sogar über 80 Prozent gelangen werden. „Beides, eine grüne Vermögensabgabe oder eine Wiederbelebung der Vermögensteuer, wie sie Teilen der SPD vorschwebt, mag gut gemeint sein, sind aber in ihren Auswirkungen wirklich zerstörerisch. Wenn nur zum Beispiel maximal 20 Prozent des Ertrages für Reinvestitionen bleiben, schlägt das unvermeidlich voll durch“, so der Familienunternehmer-Präsident. Dies gehe nicht nur voll zu Lasten der Eigenkapitalbildung und -erhaltung, sondern schade auch Neu-Investitionen und dem Erhalt von Arbeitsplätzen.

Fotos: Anne Kreuz





Fotos: Toni Momtschew

PARLAMENTARISCHER ABEND IN HAMBURG 2013

Autor: Fabian Gewalt

Mehr als 120 Gäste folgten der Einladung zum Parlamentarischen Abend in die Deutsche Bank am Adolphsplatz. Kern des Abends war die Vorstellung der erarbeiteten wirtschaftspolitischen Positionen für die Metropolregion Hamburg. Nach einleitenden Worten des Gastgebers Thorsten Frahm (Deutsche Bank) und einer Begrüßung durch den Vorsitzenden des Regionalkreises Michael Moritz stellte Dr. Björn Castan als Vorsitzender der Kommission das Papier vor. Dabei hob er die Bedeutung der Haushaltskonsolidierung als vorrangige Aufgabe der Hamburger Politik hervor. Castan stellte in diesem Zusammenhang auch klar, dass dieses Ziel nicht mit Hilfe von Steuererhöhungen erreicht werden könne und erteilte der Einführung einer Substanzbesteuerung in Form der bestehenden Pläne zur Vermögenssteuer eine klare Absage.

In der anschließenden Podiumsdiskussion, an der neben dem Finanzsenator Dr. Peter Tschentscher (SPD) und Karin Prien (CDU) die Unternehmer Cord Wöhlke (Einzelhandel), Thomas Sander (Bauwirtschaft), Thomas Cotterell (Hafenwirtschaft) sowie Fabian Gewalt (Steuerberatung) teilnahmen, wurde über die Einführung gesetzlicher Mindestlöhne ebenso kontrovers diskutiert, wie über die Privatisierung von städtischen Unternehmen. Eine wichtige Rolle nahm auch in der von

Herbert Schalthoff kurzweilig moderierten Runde die Stabilisierung des Hamburger Haushalts ein. Der Finanzsenator musste sich den Vorwurf gefallen lassen, dass die Sparbemühungen der SPD-Regierung zu wenig ambitioniert seien. Gerade in konjunkturell guten Zeiten müsse die Verschuldung stärker reduziert werden. Dass die wesentlichen Ausgabenverringerungen im Bereich der Finanzbehörde anfallen, ist im Wesentlichen auf das historisch niedrige Zinsniveau zurückzuführen und stellen keine echte Einsparung dar. Überdies dürfe der geplante Abbau des Personalkörpers der Hansestadt gerade bei der Einführung einer verwaltungsintensiven Vermögenssteuer nicht zu realisieren sein. Finanzsenator Tschentscher reagierte auf die mehrheitliche Ablehnung einer Vermögensbesteuerung mit dem Hinweis, die Unternehmerschaft habe in dieser Hinsicht falsche Vorstellungen und werde sich durch die konkrete Ausgestaltung von diesem Konzept überzeugen lassen.

Die geplante Einführung von gesetzlichen Mindestlöhnen stieß auf eine geteilte Bewertung. Die auf dem Podium vertretenen Unternehmer diskutierten in der Sache differenziert und stellten so die Vielfalt der im Verband organisierten Unternehmen mit den ihnen eigenen Interessen dar. Dies befand auch der Finanzsenator, der im Anschluss an die Podiumsdiskussion noch in kleiner Runde weiterdiskutierte.



POLITISCHE REIHE

VORTRAG GREGOR GYSI ERSCHRECKEND REALPOLITISCH

Autor: Christian Block

Entgegen den Erwartungen etlicher Anwesender – man munkelt einige Mitglieder seien in Ansehung des Redners vorsorglich zu Hause geblieben – kann auch dieser Termin der politischen Vortragsveranstaltungen nur als Erfolg bezeichnet werden. Es bot sich den Anwesenden die Möglichkeit, in einem intimen Kreis – ohne Anwesenheit der Presse – die in vielen Fällen erschreckend realpolitischen Ansätze der Partei Die Linke näher kennenzulernen.

Gleich zu Anfang seines Vortrages wies Dr. Gregor Gysi darauf hin, dass er das familiäre an den Familienunternehmen, dies bezog er auf den persönlichen Kontakt zu den verantwortlichen Ansprechpartnern, sehr schätze. Er bot den Skeptikern im Publikum weit weniger Angriffsfläche als vielleicht vermutet, indem er mit den Worten „Ich will nicht wieder anstehen müssen“ eine Lanze für die Marktwirtschaft brach. Allerdings, so schränkte er ein, funktioniere die Marktwirtschaft nicht für die öffentliche Daseinsvorsorge. In den Bereichen soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Ernährung der Weltbevölkerung und Verhinderung kriegerischer Auseinandersetzungen, sei die Marktwirtschaft gescheitert. Dagegen attestierte Gysi Topleistungen in den Bereichen Wirtschaft, Kunst und Kultur.

Der Staat – und insbesondere die Europäische Union – müsse für alle Bürger als Wohlfahrt erlebbar sein. Als Quelle des Übels machte er die weltweit stark steigenden Energiekosten einerseits und die Übermacht privater Bankhäuser andererseits aus. Letztere sollten nach dem Wunsch der Linken zwar nicht verstaatlicht, aber dann doch nach dem Vorbild der Sparkassen umgebaut und einem strikten öffentlich-rechtlichen Regulativ unterstellt werden. „Bad Banks“ sollten systematisch in die Insolvenz geschickt werden.

Die weitere politische Agenda der Linken in Stichpunkten:

- Kein Austritt Deutschlands aus der NATO, sondern deren Auflösung, da es sich bei dem Konstrukt um ein Relikt des Kalten Krieges handele;
- Anhebung des Grundfreibetrages auf 9.300 Euro und eine Anpassung des Spitzensteuersatzes auf 53 Prozent, so dass Einkommen von bis zu 70.245 Euro weniger hoch besteuert werden, zur Bekämpfung der kalten Progression;
- Radikale Einschränkung der Erbschaftsteuerfreibeträge auf 300.000 Euro für den Ehegatten und nur einer weiteren, nach freiem Belieben des Erblassers zu bestimmenden Person;
- Keine Besteuerung von Betriebsvermögen;
- Einführung einer Vermögenssteuer in Höhe von fünf Prozent für Vermögen ab einer Million Euro, wobei selbst bewohnte Immobilien nicht erfasst werden;
- Erhöhung der Körperschaftsteuer auf 25 Prozent;
- Absenkung der Mehrwertsteuer auf sieben Prozent für das Hotel- und Gastronomiegewerbe sowie handwerkliche Leistungen;
- Abschaffung der privaten Krankenversicherung und Zwangsmitgliedschaft Selbstständiger und Unternehmer in der gesetzlichen Krankenversicherung, bei gleichzeitiger Beitragssenkung auf 10,5 Prozent;

- Schaffung einer neuen Bundesbehörde für Preiskontrolle im Energiesektor;
- Abschaffung der Industrieprivilegien in Bezug auf den Strompreis (wobei Ausnahmen für besonders energieintensive Betriebe auch von der Linken begrüßt werden);
- Wiederaufnahme der staatlichen Förderung der Solarindustrie;
- Ein kostenfreies Grundkontingent für Strom von 300 KW/h pro Haushalt plus weiterer 200 KW/h pro Person.

Von Michael Moritz zum Thema Vermögenssteuer ins Kreuzverhör genommen, wies Gysi wiederholt darauf hin, dass man nur private Vermögen besteuern wolle. Die Ausführungen zu der Nachfrage, wie er die Vermögensmassen denn differenzieren wolle, blieben vage.

Mit den Worten „Die deutsche Geschichte habe gelehrt, dass es nie gut sei, wenn man nicht aufhören könne zu siegen“, sprach sich Gysi für einen Marshall-Plan für Griechenland aus. Daraufhin folgte der Hinweis des Publikums, dass es diesen bereits in Form von jahrzehntelang gezahlten EU-Beihilfen gäbe. Noch mehr? Nun ja, gezielte Förderung von dem, was auch die Griechen können: Tourismus und Schifffahrt.

Gysi sprach sich für höhere Steuern der Besserverdienenden aus, weil er in der stetig wachsenden Ungleichheit der Vermögensverteilung nicht weniger als eine Gefahr für den Zusammenhalt der Gesellschaft sieht.

Eurobonds wolle er nun auch nicht mehr, die seien mittlerweile auch nicht mehr notwendig, da durch die Bürgschaften der Staaten de facto eine vergleichbare Haftungsstruktur geschaffen wurde.

Zum Schluss entspann sich eine lebhafte Diskussion zu der Frage der Lohngerechtigkeit. Hier stieß die Konsensbereitschaft des zurückhaltend-höflichen Publikums und des Vortragenden dann doch an ihre Grenzen. Eine tragfähige Begründung für die nach seiner Ansicht gerechtfertigte Forderung des Sicherheitspersonals am Flughafen Hamburg nach einem massiven Lohnzuwachs und die Durchsetzung der Forderung durch Streiks während der Urlaubszeit blieb Gysi schuldig. Selbstverständlich solle sich Arbeit lohnen. Dass der Gehilfe im Handwerk nach zwei Jahren Ausbildung nun einen vergleichbaren Lohn erhält wie der Kontrolleur am Sicherheitscheck nach mehrwöchiger Einweisung? Nun ja...Details.

Fotos: Toni Momtschew





VORTRAG

DER BETRIEBLICHE NOTFALLKOFFER – WAS TUN, WENN DER CHEF AUSFÄLLT?

Autor: Matthias Krohn

DIE JUNGEN UNTERNEHMER konnten den erfahrenen Unternehmensberater Peter Eggert dafür gewinnen, dem gespannten Publikum einen Einblick in seine vielfältigen Erlebnisse, sowie die daraus entwickelten Vorsorgestrategien zu gewähren. Ergänzend dazu konnte ich als ehemals Betroffener meine ganz persönlichen Erfahrungen und Eindrücke mit den Gästen teilen.

Was tun unsere Mitarbeiter, wenn der Chef ernsthaft ausfällt? Wie ist unsere Familie vorbereitet? Gibt es einen persönlichen Masterplan? Was gehört dort überhaupt alles hinein? Dies waren die Leitfragen, deren Antworten zumindest im Rahmen der zur Verfügung stehenden Zeit durch Peter Eggert angesprochen wurden. Im Rahmen seiner bewusst sehr drastischen und deutlichen Schilderungen gelang es dem Referenten, das Interesse der Zuhörer für sich zu gewinnen. Es wurde schnell klar, wie hoch die Wahrscheinlichkeit einer persönlichen Betroffenheit ist und wie Vielfältigkeit die Ursachen dafür sein können. Das daraus abgeleitete Motto „Man kann nicht alles regeln, aber ohne Notfallregelung ist die Krise vorgezeichnet“, bildete dann den Einstieg in konkrete und strukturierte Aufgabenstellungen und Lösungsansätze. Von den Hinweisen zur Auswahl betrauter Personen,

über die Vermittlung von Grundkenntnissen zu den rechtlichen Rahmenbedingungen für eine gesicherte Notfallregelung, zur konkreten praktischen Umsetzung wurden alle wichtigen Themengebiete angesprochen und Fragen der Zuhörerschaft beantwortet.

Im Anschluss an den Vortragsteil habe ich meine sehr persönlichen Erfahrungen mit den Zuhörern geteilt. Die gebotenen Einblicke verdeutlichten abschließend noch einmal sehr plastisch, wie notwendig eine rechtzeitige Notfallplanung ist, um nicht die Familie und das eigene Lebenswerk dem Zufall zu überlassen.

Alle Interessierten, die an dem Abend nicht teilnehmen konnten, aber dennoch Informationsmaterial zu diesem wichtigen Thema haben möchten, können das Handout des Abends bei mir unter matthias.krohn@avis.de sehr gerne anfordern.

Fotos: Toni Momtschew



RESITRIX®
DACHDICHTUNGSBAHNEN

Hamburgs Dächer – Ein Leben lang dicht

Made in Hamburg

CARLISLE® Construction Materials GmbH
Tel. +49 (0)40 788 933 200 E-Mail: info@ccm-europe.com
Fax +49 (0)40 788 933 201 WWW.RESITRIX.COM



Fotos: Anne Kreuz

DIE FAMILIENUNTERNEHMER-TAGE

Autorin: Anne-Katrin Moritz

Die Familienunternehmer-Tage 2013 standen ganz im Zeichen der Bundestagswahlen im Herbst. So sprachen Bundeskanzlerin Angela Merkel, Frank-Walter Steinmeier, Rainer Brüderle und Jürgen Trittin vor über 500 Familienunternehmern aus ganz Deutschland über ihre Vorhaben nach der Wahl. Alle Spitzenkandidaten und -persönlichkeiten versuchten, ihre Wirtschaftskompetenz bei den Familienunternehmer-Tagen unter Beweis zu stellen.

Die Unternehmer fragten: Wer tut aktiv etwas, um die Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes zu verbessern – und wer gefährdet sie gar? Bestimmende Themen waren die Steuerpolitik und auch die Energiewende. Im Rahmen einer speziellen Podiumsrunde mit Finanzpolitikern wurde über die für das deutsche Erfolgsmodell „Familienunternehmen“ besonders schädlichen Pläne einer Vermögensteuer diskutiert.



Wer tut was gegen Vermögensbesteuerung?
Berlin, 10. Mai 2013

Jürgen Trittin und Frank-Walter Steinmeier haben bei unseren Familienunternehmer-Tagen in Berlin deutlich gesagt, dass ihre Parteien für uns Familienunternehmer eine kräftige Vermögensbesteuerung einplanen. Die Grünen behaupten, dass sie über Freibeträge nur wenige heftig treffen würden - aber die Opfer ihrer Steuerpolitik sind direkt und indirekt alle Familienunternehmen. Also auch Sie und Ihr Unternehmen. Die SPD-Spitzenpolitiker geben zwar eine Art mündliche Garantie, dass ihre Vermögensteuer nicht die Substanz gefährden soll, aber solange es keine Prospekthaftung für Wahlversprechen gibt, müssen wir wohl vom Schlimmsten ausgehen. Frankreichs Regierung zeigt uns das gerade sehr anschaulich.

Beeindruckt vom Auftritt Herrn Trittins, der übrigens den Eindruck hinterließ, er strebe nichts dringender an als Finanzminister zu werden, und den Parteiprogrammen der Grünen und der SPD, beschloss unsere Mitgliederversammlung am 26. April in Berlin, dass ein Sonderbeitrag erhoben werden soll. Mit diesem Sonderbeitrag soll eine Kampagne gegen die Vermögensbesteuerung finanziert werden. Nachdem mich die Mitgliederversammlung für zwei weitere Jahre wiederwählte, beauftragte sie mich auch gleich mit dieser Kampagne.

Wir haben es beim Kampf gegen diese substanzgefährdende Steuerpolitik nicht nur mit Parteien zu tun. Viel gefährlicher sind Aktionsplattformen wie „UmFAIRteilen“ oder „Vermögensteuer Jetzt!“, die im Wochentakt kommunale Ratsbeschlüsse herauslocken nach dem Motto „unsere Stadt ist für eine Vermögensteuer“. Solche für das öffentliche Meinungsklima ungemein gefährlichen Aktionen wollen wir stoppen. Im Kern geht es um die Aufklärung, welche ungewollten Konsequenzen eine Vermögensbesteuerung hat: Erst brechen F + E und Investitionen ein, dann verlieren wir Marktanteile und schließlich trifft es unsere Mitarbeiter. Schlimmer kann man eine Rezession nicht vorbereiten. Das Kampagnen-Konzept dazu haben wir. Nun brauchen wir Ihre Unterstützung. Bitte beteiligen Sie sich auch an unserer großen Umfrage zu diesem Thema. Sie erhalten sie in den nächsten Tagen per E-Mail von mir.

Schon während und nach der Mitgliederversammlung kamen durch zwei Großbeiträge und mehrere mittlere Beiträge über € 200.000 zusammen. Weitere € 800.000 sind machbar, wenn Sie uns entsprechend der Betroffenheit Ihres Unternehmens durch die Vermögensteuerpläne unterstützen. Folgende Kategorien können Ihnen als Anhaltspunkte dienen: Sonderbeiträge im Bereich bis € 1.000; € 1.000 - 2.000; € 5.000 - 10.000; über € 10.000 und über € 50.000. Sollte mehr eingehen, können wir noch mehr Breitenwirkung erzielen.

Wie sehr ist Ihr Unternehmen von der Vermögensteuer betroffen?
Falls Sie unseren Vermögensteuer-Rechner auf unserer Internetseite noch nicht genutzt haben, hier eine ganz grobe Kalkulation:

Bei 5 % Rendite vor Steuern ergäbe sich bei einer Vermögensbesteuerung von 1 % ungefähr folgende jährliche (!) Belastung:

Umsatz	Belastung
€ 10 Mio.	€ 75.000
€ 15 Mio.	€ 112.500
€ 50 Mio.	€ 375.000

Auch kleinere Unternehmen werden trotz der geplanten Freibeträge sehr leiden, denn die Investitionen und Aufträge der direkt betroffenen Unternehmen werden deutlich einbrechen. Wenn aber die Aufträge ausfallen, nutzen auch Freibeträge nichts mehr.

DIE FAMILIEN UNTERNEHMER

ASU

Lutz Goebel
Präsident
Charlottenstraße 24
10117 Berlin

Tel. 030 300 65-310
Fax 030 300 65-303

goebel@
familienunternehmer.eu

Mitglieder des Bundespräsidiums
Präsident:
Lutz Goebel
Vizepräsidenten:
Karoline Beck
Stefan Bellinger
Karl Erivan W. Haub
Johannes Freiherr von Salmuth
Axel Witte

Dr. Patrick Adenauer
Dr. Simone Bagel-Trah
Hubertus von Baumbach
Axel Bree
Heinrich Otto Deichmann
Dr. Nicola Leibinger-Kammüller
Dr. Peter von Möller
Prof. Hans Georg Näder
Dr. h. c. August Oetker
Marie-Christine Ostermann
Ralf Saatkamp
Alexander Schwörer
Bernhard Simon
Dr. Karl Tack
Udo J. Vetter
Lencke Wischhusen
Dr. Reinhard Zinkann

Dank des Beschlusses in der Mitgliederversammlung über einen Sonderbeitrag ist Ihr diesbezüglicher Beitrag genauso wie Ihr bisheriger jährlicher Pflichtbeitrag auch als Betriebsausgabe absetzbar. Ich wäre Ihnen sehr verbunden, wenn Sie auf beiliegendem Antwort-Fax Ihren Sonderbeitrag eintragen. Sie erhalten dann von unserer Bundesgeschäftsstelle eine Rechnung über diese Summe.

Unterstützen Sie Ihren Verband bei dieser Kampagne! Wenn wir mithelfen, die Vermögensbesteuerung zu verhindern, kommt das auch Ihren Mitarbeitern und deren Familien zugute. Ohne unser Zutun wird dieser Kelch nicht an uns vorübergehen. Ich hoffe sehr auf Ihre persönliche Unterstützung.

Mit freundlichen Grüßen

Anlage: Antwortfax



MEINUNGSVIELFALT

ANTWORTSCHREIBEN UNSERES HAMBURGER MITGLIEDS SENATOR H.C. HANS-DIETER PHILIPOWSKI, PROTEC GMBH

Sehr geehrter Herr Präsident Goebel,

ich beziehe mich auf Ihr Schreiben – Wer tut was gegen Vermögensbesteuerung? – vom 10. Mai 2013 und bin, ehrlich gesagt, darüber sehr verwundert. Sie schreiben darin sinngemäß, dass die Mitgliederversammlung am 26. April 2013 in Berlin beschlossen hätte, einen Sonderbeitrag für eine Kampagne gegen die Vermögensbesteuerung zu erheben und Sie von der Mitgliederversammlung den Auftrag erhalten hätten, diese Kampagne sofort umzusetzen. Ihr Schreiben erweckt den Eindruck (beabsichtigt?), dass nun jedes Mitglied diesen Sonderbeitrag leisten müsse, da es von der Mitgliederversammlung beschlossen wurde. Nach meinem Kenntnisstand müssen Mitgliedsbeiträge und Sonderzahlungen in der Vereinssatzung verankert werden. Ist das geschehen?

Ich zahle, wie wohl die meisten Mitglieder, bereits einen ordentlichen Mitgliedsbeitrag. Mit den Mitgliedsbeiträgen kommt der Verband nach meinem Kenntnisstand mehr als zurecht. Somit verstehe ich Ihr Ansinnen nach einer zusätzlichen Sonderabgabe nicht. Persönlich bin ich sogar der Meinung, dass die reflexhafte Ablehnung unseres Verbandes DIE FAMILIENUNTERNEHMER gegen eine Vermögensbesteuerung mit den völlig überzeichneten Horror-Szenarien eher das Gegenteil bewirkt und unser Bild in der öffentlichen Wahrnehmung negativ beeinflussen wird. Als Unternehmer nutzen wir unsere gesellschaftlichen Strukturen, Sicherheit sowie persönliche und wirtschaftliche Freiheiten. Für mich hat das einen hohen Wert. Dafür zahle ich auch gerne meine Steuern.

Wir sollten lieber eine Kampagne ohne Sonderbeiträge organisieren, um dafür zu sorgen, dass alle Unternehmen faire Steuern bezahlen. Dabei liegt die Betonung auf alle. Meines Erachtens liegt das eigentliche Dilemma darin, dass in der Mitte am meisten Steuern gezahlt werden und die ganz Großen halten sich aus allem – zumindest was das Zahlen von Steuern anbelangt – heraus.

Um klar zu stellen, ich spreche hier nur für mich. Ich hoffe, dass Sie meine kritischen Anmerkungen dennoch insgesamt positiv werten. Dass ich Ihnen dazu schreibe, ist immerhin ein Zeichen unseres gemeinsamen Interesses an dem Verband. Vielleicht geht das auch noch einigen anderen so und es wäre schade, wenn sich daraus ein schiefes Bild unseres Verbandes entwickeln würde.

Mit freundlichen Grüßen
Senator h.c. Hans-Dieter Philipowski
Protec GmbH

REGIONALER UNTERNEHMERTAG IM HANSA-PARK IN SIERKSDORF

Autorin: Anne-Katrin Moritz

Was Sie schon immer über Best-Ager und Empty-Nester wissen wollten, konnten Sie auf dem regionalen Unternehmertag lernen. Bei bestem Wetter kamen zahlreiche Unternehmer aus Norddeutschland zum Hansa-Park. Der Landesvorsitzende Matthias Krohn begrüßte die Anwesenden und ließ es sich nicht nehmen, darauf hinzuweisen, wie wichtig es gerade in Zeiten einer Bundestagswahl sei, sich als einzelner junger Unternehmer einem Verband anzuschließen. Wenn die Politik eine Vermögensteuer beschlösse, dann ginge das an die Substanz vieler Familienunternehmen. Das koste Arbeitsplätze und Innovation und das kann nur gemeinsam verhindert werden, so Matthias Krohn.

Andreas Leicht, Geschäftsführer der Hansa-Park Freizeit- und Familienpark GmbH & Co. KG, führte dann in einem spannenden Vortrag aus, wie sich der Vergnügungspark von den großen konzerngeführten Wettbewerbern abgrenzt. 1,5 Millionen Besucher, 2.500 mittelbare Arbeitsplätze in der Region, beste Zertifizierungen zum Thema Umwelt, Kindertauglichkeit und Sicherheit sprechen eine Sprache für sich. Wie man das schafft, erklärte der Hausherr nicht nur in einem hochinteressanten Vortrag, sondern auch während des Parkrundganges und in vielen Einzelgesprächen beim Get-Together. Dann ging er zielstrebig, die Teilnehmer im Schlepptau, zum „Fluch von Novgorod“, der momentan steilsten Achterbahn Deutschlands, nahm die Brille ab und setzte sich in die erste Reihe. Man muss das, was man betreibt auch lieben, schien er damit ausdrücken zu wollen. Dann begann für alle eine Dunkel-Themenfahrt mit Spezialeffekten und einer Beschleunigung in 1,4 Sekunden von 20 auf 100 Kilometer pro Stunde. So etwas erlebt man nur bei DIE JUNGEN UNTERNEHMER und über die neugewonnen Mitglieder freuen wir uns ganz besonders.

Fotos: Toni Momtschew

SPEEDBOOT-TOUR DURCH DEN HAFEN ZUR GOLF-LOUNGE

Autor: Kevin Schütt

Im Wonnemonat Mai hätte man durchaus passendes Wetter erwarten können für eine Spritztour über die Elbe, aber zum ersten Schönwetter-Event in diesem Jahr regnete es noch wenige Stunden vor dem Boarding wie aus Eimern. Entgegen der Erwartung unserer Organisatoren erwiesen sich die jungen Unternehmer jedoch als äußerst wetterfest. Frei nach dem nordischen Motto „Es gibt kein schlechtes Wetter, sondern nur schlechte Kleidung“ wurde am Ablaufplan festgehalten und pünktlich um 18 Uhr startete die rasante Speedboot-Tour mit Peter Merck als Kapitän in die stürmische „See“. Und die Standhaftigkeit wurde belohnt, denn wider alle Erwartungen blieb es während der einstündigen Fahrt doch noch trocken. Es war eine Tour voll Adrenalin, aber der Golf-Lounge-Gründer und Hobby-Kapitän erwies sich als erfahrener Bootsführer und dosierte seine Manöver genau richtig. Seekrank wurde keiner.

Bei einem Abstecher zu den Container-Brücken nutzte Teilnehmerin Julia Dettmer gleich noch die Gelegenheit, ihr Personal unerwartet bei der Arbeit zu besuchen, denn eines der Schiffe des Familienunternehmens war gerade dabei ein Containerschiff zu betanken. Der Kapitän musste schon zweimal hinsehen, als seine Junior-Chefin plötzlich von der Wasserseite auf ihn zu hielt und fröhlich winkte.

In der Golf-Lounge erwartete uns der Rest der Teilnehmer zur Abendveranstaltung mit einem reichhaltigen Buffet und BBQ in der Business-Loge. Gut beheizt und vor Regen geschützt konnten von hier noch Bälle geschlagen werden. Ein professioneller Trainer wies zunächst die Anfänger ein und kümmerte sich dann um die Fortgeschrittenen, denn auch bei einstelligem Handicap gibt es immer etwas zu korrigieren. Bei einem Mini-Zielschlagen wurde noch eine Flasche Champagner ausgelost und so zog sich das gesellige Event mit rund 20 Teilnehmern bis weit in den Abend.

Fotos: Kevin Schütt



TERMINE NÄCHSTE SPEEDBOOT-TOUR

17. Juni, 05. August und 09. September, jeweils ab 17 Uhr. Treffen ist im Chilli Club am Sandtorkai in der HafenCity. Abgelegt wird pünktlich um 18 Uhr und wer keinen Platz mehr auf dem Boot bekommt oder nur golfen möchte, kommt einfach ab 19 Uhr zur Abendveranstaltung direkt in die Golf-Lounge. Vorreservierungen für alle drei Events nimmt die Geschäftsstelle schon jetzt entgegen.

VORTRAG

DAS HABE ICH JA GAR NICHT GEMERKT!

FÜNF MINUTEN SIND NICHT VIEL, WENN ES BÖSEWICHTE AUF DIE THEMEN COMPLIANCE UND IT-SICHERHEIT ABGESEHEN HABEN

Autoren: Jan Schmidt/Birgitta Schoch

Um das Themenspektrum im Regionalkreis der Metropolregion zu verbreitern, hat PwC in seiner Eigenschaft als regionaler Partner und Förderer die Vortragsreihe „Unternehmen, Familie und Eigentum“ initiiert. Bei diesen Vortragsabenden haben die Teilnehmer die Gelegenheit, sich wichtigen wie kritischen Themen des betrieblichen Alltags anzunehmen und unternehmerischen Nutzwert daraus zu ziehen. So hatte der RK die Gelegenheit, gemeinsam mit PwC zu den Themenabenden „Virtuelle Gefahren“ inklusive Live-Hacking sowie „Compliance“ einzuladen.

Die Kundenbeziehung ist eine Frage gegenseitigen Vertrauens und das A und O des Unternehmenserfolgs. Der rasante technologische Wandel, wie etwa die Einführung neuer mobiler Endgeräte, bietet Angreifern jedoch immer mehr Möglichkeiten, sich Zugriff auf sensible Kundendaten zu verschaffen. Skandale um Datendiebstahl oder Datenschutzverstöße können große Reputationsschäden für die Unternehmen mit sich bringen – diese müssen frühzeitig entsprechende Vorsorge treffen. Die Referenten des Abends, Joachim Mohs und Falko Wendt, leiten das Technische Labor bei PwC in Hamburg. Im Rahmen der Veranstaltung in den Räumen der Hauptverwaltung der Ludwig Görzt GmbH simulierten sie Hackerangriffe live und konnten aufzeigen, wie einfach das Ausspionieren wertvoller Daten sein kann und was zum Schutze dieser unternommen werden kann.

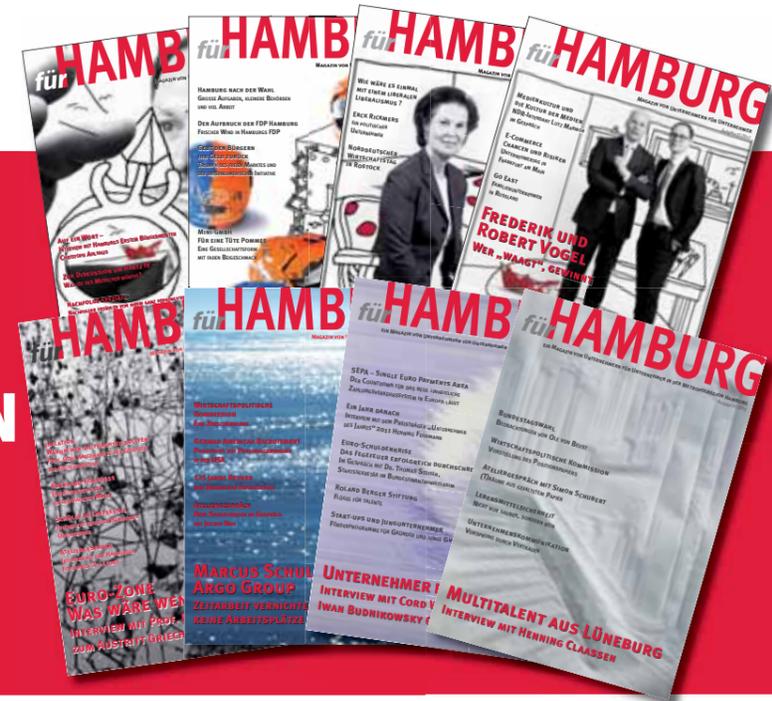
Auch das Thema Ehrlichkeit und Compliance stand in dieser PwC-Reihe auf der Tagesordnung. „It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it. If you think about that, you'll do things differently“, dieser von Warren Buffett geprägte Spruch verdeutlicht, welche drastischen Konsequenzen Fehlverhalten und Gesetzesverstöße von Führungskräften und Mitarbeitern für die betroffenen

Unternehmen haben können. Referent Dr. Lutz Neumann, bei PwC im Bereich Governance, Risk & Compliance und in der Beratung von Unternehmen bei der Einrichtung von Compliance-Organisationen tätig, erläuterte, welche Risiken bei Compliance-Verstößen wie etwa Korruptions- oder Kartellrechtsdelikten drohen und wie sich Unternehmen durch die Einrichtung eines CMS davor schützen können.

Vor der zweiten Veranstaltung gab es die Gelegenheit, die Bauwelt Delmes & Heitmann, dessen Gäste die Teilnehmer waren, in Seevetal zu besichtigen. Hausherr Dirk Heitmann hieß herzlich willkommen. Zusammen mit seinem Geschäftspartner führte er anschaulich zunächst durch die Geschichte des Familienunternehmens, anschließend durch die „Bauwelt“, die Ausstellungsräume seines Baustoffzentrums. Die strategische Positionierung des Unternehmens im norddeutschen Markt mit mehreren Baumärkten und Baustoffzentren wurde dabei spannend vorgetragen. Besonders gut kam die zielgerichtete Qualitätsorientierung des Unternehmens an. So ist die Ausstellung auf Basis der eigenen Erfahrungen vor kurzem neu aufgebaut worden. Dieser Schritt wurde von den beiden Unternehmern anhand der Marketingstrategie sehr nachvollziehbar erläutert. Bei Getränken und Snacks fand der gelungene Abend schließlich sein Ende.

MEDIA-INFORMATIONEN

Preisliste Nr. 6 • gültig ab 1. Juli 2012 für Anzeigen und Advertorials



ERREICHEN SIE DIE WICHTIGSTEN UNTERNEHMER IN HAMBURG.

PREISE FÜR ANZEIGEN UND ADVERTORIALS

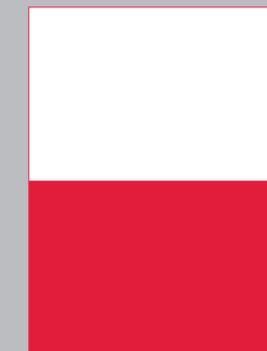
2/1 SEITE A4
 Direktpreis 1.490,- EUR *
 Grundpreis 1.713,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 420x297 mm **



1/1 SEITE A4
 Direktpreis 995,- EUR *
 Grundpreis 1.145,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 210x297 mm **



1/2 SEITE A4
 Direktpreis 695,- EUR *
 Grundpreis 800,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 210x148 mm **



1/3 SEITE A4 HOCH
 Direktpreis 495,- EUR *
 Grundpreis 570,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 74x297 mm **



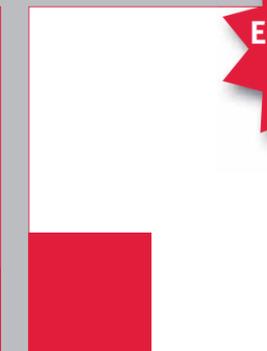
1/3 SEITE A4 QUER
 Direktpreis 495,- EUR *
 Grundpreis 570,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 210x99 mm **



1/4 SEITE A4
 Direktpreis 395,- EUR *
 Grundpreis 455,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 210x75 mm **



1/6 SEITE A4
 Direktpreis 295,- EUR *
 Grundpreis 340,- EUR *
 4-farbig,
 Format: 104x104 mm **



ANZEIGENSCHLUSS:
 Ausgabe 3: 16.08.13
 Ausgabe 4: 11.11.13

NACHLÄSSE
 Jahresbuchung –10%
 (gilt nicht für Beilagen)

ZUSCHLÄGE
 U2 +20%
 U3 +10%
 U4 +30%

BEILAGEN
 495,- EUR * je 1000 Stück
 (Die Produktion Ihrer Beilage bieten wir Ihnen gern separat an.)



KONTAKT FÜR ANZEIGEN

That's ad communication
 Haakon Fritzsche
 Tel. +49 162 1324672
 hf@thats-ad.com

* alle Preise zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer
 ** alle Formate zzgl. 3mm Beschnitt

Direktpreis: Die Direktpreise gelten bei Direktbuchung, bei Buchung über eine Agentur greift der Grundpreis.



Fotos: Toni Momtschew



POLITISCHE REIHE

DIE FDP ALS POLITISCHES KORREKTIV FÜR LAGERWAHLKAMPF?

FDP-GENERALSEKRETÄR PATRICK DÖRING ZU GAST BEI DEN FAMILIENUNTERNEHMERN IN HAMBURG

Autoren: Michael Moritz/Birgitta Schoch

Die FDP zu Gast bei den Familienunternehmern – ist das eine Nachricht wert, oder ist es nicht wie eine runde Kugel oder ein weißer Schimmel? Nicht unbedingt, stellte der Besucher im Anglo-German Club fest, denn im Rahmen unserer Politischen Reihe im Wahljahr „Die Familienunternehmer im Gespräch mit...“ gaben sich nach Gysi, Schlömer oder Werhahn auch die Liberalen ein Stelldichein und schickten FDP-Generalsekretär Patrick Döring von der Spree Ende Mai für einen Abend an die Elbe.

Es wurde ein sehr angenehmer und lebendiger Auftritt: Schlagfertig und amüsan stellte sich der Generalsekretär den Fragen der Mitglieder. Er verteidigte die Reformfolge der schwarzgelben Regierung und zählte dabei eine hohe Beschäftigung, Wachstum und die beste Position in der EU als Pluspunkte auf. Zum schwachen Start in die ersten zwölf Monaten der Regierung äußerte sich Döring selbstkritisch. Im Anschluss aber bescheinigte unser Gast sich gute Arbeit, wenn auch überschattet von der Euro-Krise.

Und die Staatseinnahmen? Hohe Steuereinnahmen heute erlauben keine Steuererleichterungen außer bei kalter Progression (Stichwort: Mittelstandsbauch). Vor diesem Hintergrund erscheinen der FDP keine Steuererhöhungen nötig. Zumal die FDP wie DIE FAMILIENUNTERNEHMER zu den Gegnern der Vermögenssteuer gehört und auch die Spitzensteuersatzerhöhung ablehnt.

Für das Wahlprogramm der Grünen hatte der FDP-Mann erwartungsgemäß nichts übrig. Die Grünen wollten mit ihrem Programm Menschen bevormunden, so Döring, denn allein mehr als dreihundert Mal stünde das Wort „muss“ im aktuellen Wahlprogramm der ehemaligen Umweltpartei. Mit ihrem hingegen sehr linken Wahlkampf wolle die SPD klar die Linke abdrängen. Es laufe alles auf einen Lagerwahlkampf hinaus, allein die CDU sei selbst schon stark „sozialdemokratisiert“, so Döring und wirbt: „Das einzige Korrektiv ist daher die FDP.“ Die neue Alternative für Deutschland* (Afd) hingegen werde von seiner Partei nicht ernst genommen, erläuterte Döring, vielmehr sehe man diese Gruppierung als ein „Sammelbecken für Querulanten.“

Was bleibt von diesem Gesprächsabend, was erwartet den Wähler im September? Eine eigene FDP-Reform-Agenda für Deutschland? Fehlanzeige. In der Euro-Frage, der Frage nach dem Umgang mit dem fortgesetzten Überweisen von Rettungsmilliarden in den Süden Europas und der damit verbundenen Hoffnung, dass ein Systemwechsel durch entsprechende Reformen dort doch noch erfolgen wird? Keine realistische, langfristige Perspektive oder Vision für Europa, stattdessen Schönreden der Widersprüche und Rechtsbrüche in der Euro-Rettungspolitik. Insofern blieben die programmatischen Leitlinien der liberalen Partei im Ungefähren.

Den Teilnehmern an der Diskussionsrunde wurde aber durch die Art des Vortrags deutlich: FDP-Generalsekretär Döring versteht Wahlkampf durchaus als Kampf, und dieser hat für die FDP jetzt begonnen.

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Die Familienunternehmer im Gespräch mit...“ treten Bundespolitiker der relevanten Parteien im Wahljahr 2013 mit den Familienunternehmern der Metropolregion Hamburg in Dialog. Nach der Sommerpause werden noch ein Vertreter der Grünen sowie die Stellvertretende Bundesvorsitzende der SPD, Manuela Schwesig, erwartet.



MITGLIEDSUNTERNEHMEN STELLEN SICH VOR



*Bengel & Engel
Private Kindertagesstätte
und Kinderhotel
Rebecca Dahl*



Das Familienunternehmen Bengel & Engel unterstützt seit zehn Jahren berufstätige Eltern und berät Firmen in Sachen Familienfreundlichkeit. Individuelle, auf die Bedürfnisse der Eltern und der Kinder zugeschnittene Betreuung ist die Basis für die Berufstätigkeit beider Elternteile. Für Arbeitgeber, gerade in kleineren Unternehmen, ist die Nachricht von der Schwangerschaft einer Mitarbeiterin oder der Wunsch nach Elternzeit eines zukünftigen Vaters nicht immer eine freudige Nachricht. Zu sehr sind immer noch Sorgen um die Elternzeitvertretung, die Dauer des Ausstiegs, die Anpassung von Projekten an die Elternzeit mit dem eigentlich schönen Ereignis einer Geburt verknüpft. Mittlerweile haben aber schon viele kleine und mittelständische Unternehmen Ko-

operationen mit in der Regel privaten Trägern, ein stetiges Bewusstmachen der Wichtigkeit ist aber immer noch von Nöten.

Mit der Einführung des Kitagutscheinsystems im August 2003 konnten auch private Träger, die dem Gutscheinsystem angegliedert waren, von der Stadt Hamburg gefördert werden und waren nicht von einkommensstarken Privatzählern abhängig. Diese Chance nutzte die studierte Sozialpädagogin Rebecca Dahl und gründete die Bengel & Engel – Private Kindertagesstätte und Kinderhotel. Das damals in Deutschland einzigartige Projekt, Kinderbetreuung am Tag und auch in der Nacht anzubieten, kam an und innerhalb von zehn Jahren wuchs das inhabergeführte Unternehmen auf 50 Mitarbeiter/innen. Von Anfang an war das Geschäftsmodell klar: Professionelle, ganztägige Kinderbetreuung für in Vollzeit arbeitende Eltern und die Möglichkeit, bei einem Abendtermin die Kinder über Nacht in guten Händen zu wissen. Seit 2005 ist Rebecca Dahls Schwiegermutter für die Finanzsachbearbeitung im Unternehmen zuständig. Seit 2006 zeichnet ihr Ehemann Florian Dahl als kaufmännischer Geschäftsführer für Finanzen, Personal und Marketing verantwortlich. Mit ihm kamen auch die Ressourcen, andere Unternehmen in Sachen Betriebskita zu beraten. Seit vier Jahren wird Sohn Richard, heute fünf Jahre, in den eigenen Kita-Räumen betreut. Wenn die ganze Familie für die Ziele des Unternehmens steht, hat dies auch Auswirkungen auf das Verständnis von Familienfreundlichkeit als Arbeitgeber.

Mit
Know How
schneller ans Ziel!
e-mobility powered by EUKUTEC

EUKUTEC
ELEKTRO- UND KUNSTSTOFFTECHNIK GMBH



Serienumsetzung von Baugruppenmontagen und Kabelkonfektion
inkl. Entwicklungssupport und Produktpflege
www.eukutec.de | kontakt@eukutec.de
Tel +49 40 752 464 -0 | Fax +49 40 752 464 -91

KURZ GEMELDET

RK METROPOLREGION HAMBURG ERHÄLT AUSZEICHNUNG FÜR DIE BESTE POLITISCHE ARBEIT

In unserem Regionalkreis Metropolregion Hamburg haben wir allen Grund zur Freude! Bei der Mitgliederversammlung von DIE FAMILIENUNTERNEHMER Ende April in Berlin haben wir eine Auszeichnung erhalten: Die politische Arbeit unseres RK wurde als vorbildlich gewürdigt. Die Bundesgeschäftsstelle schreibt dazu: „Wir verleihen dem Regionalkreis Metropolregion Hamburg den Preis ‚Bester Regionalkreis Politische Arbeit‘, da dieser RK eine sehr nachhaltige und wirksame politische Arbeit vorgelegt hat. Die regionale Wirtschaftspolitische Kommission unter der Leitung von Dr. Björn Castan hat ein beachtliches Positionspapier herausgegeben, welches das Ergebnis aus konstruktiven Gesprächen mit allen wichtigen Ansprechpartnern in der hanseatischen Wirtschaft ist, und das auch auf sehr gutes Echo in den Medien stieß. Gerade im Wahljahr 2013 ist es besonders wichtig, dass unsere wirtschaftspolitischen Ziele in den Regionen kommuniziert werden. Dies hat der RK Hamburg vorbildlich umgesetzt.“

Wir möchten uns bei Ihnen, unseren Mitgliedern, bedanken, denn Sie haben uns in der Mitgliederbefragung Anfang 2012 den Anstoß zur Bildung der Wirtschaftspolitischen Kommission gegeben. Und die persönliche Beteiligung von Mitgliedern an der Kommissionsarbeit zeugt von dem hohen produktiven Engagement für die Sache. Die Kommissionsarbeit geht weiter. Bei Interesse oder Fragen nehmen Sie gern mit dem Vorsitzenden Dr. Björn Castan unter castan@united-research.com Kontakt auf.

Werden oder bleiben Sie aktiv, sprechen Sie uns immer gern an, damit wir unsere gemeinsame Verbandsarbeit aktiv gestalten können!

Michael Moritz
Regionalvorsitzender RK Metropolregion Hamburg
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

BUCH-TIPP

Treffpunkt Bücher
HEYMANN
www.heyman-buecher.de

Andrea Hirata

DIE REGENBOGENTRUPPE

Auf der indonesischen Insel Belitung – in einem kleinen windschiefen Gebäude – sitzen hoffend und bangend neun kleine Schulanfänger. Nur wenn zehn Schüler zusammenkommen, wird der Unterricht stattfinden. Der Schulrat in Südsumatra hat verfügt, dass anderenfalls diese Armenschule zu schließen ist. Einer dieser Schüler war Andrea Hirata, heute ein erfolgreicher und angesehener Schriftsteller, der sich im Buch Ikal nennt. Hiratas Roman ist ein wunderbares Denkmal für seine noch sehr junge und außergewöhnlich engagierte Lehrerin Bu Mus gelungen.

Die Regenbogentruppe« erzählt liebevoll nicht nur die Geschichte dieser Lehrerin, sondern porträtiert auch ihre einzelnen

Mitglieder – ganz unterschiedliche Kinder von armen Minenarbeitern und Fischern, die genau wissen, dass nur Bildung eine Chance ist, der Armut zu entkommen. Ikal wird es schaffen, er absolviert ein Wirtschaftsstudium und setzt seine Ausbildung durch Stipendien in Sheffield und Paris fort. Aber nicht alle der kleinen Schüler werden ihre Ziele erreichen können.

In Indonesien wurde dieser hinreißende Text über fünf Millionen mal verkauft, 2008 sogar verfilmt und ist in 25 Sprachen übersetzt. Jetzt endlich können auch die deutschen Leser diesen autobiographischen Roman kennenlernen – die Innensicht eines zerrissenen Landes abseits der Touristenparadiese.



Bibliographische Angaben

Verfasser: Andrea Hirata
Titel: Die Regenbogentruppe
Verlag: Hanser Berlin
ISBN 978-3-446-24146-6
Umfang: 272 Seiten
Preis: 19,90 Euro,
ET: 2013

Herzlichen Dank an Bücher Heymann!

5 MINUTEN MIT DOROTHEE VIETH



Paralympische Silbermedaillengewinnerin Dorothee Vieth

KURZVITA

Ich wurde 1960 in Hamburg geboren. Seit Abschluss meines Musikstudiums arbeite ich als selbständige Geigenlehrerin und Geigerin. 2002 veränderte ein Verkehrsunfall einiges in meinem Leben, denn ich benutze seither einen Rollstuhl. Neben der neuen Perspektive, vielfach nicht mehr auf Augenhöhe wahrgenommen zu werden, manchen organisatorischen Erschwernissen, gelegentlichem Ärger und Ungeduld, ergab sich aber schon bald eine ganz neue Lebensperspektive: Ich hatte die Chance, mit dem Handbike, einem handbetriebenen Fahrrad für Menschen mit Behinderungen der Beine, als Leistungssportlerin meinem Leben eine aufregende Ausrichtung zu geben. Als ich mit diesem Sport begann, war ich 43. Ich hatte nicht viel Zeit, mir zu überlegen, ob ich den hohen Aufwand, den der Leistungssport auf Topniveau mit sich bringt, betreiben wollte. Es war eher eine Frage von jetzt oder nie. Inzwischen habe ich auf sportlichem Gebiet große Erfolge erringen können und bin froh, diese einmalige Chance sofort beim Schopfe ergriffen zu haben.

Verraten Sie uns Ihren Lieblingsort in Hamburg?
Mein Garten.

Was tun Sie am liebsten, um mal die Seele baumeln zu lassen?
Mit meinem Handbike durch die Gegend fahren.

Wenn Sie einen Werbeslogan für Hamburg entwerfen müssten, welcher wäre das?
Da müsste ich passen.

Was würden Sie auf eine einsame Insel mitnehmen?
Bücher.

Welches politische Projekt würden Sie gerne beschleunigen?
Die völlige Gleichstellung gleichgeschlechtlicher Paare.

Was treibt Sie an?
Spaß an dem, was ich tue.

Mit wem würden Sie gerne einen Tag tauschen?
Mit niemandem.

Was wollten Sie als Kind werden?
So groß wie meine älteren Brüder.

Was ist das schlimmste Vorurteil über Hamburg?
Kühl und reserviert, wie allgemein die Nordlichter, aber ich mag das.

Wo hätten Sie gerne Ihren Zweitwohnsitz?
In Schweden.

Was wäre Ihre Henkersmahlzeit?
Ein Becher guter Kaffee.

Auf welche eigene Leistung sind Sie besonders stolz?
Auf meine Silbermedaille bei den Paralympics in London.

Wem würden Sie einen Orden verleihen?
Da wüsste ich zu viele und könnte mich nicht für einen entscheiden.

Was war der schönste Tag in ihrem Leben?
Der Tag des Einzelzeitfahrens in London, an dem ich die Silbermedaille holen konnte.

Was bedeutet Glück für Sie?
Freunde zu haben und Dinge machen zu können, die ich gerne machen möchte.

Hollywood ruft an: Welche Rolle würden Sie gerne spielen?
Ich weiß nicht, aber zum Glück ruft Hollywood nicht an.

Was wollten Sie schon immer mal tun, haben sich aber nie getraut?
Einen Lieblingsschauspieler, wenn er oder sie mir zufällig begegnet, ansprechen.

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?
Mit Unkraut zupfen im Garten meines Vaters.

Und wofür ausgegeben?
Ein Paar rote Schuhe.

Schenken Sie uns eine Lebensweisheit!
Es lohnt sich, auf die kleinen Dinge zu achten und sich an ihnen zu freuen. Der Gewinn ist groß.



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.

JETZT BUCHEN* ~ mehr als 20% Rabatt
extra Bordguthaben ~ kostenloses Upgrade



LUXUS-ABENTEUER AM ENDE DER WELT

ANTARKTIS — KAP HORN — MAGELLAN-STRASSE — GLETSCHER & FJORDE PATAGONIENS

Reisen Sie mit einem der weltbesten Schiffe in die Antarktis und lassen Sie sich von der faszinierenden Welt aus Eis und einer unberührten Natur verzaubern. Von Valparaiso bzw. Buenos Aires aus bringt Sie die SEABOURN QUEST im Winter 2013/2014 nach Patagonien und in die Antarktis.

Nutzen Sie diese seltene Gelegenheit und bereisen Sie eines der aufregendsten Kreuzfahrtgebiete – umgeben von angenehmen Luxus SEABOURNs.



21 NÄCHTE IN EINER AUSSEN-SUITE jetzt ab € 10.450,- p.P.*



DIE VORTEILE VON SEABOURN

max. 450 Gäste an Bord der SEABOURN QUEST ~ alles großzügige Außen- oder Veranda-Suiten mit mind. 28 m² ~ große Auswahl an Weinen, Spirituosen und Champagner inklusive Gourmet-Restaurants inbegriffen und generell freie Tischwahl ~ Trinkgelder werden nicht erwartet



That's travel.
luxury cruise agency

Telefon +49 40 22 611 551
book@thats-travel.com

www.seabourn-antarktis.de

