



für **HAMBURG**

EIN MAGAZIN VON UNTERNEHMERN FÜR UNTERNEHMER IN DER METROPOLREGION HAMBURG

Ausgabe 03/2013

DEUTSCHLAND VOR DER WAHL
BEOBACHTUNGEN VON OLE VON BEUST

DIE INKLUSIVE GESELLSCHAFT
EINE KRITISCHE BETRACHTUNG
DES GLEICHHEITSGEDANKENS

NEUE INTERVIEW-SERIE
GRÜNDER CASES
JUNGE MENSCHEN
SPRECHEN ÜBER IHREN WEG
INS UNTERNEHMERLEBEN

MITTELSTANDSFINANZIERUNG
ALS GESCHÄFTSMODELL PASSÉ?
HSB NORDBANK IN ERKLÄRUNGSNOT

XOOOOX
URBAN ART STAR IM ATELIERGESPRÄCH

GUT GEMEINT, IST NOCH LANGE
NICHT GUT GEMACHT!
DIE NEUE DEUTSCHE „STEUERGERECHTIGKEIT“

Damit keine Inhaber-Frage offen bleibt

Gemeinsam
stark mit



pwc

Egal, ob Sie inhaberstrategische, steuerliche, rechtliche oder betriebswirtschaftlichen Fragen haben. Bei uns bleibt keine Frage unbeantwortet. PwC und INTES bieten Ihnen eine fokussierte Beratung auf Familien- und Inhaberebene auf höchstem Niveau und behalten dabei alle Dimensionen, die Ihrer Familie, der Inhaber und des Managements, im Blick. Sprechen Sie uns gerne an!
Dr. Peter Bartels, Tel.: +49 211 981-2176, E-Mail: peter.bartels@de.pwc.com
und Prof. Dr. Peter May, Tel.: +49 228 36780-11, E-Mail: p.may@intes-mayco.de

EDITORIAL

LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE VON DIE FAMILIENUNTERNEHMER UND DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Europa schaut staunend auf Deutschland. Während in anderen Ländern der Union die Wirtschaft am Boden liegt, verzeichnet Deutschland Steuereinnahmen und Beschäftigungsquoten auf Rekordniveau. Dies ist nicht zuletzt der Erfolg von Unternehmen in Familienhand, die, anders als viele internationale Konzerne, ihre Steuern in Deutschland zahlen, hier Investitionen tätigen und Arbeitsplätze sichern. Familienunternehmen gelten als wichtigste Wirtschaftsform Deutschlands. Sie generieren über 40 Prozent der Umsätze und beschäftigen fast zwei Drittel der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer. Dieser Wettbewerbsvorteil ist jedoch am 22.



Michael Moritz
Regionalvorsitzender
Metropolregion Hamburg
DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU

September in Gefahr. SPD und Grüne streben, sofern sie die Regierung bilden, eine Vermögensabgabe an. Die Argumentation der Befürworter dieser Steuer; sie sei ein Mittel, Deutschland gerechter zu machen, ist jedoch reine Augenwischerei. Vielmehr würde die Basis des deutschen Erfolgs und Wohlstands, der Mittelstand, durch sie erheblich geschädigt. Selbst ein geringer Steuersatz von einem oder 1,5 Prozent würde in der Praxis eine Besteuerung des Unternehmensgewinns von bis zu 85 Prozent bedeuten. Die Folgen für die deutschen Familienunternehmer wären verheerend, denn eben diese Gewinne werden benötigt, um Investitionen in den Betrieb, die Aus- bzw. Fortbildung der Mitarbeiter sowie die Forschung und Entwicklung zu tätigen. Es ist davon auszugehen, dass die Investitionen um durchschnittlich knapp 15 Prozent zurückgehen würden

und dadurch Arbeitsplätze verloren gingen. Ob Deutschland seine herausragende ökonomische Position und seine Exportstärke so nachhaltig beibehalten kann, ist unwahrscheinlich. Darüber hinaus würde die Erhebung einer Vermögenssteuer zu einem sofortigen



Jan Schmidt
Regionalvorsitzender
Metropolregion Hamburg
DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU

Einbruch der durchschnittlichen Eigenkapitalquote führen und so die Unternehmensstabilität gefährden. Wir Familienunternehmer sehen in der Wiedereinführung der Vermögenssteuer eine Bedrohung für das deutsche Erfolgsmodell. Wir alle haben ja am 22. September die Wahl. Das sollten wir nutzen. Es ist auch der Tag, an dem die Hamburger über den vollständigen Rückkauf der Energienetze durch die Stadt entscheiden.

Das kann nicht im Sinne der nächsten Generation von Hamburgern sein. Wir müssen unseren Hamburger Haushalt konsolidieren und dürfen den Schuldenberg nicht weiter auftürmen. Daher kann es für uns Familienunternehmer auch kein Ja zum Netzzrückkauf geben! Wir haben das Geld dafür einfach nicht! Und wir wollen die Stadt nun nicht auch noch – gegen den Willen des Senats – zum Netzzunternehmer machen. HSH, Hapag und Hamburger Messe, die Liste von verlustträchtigen städtischen Beteiligungen ist jetzt schon lang genug. Bitte gehen Sie daher am 22. September zur Wahl! Vielleicht kommen Sie danach ja noch zur Wahlparty der Familienunternehmer? Es wird wohl ein spannender und langer Abend werden...

Herzlichst

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

ASU

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

BJU

Inhalt

NordOstSüdWest

LAUSCHER AN DER WAND	Seite 6
----------------------	---------

SchwarzRotGrünGelb

EIN NEUES IRRLICHT: DIE „INKLUSIVE GESELLSCHAFT“	Seite 7
GUT GEMEINT, IST NOCH LANGE NICHT GUT GEMACHT!	Seite 8
DIE SONNTAGSFRAGE	Seite 10
BEOBACHTUNGEN ZUR BUNDESTAGSWAHL 2013	Seite 11
AUF EIN WORT MIT BIRGIT SCHNIEBER-JASTRAM, MITGLIED DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS	Seite 12

FÜR HAMBURG

SELTENE KAFFEES VON FERNEN INSELN ODER NAPOLEONS LETZTE TASSE	Seite 14
ATELIERGESPRÄCH MIT XOOOOX	Seite 16
NEUE SERIE: GRÜNDER CASES	Seite 20
COMPETITIVE INTELLIGENCE (CI) IN LIFE SCIENCES	Seite 22

HAT DIE MITTELSTANDSFINANZIERUNG ALS GESCHÄFTSMODELL AUSGEDIENT?	Seite 23
--	----------

REISEBERICHT – KREUZFAHRT AUF DER „EUROPA 2“	Seite 26
---	----------

GESCHMACK IN SECHSTER GENERATION – PREISVERLEIHUNG „FAMILIENUNTERNEHMER DES JAHRES 2013“ IN DER METROPOLREGION HAMBURG	Seite 30
---	----------

AUSSTELLUNGSTIPP: SALON DER GEGENWART	Seite 40
---------------------------------------	----------

Mitglieder und Veranstaltungen

MITGLIEDSUNTERNEHMEN STELLEN SICH VOR: ARTAXO AG	Seite 40
--	----------

Rubriken

EDITORIAL	Seite 3
-----------	---------

PRESSESPIEGEL – ABGEDRUCKT UND AUSGESTRAHLT	Seite 36
--	----------

KURZ GEMELDET	Seite 38
---------------	----------

BUCHTIPP	Seite 41
----------	----------

NACHGEFRAGT – 5 MINUTEN MIT EDDY WINKELMANN	Seite 42
---	----------



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, Espellohweg 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 Mitglieder magazin

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.that-s-ad.com

Titelgestaltung:
XOOOOX

Erscheinungsweise: 4x jährlich

www.fuer-hh.de

Versand:
DATA2000 GmbH
Kaiser-Wilhelm-Straße 16
20355 Hamburg
www.DATA2000.de

Nächster Redaktionsschluss:
11. November 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

LAUSCHER AN DER WAND

ALS ABLENKUNG VON EINER DERZEIT POPULÄREN DAME IM WAHLKAMPF ERFAND MAN DEN ABHÖRSKANDAL DER GEHEIMDIENSTE. DABEI SIND DIESE DIENSTE SEIT BESTEHEN IN DIESEM UNSEREM LANDE BEKANNT. EIN AUFGEBAUSCHTES, MÄCHTIGES THEMA, DAS DIE LUFTHOHEIT AM STAMMTISCH GARANTIERT.

Autor: Wilfried H. H. Remmers

Edward Snowden hat uns durch Diebstahl klar gemacht, wer, was und wo abgehört, mitgelesen, gespeichert und bei Bedarf auch benutzt wird. Dabei wird hier und da mit Kanonen auf Spatzen geschossen. Zukünftig werden Drohnen, weil zielgenauer, dafür genommen. Legte man früher brisante Schriftstücke in hohlen Baumstämmen ab, speichert man sie heute in gigantischer Menge auf die Festplatte. In einem gedankenlosen Automatismus geben wir bereitwillig die vertraulichsten Gedanken und Fakten beflissentlich weiter. So weiß der Arzt vieles über Macken, Krankheiten und den

Wunsch nach blauen Pillen. Die Krankenkassen wissen, dass Sie Schwierigkeiten mit der Prostata haben, ob Sie eine Zahnprothese tragen und warum Sie zur Reha müssen. Die Behörden wissen, seit wann Sie wo wohnen, woher Sie kommen und wie Sie laut Passbild aussehen. Ein Screening der Adresshändler nach Vor- und Nachnamen und Wohnstraße ergibt in etwa Alter (Herta), Herkunft (kein deutscher Nachname) und soziales Umfeld (Industriestraße). Bei Initiativbewerbungen an mögliche Arbeitgeber schenken Sie diesem gleich unaufgefordert Ihren kompletten, wenn auch geschönten, Lebenslauf. Dem Nachbarn

erzählt man was vom Wolf und der Freundin vertraut man intimste Geheimnisse an. Auch der Kopf an der Wand zum Nachbarn bringt nur rote Ohren, denn „der Lauscher an der Wand hört seine eigene Schand“.

Nochmal zurück zum angeblichen Datenskandal. Konnte man früher den toten Briefkasten noch regional als romantisch oder naiv identifizieren, ist das bei einem weltweiten Datennetz nicht möglich. Das Netz kennt keine Grenzen, nur hier und da Knotenpunkte, von wo aus es dann spinnennetzähnlich unkontrollierbar weitergeht. Deswegen sind diese Knotenpunkte der geheimdienstliche Einha(c)kpunkt.

Achten Sie in Zukunft darauf, was Sie sagen oder mailen. Schon die Danksagung für das gestrige Grillfest bringt Sie auf die schwarze Liste, wenn das Wort „Bombenstimmung“ darin vorkommt. Danken Sie auch nicht öffentlich für den Arabica, denn das hört sich wie ein Kamel reitender Freiheitskämpfer aus Vorderasien an, ist aber nur ein Bergkaffee. Auch „Harry, hol schon mal den Wagen“ könnte eine verschlüsselte Botschaft sein, denn für das Entwenden von geistigem Eigentum bekommen Sie nirgendwo Asyl.

In diesem Bericht sind sehr viele Schlüsselwörter enthalten, so dass wir garantiert bei den behördlichen „Mitlesediensten“ ganz vorne landen. Hoffen wir nur, dass uns keiner den „Karren an die Wand“ fährt, könnte ja geistiger Sprengstoff drin sein.

EIN NEUES IRRLICHT: DIE „INKLUSIVE GESELLSCHAFT“

EINE NEUE VARIANTE RADIKALEN GLEICHHEITSDENKENS DURCHDRINGT SEIT JAHREN DIE WELT DER POLITISCHEN IDEEN UND IN WEITEM UMFANG AUCH SCHON DIE PRAKTISCHE GESETZGEBUNG.

Autor: Prof. Dr. Gerd Habermann

Es ist erstaunlich, auf wie wenig Widerstand diese neue Variante bisher trifft, obwohl sie doch den Kern der Freiheit und Selbstverantwortung berührt und die kulturelle und natürliche Verschiedenheit der Menschen als „Ungerechtigkeit“ aufs Korn nimmt. Die Natur dieses Angriffs wird bisher – schon wegen des terminologischen Nebels, in dem er vor sich geht – von den meisten nicht erkannt und auch nicht das Zusammenhängen der einzelnen Begriffe und Maßnahmen.

Der erste Einbruch geschah mit der Übertragung der Gleichberechtigung vor dem Gesetz (Nichtdiskriminierung von Rasse, Religion, Nation, Geschlecht usw.) auf die Privatsphäre, wo sie nicht hingehört. Die Privatsphäre ist ein Bereich, in dem die Individuen in eigener Verantwortung, nach eigenen Wünschen unterscheiden und auswählen sollen: Das ist der Kern ihrer privaten Autonomie und moralischen Verantwortlichkeit. Nun sollen Individuen nicht mehr nach ihren Wünschen und Willen einstellen dürfen, sondern bei ihrer Wahl von allen Verschiedenheiten – außer der des abstrakten Menschseins und allenfalls einer irgendwie objektivierten Funktionalität – absehen. Sie dürfen zum Beispiel beim Arbeitsvertrag nicht mehr ihrem Wunsch folgen, etwa eine Frau, einen Katholiken, einen Deutschen oder einen Türken zu bevorzugen. Dies wird von Gleichstellungsbehörden überwacht, ähnlich im Mietrecht und sogar im Kaufrecht. Wer zuwiderhandelt, wird bestraft.

Ein wichtiger Teilbereich ist das Gender Mainstreaming, eine fanatische Gleichmachung der Geschlechter, die deren Eigenverständnis und Selbstbestimmung ignoriert. Die Gender-Ideologie ist bereits in Geschäftsordnung und Einstellungspraxis der deutschen Behörden, selbst in Bayern, verankert. Unisex als Ideal!

Diese neuen Totalitären haben auch die Familie als Urhort der Ungleichheit im Visier: Die Auflösung ihrer ökonomischen Unabhängigkeit und die Verstaatlichung ihrer Funktionen ist voll im Gange: Es geht hier um egalitäre Chancengleichheit der Kinder und der Frauen, der Staat als Kinder- und Frauenmündel (zum Beispiel „Kindergrundrechte“, Frauenquote). Auch sonstige Partikularitäten und Institutionen stehen auf der schwarzen Liste der Egalitarier, wie zum Beispiel religiös-kirchliche Eigenrechte, besonders aber Markt und Wettbewerb, die Ungleichheit voraussetzen und immer wieder erzeugen. Es soll grundsätzlich



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.

ein „ausgrenzendes“ – wie das dubiose Wort heißt – „Wir“ und „Ihr“, der Kern aller Gemeinschaftsidentität, nicht mehr geben. Die Sprache, die traditionelle Unterscheidungen festhält, muss moralistisch purifiziert werden, bei den Kinderbüchern beginnend. Dahinter steckt die Utopie einer homogenisierten Menschheit, in der alle „gleiche Anerkennung, gleiche Chancen, gleiche Sicherheit“ genießen und gleichmäßig vom großen Überstaat versorgt und überwacht werden. Widerspruch gegen diese lebensfremde Welt wird als politisch unkorrekt oder unmoralisch gebrandmarkt. Diese neu-totalitäre Bewegung hat den traditionellen Sozialismus als wichtigsten Gegner der individuellen Freiheit abgelöst. Ihre Annahmen und Forderungen finden sich bereits in den Wahlprogrammen aller Bundestagsparteien, besonders bei den Grünen, die deren Hauptträger sind. Hier haben die liberalen Kräfte eine neue Aufgabe: die der Aufklärung der Bürger über das Lebensfeindliche dieser Bewegung.

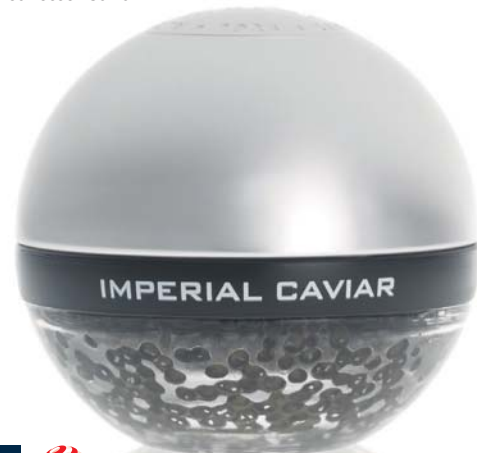
MODERNER PURISMUS STATT KLASSISCHER OPULENZ. EINE ECHTE PERSÖNLICHKEIT.

AKI Pearlossol Caviar.

Sonderkonditionen für ASU- & BJU-Mitglieder

jarmó entwickelt, gestaltet und inszeniert Marken & Unternehmenspersönlichkeiten.

Markenstrategie
Corporate- & Brand Identity
Packaging Design
Shop-Design
Websites & eShops
Geschäftsberichte
Werbeberatung



jarmó

jarmó (Design & Markenstrategie) TEL 040. 41111 8-11 FAX -88 KONTAKT Henrik Rehse
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg kontakt@jarmo-design.de www.jarmo-design.de

GUT GEMEINT, IST NOCH LANGE NICHT GUT GEMACHT!

Autor: Lutz Goebel

Es ist schon erstaunlich, wie ein so wenig durchdachtes und so wenig praxistaugliches Besteuerungsmodell wie die Vermögensteuer beziehungsweise -abgabe einen derartigen Wiederaufstieg in die deutsche Steuer- und Finanzpolitik schaffen konnte. Bevor man aber zu Fragen der Steuergerechtigkeit kommt, über die die Freunde höherer Vermögensbesteuerung am liebsten diskutieren würden, muss folgende Frage gestellt und beantwortet werden: Kann es eine solche Besteuerung überhaupt geben, ohne dass die mit ihr notwendig verbundenen Nebenwirkungen so viel zerstören, dass sich Verteilungsfragen kaum mehr stellen?

Die Oppositionsparteien legten sich bereits 2012 darauf fest, eine wie auch immer geartete Besteuerung von Vermögen durchsetzen zu wollen. Sie wollten über so gefällige und jedermann zum Mitreden einladende Themen wie „Steuergerechtigkeit“, „Soziale Gerechtigkeit“, „Arm-Reich-Schere“ diskutieren können. Sie bauten darauf, dass die „Reichen“ sich eher zurückhalten würden, die breite Öffentlichkeit jedoch große Sympathie für dieses Vorhaben entwickeln könnte. Die Kollateralschäden ließ man fachlich nahezu ungeprüft unter den Tisch fallen. Es reichten „Freibeträge“, um damit argumentieren zu können, es würde ja nur wenige treffen. Solche politischen Manöver gingen früher oft auf. Nur haben sich die Zeiten geändert, denn die Menschen sind heute weniger fügsam. Ihre Frustrationstoleranz und Geduld gegenüber Hochmut, gerade solche aus den staatlichen Apparaten, ist schwächer geworden, auch in Deutschland. Dass der Staat immer mehr von dem Verdiensten wegversteuert, ist eben nicht ungeteilt mehrheitsfähig.

Hinzu kommt: Es trifft eben nicht nur einige Superreiche, sondern schlägt zumindest mittelfristig auf die Breite der deutschen Wirtschaft durch. Unternehmen, die vielleicht nicht direkt unter den Steuerplänen zu leiden haben, werden aber durch weniger Aufträge von Großunternehmen die Folgen spüren.

Der kleine Tante-Emma-Laden und der regionale Handwerker werden verschont. Der gehobene deutsche Mittelstand, um den uns die ganze Welt beneidet, wird aber einbezogen. Gerade die vielen forschungsintensiven „Hidden Champions“ werden im internationalen Wettbewerb zusätzlich eine schwere Bürde schultern müssen.

Einem bedeutenden Teil davon gingen die geplanten neuen Steuern schwer an die Erträge, indirekt oder direkt auch an die Substanz. Ferner müsste über ein Viertel der Betriebe des verarbeitenden Gewerbes zahlen. Und die niedrig klingenden Steuersätze von einem Prozent oder 1,5 Prozent führen aufgrund der unterschiedlichen Bezugsgrößen zu einer zusätzlichen Ertragssteuerbelastung von bis zu 35 Prozent. Das heißt, wir landen im Grünen Modell bei einer maximalen Gesamtsteuerbelastung von 85 Prozent. Gerade in Krisenzeiten wächst die Steuerbelastung für die Unternehmen durch die von den Grünen vorgeschlagene Ausgestaltung der Vermögensbesteuerung zusätzlich.

Das wird die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Volkswirtschaft entscheidend schwächen und so, entgegen der eigentlichen Zielsetzung, das Steueraufkommen für die Zukunft schmälern. Es muss doch jedem klar sein, dass wir, wenn die geplanten Neubelastungen mittelfristig nicht zu

mehr Steueraufkommen, sondern zu höheren Lasten und weniger Dynamik führen können, über Verteilungsfragen nicht mehr streiten brauchen. Der Gerechtigkeit wäre ein Bärendienst erwiesen.

Auch der Blick auf Europa und die Welt sollte nicht außer Acht gelassen werden. Die Zeiten sind wirtschaftlich härter und schneller geworden. Wir Europäer haben nur noch ein Ass im Ärmel, und das ist Deutschland – sieht man einmal von Ländern wie der Schweiz und Dänemark ab. Wir können es uns nicht leisten, unsere letzte, voll unter Dampf verbliebene Lokomotive in wichtigen Maschinenräumen lahm zu legen. Nicht ganz Europa kann davon leben, dass genügend Touristen aus China und Korea kommen. Dafür sind wir dann doch noch zu viele. Wenn wir unsere industrielle Basis schwächen, verabschieden wir uns – und mit uns unsere Partner in der Europäischen Union – in die Zweite Liga. Wollen wir steuerpolitisch wirklich das nachahmen, was England, Italien und Frankreich schon hinter sich haben?

Wie bereits angedeutet: Deutschlands mittelständische „Hidden Champions“ jedenfalls sind fast alle bei der Vermögensabgabe (oder auch einer Vermögensteuer) dabei, daran besteht kein Zweifel. Sie werden mit zehn bis 20 Prozent Investitionskapital zurückfallen, in Einzelfällen mit

noch mehr. Dann gilt: Kapital nachschießen oder schon mittelfristig vom Markt verschwinden. Aber viele können nicht lange nachschießen, denn sie haben bisher in ganz charakteristischerweise ihre Gewinne in ihre Betriebe gesteckt. Ihre Vermögen stecken in den Betrieben.

Erreicht wird durch dieses Instrument nur eine Deindustrialisierung. Opfer ist im Ergebnis der Arbeitnehmer im „Blau-mann“ zu Gunsten desjenigen in „Nadelstreifen“. Und mit einer solchen Ungerechtigkeit, die eine Deindustrialisierung fördert, wird ausgerechnet das Segment gestraft, das in den Jahren 2008 und 2009 alles stabilisiert hat. Eine schärfere Vermögensbesteuerung beschädigt gerade das, worum uns die Welt beneidet: den gehobenen industriellen Mittelstand und die vielen – ganz überwiegend hochspezialisierten – Betriebe in Deutschland. Ohne Frage: Technologieführerschaft braucht Investitionen.

Das ist eine Nebenwirkung, die ein potentieller Gesetzgeber unbedingt sehen muss, bevor er sich auf solche Vorschläge versteift. Betriebliche Investitionen müssen möglich bleiben. Betriebliche Investitionen gehen in Ausbildungsplätze, gehen in leider häufig erforderliche Nachschulungen von Absolventen staatlicher Schulen, gehen in den Aufbau von immer mehr regulären Arbeitsplätzen und in die betriebliche Integration von Menschen mit Migrationshintergrund.

Ich fasse zusammen: Eine Vermögenssteuer, wie von der SPD noch nicht konkret beschrieben, aber weiterhin in ihrer Partei-Pipeline, oder eine Vermögensabgabe wie die von den Grünen in detail vorge-tragen und -geschlagen, wird alles schwer beschädigen, wenn nicht zerstören, was im mittleren und gehobenen deutschen Mittelstand bisher als volkswirtschaftlicher Stabilisator getaucht hat. Wir werden weniger Eigenkapital haben, weniger in-



Lutz Goebel, Präsident DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER – ASU e.V.

vestieren, vor allem auch weniger in Forschung und Entwicklung stecken, weniger ausbilden und weniger einstellen können. Es macht für viele Unternehmer nämlich tatsächlich einen Unterschied, ob sie beim Gewinn nach Steuern 60, 30 oder nur 15 Prozent übrig haben, um damit alles weitere zu finanzieren, was irgendwie mit Zukunft zu tun hat.

RESITRIX®

DACHDICHTUNGSBAHNEN



Hamburgs Dächer –

Ein Leben lang dicht

Made in Hamburg



CARLISLE® Construction Materials GmbH

Tel. +49 (0)40 788 933 200
Fax +49 (0)40 788 933 201

E-Mail: info@ccm-europe.com
WWW.RESITRIX.COM



DIE SONNTAGSFRAGE

Autor: Jan Schmidt

Das aktuell von den großen Meinungsforschungsinstituten im Schnitt prognostizierte Ergebnis der Bundestagswahl wäre vor einigen Monaten noch als Sensation gewertet worden: Eine Mehrheit für das derzeitige Regierungsbündnis von CDU, CSU und FDP, das rund einen Prozentpunkt vor SPD, Grünen und Linken läge.

Forschungs-Institut	Infratest Dimap	Emnid	Forschungs-gruppe Wahlen	Gesell. für Markt- und Soz.forsch.	Forsa	Allensbach
CDU/CSU	42,0%	40,0%	41,0%	41,0%	41,0%	40,0%
SPD	25,0%	25,0%	26,0%	25,0%	22,0%	25,5%
FDP	4,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	6,5%
Grüne	14,0%	13,0%	13,0%	13,0%	12,0%	12,5%
Die Linke	7,0%	8,0%	7,0%	7,0%	9,0%	6,0%
Piraten	2,0%	3,0%	—	2,0%	4,0%	2,0%
AfD	2,0%	3,0%	3,0%	2,0%	2,0%	3,5%
Sonstige	4,0%	3,0%	5,0%	5,0%	5,0%	4,0%

Stand: 28. Juli 2013

Die derzeitigen Diskussionen um Spähaffäre und Bundeswehdrohnen scheinen der Bundesregierung in den Umfragewerten nicht zu schaden. Die FDP wird mehrheitlich von den Institu-

ten wieder über fünf Prozent gesehen, die Unionsparteien liegen bereits seit Monaten bei klar über 40 Prozent. Hingegen kommt die SPD aus dem Umfragetief nicht heraus. Insbesondere bei Forsa erreicht sie derzeit

ihre schlechtesten Umfragewerte seit drei Jahren. Bei dem Institut ist jedoch nicht auszuschließen, dass dies taktische Gründe hat. Forsa wird eine Nähe zur SPD nachgesagt. Bereits bei früheren Wahlen hatte die SPD bei diesem Institut zunächst sehr schwache Umfragewerte, die rechtzeitig vor der Wahl sprunghaft anstiegen. Medial wurde dies als ein starker Meinungsumschwung der Bevölkerung gedeutet.

Insofern ist hinsichtlich dieser Bundestagswahl noch nichts entschieden. Die FDP wird sehr wahrscheinlich über die Fünf-Prozent-Hürde kommen, zur Not mit Leihstimmen von der Union. Jedoch können bereits kleine Bewegungen in der Wählerschaft dafür sorgen, dass es trotzdem nicht für Schwarz-Gelb reicht. Wenn dies einträte, wäre eine Regierungsbildung sehr schwierig. Denn jeder der möglichen Koalitionen Ampel, Schwarz-Rot und Schwarz-Grün wurde von mindestens einem Partner bereits eine Absage erteilt. Wenn die Verhandlungen stocken würden, könnte es vielleicht doch noch Rot-Grün werden – allerdings unter Duldung der Linken.

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

BEOBSACHTUNGEN ZUR BUNDESTAGSWAHL 2013

GUT SO, WIE ES IST

Autor: Ole von Beust

Der Titel eines Liedes der Kölner Gruppe „Die Hühner“ gibt wohl am ehesten die Stimmung der Mehrheit der Deutschen wieder. Die Menschen wollen keine Veränderung. Ursächlich dafür ist nicht nur eine generelle Grundfurcht der Menschen vor Veränderungen, sondern der nüchterne Vergleich der eigenen Situation mit der in vielen anderen Ländern.

Aus Griechenland, Spanien, Frankreich, Portugal und Italien kommen wirtschaftlich seit langem kaum gute Nachrichten. Andere Regionen, wie zum Beispiel die Türkei oder der arabische Raum, durchleben politisch oder gesellschaftlich turbulente Zeiten. Und Deutschland: geringe Jugendarbeitslosigkeit, angeblich modellhafte Haushaltspolitik, ein vorbildliches Berufsbildungssystem, reformfähig, erträgliche Preise, das beliebteste Volk der Erde... alles in allem fühlen wir uns gut und wohl.

Interessanterweise zeigen alle Untersuchungen, dass die meisten Leute zwar über die Weltlage beunruhigt sind, die eigene Situation aber positiv einschätzen. Soweit das Gefühl. Natürlich gibt es auch ein anderes, nämlich dass die gesellschaftliche Situation in Deutschland als ungerecht empfunden wird. Entstanden ist diese Wahrnehmung insbesondere durch die Bankenrettungen mit Hilfe staatlicher Milliarden, während auf örtlicher Ebene das Geld oft für alltägliche Dinge fehlt. Weitere gefühlte Ungerechtigkeiten sind zum Beispiel extrem hohe Managergehälter und prominente Steuerhinterzieher. Dieses Gefühl bedienen die SPD, die Grünen und die Linkspartei gleichermaßen, bringt sie aber wahlstrategisch in die Zwikmühle: Zum einen wird diese Ungerechtigkeit zwar empfunden, man glaubt der Politik jedoch nicht, diesen Zustand wirklich ändern zu können. Insbesondere dann nicht, wenn man sich selber relativ gut fühlt und die Protagonisten der Gerechtigkeit nicht als

„Rächer der Enterbten“ taugen, wie der gut verdienende SPD-Kanzlerkandidat oder der gemächlich wirkende Parteivorsitzende. Zum anderen ist die Front der „Gerechtigkeitsparteien“ eben doch keine Front, weil die Linke auf Bundesebene bislang nicht als koalitionsfähig erachtet wird, schlicht gesagt also rund sieben Prozent zur Regierungsbildung nicht mitzählen.

Und: Der Wunsch, dass alles so bleiben soll, wie es ist, ist größer als der Wunsch nach Veränderungen oder grundlegenden Reformen. Dieser Wunsch wird durch die Kanzlerin verkörpert, visuell geradezu verbildlicht: Optisch wie rhetorisch konstant, abwägend, fragend statt fordernd, sie polarisiert nicht, sondern ist weit über das CDU-CSU-Spektrum hinaus wählbar.

So ist die Gefühlslage. Tatsächlich aber steht Deutschland vor wichtigen und schwierigen Entscheidungen. Wie sichern wir beispielsweise angesichts steigender Energiekosten und wachsenden Fachkräftemangels den Industriestandort Deutschland? Wie beschleunigen und finanzieren wir die Modernisierung der Infrastruktur? Wie erreichen wir dringend notwendige Fortschritte bei der Integration von Menschen mit anderem Kulturhintergrund? Und vor allem: In welche Richtung entwickeln wir Europa? Die Antworten auf diese Fragen sind gleichermaßen wichtig wie umstritten. Für die Wahlentscheidung fallen sie trotzdem kaum ins Gewicht. Der Mensch verdrängt eben gerne einschnei-



Ole von Beust

dende Entscheidungen. Müssten die Parteien denn diese wichtigen Fragen nicht im Wahlkampf ansprechen und problematisieren? Nein. Wahlkampf ist keine Bildungsveranstaltung, keine Volkshochschulseniorien. Was die Leute nicht bedrückt, werden Parteien in Wahlkampfzeiten kaum ansprechen. Wahlkampf nimmt Strömungen auf und schafft sie im Regelfall nicht, es sei denn, es gibt das eine große Ja-Nein-Thema. Das heißt nicht, dass die Politik oder die Exekutive zu diesen Themen keine Meinung haben oder schlecht vorbereitet sein müssen. Es heißt nur, dass Wahlkampf eben überwiegend Werbung und PR plus Information für "Feinschmecker" ist, in der Summe geht es um Stimmen und Prozente und nicht um Belehrungen.

Wie geht also die Wahl aus? Vermutlich wird die FDP stärker als erwartet. Totgesagte leben eben länger und ihre Rolle als Bündnispartner kennen viele Wähler. Die CDU wird entsprechend schwächer; die SPD wird sich kaum noch rappeln, eher werden die Grünen etwas stärker. Die Linke liegt stabil zwischen sechs und sieben Prozent und die AfD hat als Protestpartei bei vermutlich geringerer Wahlbeteiligung realistische Chancen, über fünf Prozent zu kommen. Das heißt: Wenn SPD und Grüne die Linken nicht doch mit ins Boot holen, wenn auch nur durch eine sogenannte Tolerierung am Anfang, bleibt, wofür das meiste spricht, Angela Merkel Kanzlerin.

Gut so, wie es ist.



Birgit Schnieber-Jastram

AUF EIN WORT MIT BIRGIT SCHNIEBER-JASTRAM, MITGLIED DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

FH: Um Sie ist es still geworden in Hamburg. Woran liegt das?

Birgit Schnieber-Jastram: Ich engagiere mich im Europäischen Parlament, besonders stark in der Entwicklungspolitik, und dieses Thema, wie Europa überhaupt, findet nur ein eingeschränktes Interesse bei den Hamburger Medien.

FH: Wie oft im Jahr sind Sie in Ihrer Brüsseler Wohnung?

Schnieber-Jastram: Im Jahr bin ich zu allen Sitzungswochen in Brüssel und dann auch in meiner Wohnung.

FH: Wie viele Stunden arbeiten Sie als Europaabgeordnete am Tag?

Schnieber-Jastram: Mein Leben lang habe ich, ehrlich gesagt, die Stunden in der Politik nie gezählt, aber immer mit Freude gearbeitet.

FH: Welches Ihrer politischen Europaprojekte würden Sie noch gerne durchbringen?

Schnieber-Jastram: Mir liegt besonders am Herzen, dass Europa noch weiter zusammenwächst. Dafür ist es notwendig, dass das

Europäische Parlament mehr Rechte erhält, um die Akzeptanz der Bürgerinnen und Bürger zu erhöhen. Ich bin davon überzeugt, dass wir in Deutschland nur in einem gemeinsamen Europa eine friedvolle Zukunft haben werden.

FH: Was steht dagegen?

Schnieber-Jastram: Nichts!

FH: Verraten Sie uns Ihren Lieblingsort in Brüssel?

Schnieber-Jastram: Ich genieße ich es, einen Kaffee am Place du Grand Sablon zu trinken.

FH: Was wünschen Sie sich für Hamburgs Zukunft in Europa?

Schnieber-Jastram: Es ist meines Erachtens für Hamburg in der Zukunft am wichtigsten, dass der Hafen wettbewerbsfähig bleibt. Dafür müssen alle in Hamburg gemeinsam kämpfen.

Das Interview führte Wilfried H. H. Remmers.



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 Familienunternehmen

Industrie



GRÜNES
QUADRAT

Logistik



Landwirtschaft



KAFFEEGESCHICHTEN

SELTENE KAFFEES VON FERNEN INSELN ODER NAPOLEONS LETZTE TASSE

Autor: Ullrich Marsau

St. Helena blieb aufgrund ihrer Abgeschiedenheit bis in das 16. Jahrhundert hin unbewohnt und ist weltweit sicher nur als Verbannungsort Napoleons bekannt. Sie ist die einzige Insel, die in dem bis zu 6000 Meter tiefen Angolabacken, fast mittig zwischen Angolas und Brasiliens Küsten liegt. 1502 wurde die kleine Insel von den Portugiesen entdeckt und nach Helena, der Mutter des römischen Kaisers Konstantin, benannt. Sie war eine für Seefahrer strategisch sehr wichtige Entdeckung, denn bei den gefährlichen und langen Passagen in die Neue Welt konnte hier ein wichtiger Boxenstopp eingelegt werden.

Die Portugiesen importierten Früchte, bauten Häuser, sowie eine bis heute existierende Kapelle. Die kranken Seeleute wurden auf der Insel zurückgelassen und, wenn sie überlebt hatten, auf der Rückfahrt wieder mitgenommen. Um 1600 gaben die Portugiesen St. Helena auf und die Holländer besetzten das kleine Eiland sofort. Da ihre Lage nun kein Geheimnis mehr war,

wechselte ihre Inbesitznahme zwischen Holländern und Engländern ein paar Mal. St. Helena wurde aufgrund ihrer sicheren Lage zum Aufbewahrungsort großer Mengen Gold, reiche Kaufleute residierten hier und trieben Handel.

1815 schien der britischen Regierung St. Helena nun weit genug vom Schuss zu sein, um Napoleon Bonaparte endgültig zu verbannen

und so kam das kleine Inselchen, auf der heute nur rund 4.500 Einwohner leben, zu ihrem eigentlichen, offiziellen Ruhm. Napoleon genoss den hiesigen Kaffee offensichtlich enorm, denn er erwähnte diesen „köstlich braunen, belebenden Trunk“ in seinen Memoiren häufig. Seine ursprüngliche Grabstätte ist am Meer gelegen und soll sein Lieblingsplatz gewesen sein. Ich nehme mir fest vor, diese Insel einmal zu besuchen, um an diesem Ort mit einer guten Tasse St. Helena die Zeit zu fangen oder einfach, um einen surrealen Moment zu genießen.

Kaffee-Plantagen entstanden Mitte 1600, die Holländer hatten die Pflanze dort kultiviert. Sie brachten den uns heute als Green Tipped Bourbon bekannten Kaffee aus dem alten Jemen, dem heutigen Äthiopien, mit. Ein Kaffee von feiner, milder Säure, der auf St. Helena interessanter Weise trotz für Kaffeeanbau niedriger Höhenlagen, am höchsten ist mit 823 Metern der Diana's Peak, besonders gut gedeiht.

Das milde ozeanische Klima und der nahrhafte vulkanische Boden haben einen besonderen Einfluss auf die dort wachsenden Bohnen. Der Kaffee wird unter strenger biologischer Sichtweise angebaut, von Hand gepflückt, nass aufbereitet und dann auf großen Betonflächen sonnetrocknet, um dann abermals von Hand sortiert zu werden.

Ganz besonders macht ihn jedoch der Umstand, dass diese Kaffeepflanzen nie genetisch verändert oder mit anderen Sorten gekreuzt wurden, er ist sozusagen

der ursprünglichste aller Kaffees und damit eine echte Rarität für Kenner. St. Helena Kaffee, im Einzelhandel auch gerne Napoleon Kaffee genannt, ist von eleganter, feiner Säure, mit wohlbalanciertem, leicht schokoladigem Körper, sowie einer einzigartigen Würze, die einen Hauch von Schärfe aufweist und an unterschiedliche Gewürze erinnert, je nachdem wie des Röstmeisters Hand ihn verfeinert hat.

Der Kaffeeanbau auf St. Helena findet im Wesentlichen für den Eigenbedarf statt und die Zuverlässigkeit der planbaren Exportmengen hat in der Vergangenheit schon dem einen oder anderen Händler die Zornesröte ins Gesicht getrieben. Der gesamte Weltmarkt muss sich mit 1,5 bis maximal 3,5 Tonnen begnügen, also im besten Falle 175 Säcken á 20 Kilogramm. Zu mehr sind die Inselbewohner beim besten Willen nicht zu bewegen. Für den hiesigen Röstmeister kommt erschwerend hinzu, dass es nur einen, in London ansässigen Händler gibt, der die sprichwörtliche Hand auf der Ware hat, so sie denn überhaupt kommt. Der St. Helena wird, wie Sie sich denken können, in homöopathischen Dosen verteilt und man darf sich nach jahrelangem Vorsprechen und dem Einlegen guter Worte durch Kollegen glücklich schätzen, in die regelmäßige Zuteilung zu gelangen. All diese Umstände lassen den geneigten Leser bereits erahnen, dass es sich hierbei um einen Spitzen-Kaffee für echte Genuss-



momente handelt und ich behaupte, dass dieser Kaffee zu den wenigen gehört, der mit Preisen zwischen 140 und 180 Euro pro Kilo sein Geld wirklich wert ist.

Es fordert dem Röstmeister einiges an Erfahrung ab, den Napoleon Kaffee in seinem Röstofen zur Vollendung zu führen. Die Schwierigkeit liegt in der feinen Balance zwischen Würze und Säure. Sobald Röstaromen für den Körper entstehen,

verlieren wir die Säuren, die für einen ausbalancierten Geschmack so wichtig sind. Wer sein Handwerk beherrscht, kann aber mit dem St. Helena einen Kaffee kreieren, der seinesgleichen sucht. Wir sind in diesem Jahr in der außerordentlich glücklichen Lage, sogar zwei Säcke á 20 Kilogramm St. Helena unser Eigen nennen zu dürfen und freuen uns jetzt schon auf die ersten Verkostungen.

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?

FRANK HOFFMANN IMMOBILIEN



Geschwister Thore & Nicole Hoffmann

**Familienunternehmen
aus Überzeugung**

- Verkauf
- Vermietung
- Wohn-/Gewerbe-/Anlageimmobilien

**Kompetent
Modern
Nachhaltig**

Tel.: 04191 722 620 | www.frankhoffmann-immobilien.de

Frank Hoffmann Immobilien GmbH & Co. KG
Friedenstraße 7 | 24568 Kaltenkirchen | info@fh-immo.com



ATELIERGESPRÄCH MIT XOOOOX

Für die „Ateliergespräche“ 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, in der wir Ihnen zuletzt den Bildhauer Martin Spengler vorstellten, knüpft an diesen Gedanken an. In der vorliegenden Ausgabe erhalten Sie einen Einblick in die Arbeit des deutschen Urban-Art-Vertreters XOOOOX. Er gilt als einer der Pioniere dieser Kunstgattung. Mit seinen filigranen Schablonen-Arbeiten und dem charakteristischen Schriftzug hat er eine internationale Kunstmarke etabliert. Der einstige Guerilla-Künstler ist zum Kassenschlager und somit zum Liebling der Galeristen avanciert. Der Kunstmarkt honorierte zudem seinen mutigen Schritt in völlig neue Werkkomplexe von Skulptur und freier Malerei. Dennoch bleibt er selbst weiterhin im Verborgenen.

EIN KUNSTWERK MUSS DIR JEDEN TAG NEUE FRAGEN STELLEN.

FH: XOOOOX von hinten wie von vorne, wie A-N-N-A im Songtext von „Freundeskreis“?

XOOOOX: Richtig! XOOOOX kann man dazu noch auch in der Mitte falten und Platz beim Verstauen sparen. Ich mag symmetrische Sachen. Alles ist symmet-

risch und falls nicht, müssen Sie es nur in die Einzelteile zerlegen.

FH: Mir geht XOOOOX erst leicht von der Zunge, seit ich mich intensiver mit Ihrer Arbeit befasse. Wirklich melodisch ist es nicht und auch nicht so sexy wie Ihre Damen.

XOOOOX: Der Name war vor den Damen geboren, so dass sie mit der Zeit um ihn herum entstanden sind. Er klingt zwar anfangs vielleicht etwas sperrig, doch englisch ausgesprochen, entwickelt er einen ausgesprochen interessanten Übergang vom Harten ins Weiche.

FH: Wo liegt der Ursprung? Ist es lediglich ein Name oder auch Teil der Gedankenwelt Ihrer Charaktere?

XOOOOX: Der Ursprung liegt in der Ästhetik und Schlichtheit der Symmetrie. Ich finde es sehr spannend, wie einfach das funktioniert. Jedes hässliche Ding sieht sofort besser aus, sobald es dupliziert und gespiegelt ist. Es wirkt sofort ausgeglichen und das ist es, wonach wir streben. Gesichter wirken hübscher, wenn sie besonders symmetrisch sind. Ich wollte einen Namen, der so wenige Informationen wie möglich transportiert. Einen komplett unbelasteten, der möglichst nur für sich steht. Er ist optisch eine Art leere Codierung, in die jeder für sich etwas hineininterpretieren kann.

FH: Für das Cover von ‚für Hamburg‘ ist eine neue Arbeit entstanden. Welchen Titel trägt sie?

XOOOOX: Die Arbeit trägt den Titel „Transformer I (Wave)“ und ist eine Serie von fünf Stück. Die Idee, auf Pappe zu arbeiten, ist 2011 in Hamburg entstanden.

FH: Ihre Arbeiten sind von hoher Ästhetik geprägt. Sie mahnen und kritisieren nicht und scheinen vordergründig auch nicht im weit verbreiteten Stil der urbanen Kunst gesellschaftskritisch zu sein. Darf man dennoch eine Anspielung auf ein von Konsum und Werbung überfrachtetes Beuteschema der Damenwelt im Alltagstrott ablesen?

XOOOOX: Meine bisherigen Frauenschablonen strahlen eine gewisse Ruhe und eine In-Sich-Zurückgezogenheit aus. Die Logo-Arbeiten, bei denen ich zum Beispiel das Chanel-Logo gegen den Schriftzug XOOOOX ausgetauscht habe, setzen sich schon sehr direkt mit den Themen Logo, Branding und Werbung auseinander.



FH: Ihre ersten Arbeiten waren noch mit Kleister aufgezogene Zeitungsausschnitte, sogenannte Paste-Ups. Wann war das und sind von diesen Arbeiten noch Motive erhalten?

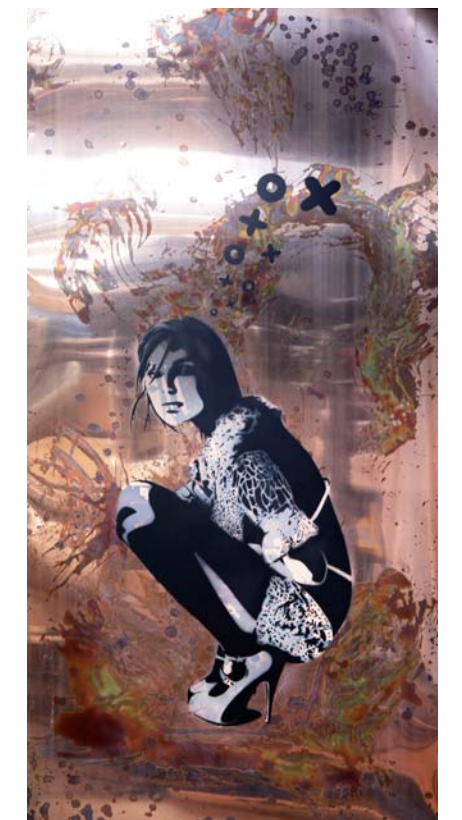
XOOOOX: Die erste Arbeit ist genau am 5. April 2003 entstanden. Das war das erste Motiv mit einer Frau und dem Schriftzug. Ich vermute, dass keine mehr existiert.

FH: Vor zehn Jahren also – das ist etwas Besonderes, weil Sie damit einer der frühen deutschen Vertreter der Urban Art sind. Heute sind Sie international angesehen. Ihre letzten Ausstellungen in London und New York waren sehr erfolgreich. Bereits im Oktober legen Sie an erster Adresse, der Mead Carney Gallery, an der Themse nach. Zeit für einen ersten kurzen Rückblick?

XOOOOX: Ja, in den Jahren ist viel geschehen und das meiste war so nicht geplant. Zu Beginn meiner Aktivitäten auf der Straße hätte ich mir nie vorstellen können, dass meine Arbeiten mal in der Galerie hängen würden, zumal ich nicht den Eindruck hatte, dass sich die Kunstwelt für Urban Art interessiert. Das war eine Fehleinschätzung meinerseits und umso mehr war ich überrascht, als sich plötzlich Galeristen meldeten, die meine Bilder verkaufen wollten. Das war schon verrückt!

FH: Woher kam Ihre Motivation und was wünschen Sie sich, bei Ihren Betrachtern mit Ihrem Werk auszulösen?

**ICH HOLE DINGE,
DIE VON MENSCHEN
AUFGEGBEN WURDEN,
WIEDER INS LEBEN
ZURÜCK.**



XOOOOX: Am Anfang war es das klassische Writing und die Motivation, seinen Namen stadtbekannt zu machen. Mit der Zeit rückte das in den Hintergrund und der Inhalt einer Arbeit hat für mich an Relevanz gewonnen.

FH: Bei Ihren aktuellen Arbeiten gehen Sie häufig von der Fläche in die Tiefe. Wie wichtig sind Ihnen Ihre skulpturalen Arbeiten?

XOOOOX: Ich arbeite gerne intuitiv und schnell. Schablonen herzustellen, ist sehr zeitaufwändig. Hinzu kommt, dass ich mit den Materialien viel mehr Spannung erzeugen kann. Diese aufzuspüren, ist zudem ein weiterer Prozess. Es sind jedes Mal kleine Expeditionen ins Ungewisse, wenn ich mich auf die Suche nach alten Blechen, Brettern oder Kleidungsstücken begeben. Das sind alles Dinge, die von Menschen aufgegeben wurden. Ich hole sie ins Leben zurück, belebe sie wieder.

FH: Zu diesem Gedanken passen natürlich auch Ihre mittlerweile in Ausstellungen sehr präsenten freien Leinwandarbeiten. Dabei handelt es sich um einen komplett eigenständigen Werkblock. Welche Rolle spielten die bekannten XOOOOX-Motive für den Erfolg dieser Arbeiten?

XOOOOX: Meine Malerei war schon vor den Schablonen da, ist aber leider irgendwann in den Hintergrund gerückt. Seit rund zwei Jahren verknüpfe ich die eigentlich total unterschiedlichen Stilrichtungen und verarbeite in der Malerei den Geist und die Energie der schönen Frauen. Höchstwahrscheinlich ist es ein Scan meiner Gehirnaktivitäten.

FH: Sie sind bei Ihrer Arbeit extrem vorsichtig. Ihre eigenen Vernissagen besuchen Sie zumeist gar nicht oder lediglich als ‚Zaungast‘ und gehen heute sogar denen von Ihnen geschätzten Künstlerkollegen aus dem Weg, um Risiken zu vermeiden.

XOOOOX: Man muss vorsichtig sein. Aber ich gehe sowieso lieber alleine raus, da das Ganze für mich etwas Meditatives hat. Das Einpacken, die Fahrt zu der Stelle, das Einschätzen der Situation vor Ort. Dafür ist es gefährlicher und ich muss sehr schnell und konzentriert arbeiten.

FH: Haben Sie manchmal ein schlechtes Gewissen, so junge, leicht bekleidete und attraktive Damen alleine im grauen Großstadt-Dschungel zurückzulassen?

XOOOOX: Die wenigsten sind leicht bekleidet, aber alle sind emanzipiert, so dass kein Grund zur Sorge besteht.

KUNST SOLLTE MAN NUR KAUFEN, WENN SIE IM KOPF ETWAS AUSLÖST.

FH: Die durchschnittliche Lebenserwartung einer deutschen Frau beträgt heute 76 Jahre. Wird eine Ihrer Charaktere in freier Wildbahn ebenfalls diese ambitionierte Altersgrenze erreichen?

XOOOOX: In der Stadt wird das bestimmt nicht der Fall sein, eher vielleicht auf dem Land auf einer abgelegenen Brücke. Auf dem Land lebt man bekanntlich sowieso länger.

FH: Wie fühlt es sich für Sie an, wenn Sie bei einem Stadtbummel feststellen müssen, dass eine Ihrer Arbeiten aus dem Straßenbild verschwunden ist?

XOOOOX: Das ist nicht schlimm. Das ist die Zeit der Stadt. Altes wird weggerissen und Neues erbaut. Neue Gebäude wirken für mich dennoch sehr oft leblos – wie geliftete Gesichter.

FH: Kunst funktioniert nicht ohne Kunstmarkt. Ihre Arbeiten gehen bereits in den deutlich fünfstelligen Bereich. Damit sind Sie der höchst bezahlte deutsche Künstler dieser Kunstgattung. Macht Ihnen das manchmal Angst?

XOOOOX: Nein, das macht mir keine Angst, aber man merkt, wie sich die Werte in unserer Gesellschaft verlagern. Manche kaufen Kunst aus Gier und als Geldanlage und vielleicht stimmt es sie noch optimistischer, je mehr Geld sie dafür ausgeben. Man sollte Kunst nur kaufen, wenn man davon überzeugt ist und wenn sie im Kopf etwas auslöst. Egal, ob es einen fröhlich stimmt oder frustriert. Ich mag schwierige Kunst, die nicht auf Anhieb etwas aussagt, mit der man sich befassen muss. Ein Kunstwerk muss dir jeden Tag neue Fragen stellen und du



musst die Antworten darauf finden. Es funktioniert ähnlich wie in einer Beziehung.

FH: In dieser Größenordnung werden Menschen kreativ. Von Banksy wurden bereits tonnenschwere Fassaden-Mauern im Kunstmarkt gehandelt. Der erste XOOOOX als Groß- und Schwerformat auf einer internationalen Auktion ist also lediglich eine Frage der Zeit. Belustigt oder verärgert Sie eine solche Marketing-Maßnahme in Ihrer Sache?

XOOOOX: Auf dem Kühlschrank eines Freundes klebt ein Aufkleber mit der Aufschrift ‚Kaufen Sie, was Sie wollen und es gehört Ihnen‘. Geld ausgeben macht Menschen Spaß und befriedigt sie zu-

gleich. Andy Warhol hat sich mitten in der Nacht zum Drugstore fahren lassen, um die Artikel zu kaufen, die im Abendprogramm in der TV-Werbung angepriesen wurden. Das hat ihn glücklich gemacht und er konnte besser einschlafen.

FH: Abschließend eine Frage mit Blick nach vorne: Wir sprachen bereits über Atelier versus Straße. Haben Sie nach den vielen schnellen Erfolgen der letzten Jahre noch Ehrgeiz, weitere künstlerische Städtereisen zu planen, und dürfen wir von Ihnen auch noch in zehn Jahren neue Entwicklungen im urbanen Kontext erwarten?

XOOOOX: Auf jeden Fall werde ich auf der Straße weiter arbeiten. Zurzeit bin ich gerne im Atelier; schraube an neuen

Installationen und male. Mal sehen, in wie weit die Arbeiten, die im Atelier entstehen, sich auf die Straße auswirken werden. Nächstes Jahr möchte ich für eine längere Zeit nach New York, um dort zu arbeiten.

Das Gespräch mit dem Künstler führte Rene S. Spiegelberger am 13. August 2013 Das vollständige Interview finden Sie unter spiegelberger-stiftung.de.

Weitere Informationen zum Künstler erhalten Sie unter xoooox.com sowie seinen Galerievertretungen circleculture-gallery.com, meadcarney.com oder debuckgallery.com.



NEUE SERIE

GRÜNDER CASES

GUTE AUSBILDUNG UND AUFSTIEGSCHANCEN, BESTE BILDUNGSMÖGLICHKEITEN, FESTES EINKOMMEN – DAS MACHT EINE FESTANSTELLUNG FÜR VIELE SO ATTRAKTIV. WARUM ENTSCHEIDEN SICH DENNOCH JUNGE MENSCHEN FÜR EINE KARRIERE ALS UNTERNEHMER? WIR BEGEBEN UNS AUF SPURENSUCHE UND SPRECHEN MIT GRÜNDERN ÜBER CHANCEN, RISIKEN UND HERAUSFORDERUNGEN EINER UNTERNEHMENSGRÜNDUNG.

DER GRÜNDER: TIMO HAGENOW

Geschäftsführer Expert Publishing GmbH

(Gründung 2011)

Gründung Yieldlove UG

(Gründung 2013)

BA in Politik, Soziologie und Wirtschaft,

MBA in Medienmanagement

geboren 1986 in Hamburg

DAS UNTERNEHMEN: YIELDLOVE

Yieldlove ist ein Yield Optimierer für Bannerwerbung im Internet. Als Dienstleister optimiert Yieldlove automatisierte Vermarktungsprozesse von Non-Premium-Displayinventar und maximiert so die Werbeerlöse von Webseitenbetreibern und Vermarktern. Zu den Kunden zählen bereits diverse regionale Zeitungs- und Newsportale sowie einige große Unterhaltungs- und Community-Websites.



FH: Wie kam es zu Deiner ersten Gründung? Was hat Dich motiviert, bereits während des Studiums zu gründen?

Timo Hagenow: Die erste Gründung war fast ein Zufall. Über ein Praktikum bin ich an die richtigen Leute und meine späteren Partner geraten. Die ursprüngliche Idee zum Buch und zum Konzept der „100 EXPERTEN“ entstand eines Abends im Kreis mit Thomas Promny, Internet-Unternehmer und Online-Urgestein, und Ulrich Rohde, PR-Strippenzieher bei Adobe. Die Entscheidung, neben dem Studium ein derartig tolles Projekt zu stemmen, dabei unternehmerische Erfahrungen zu sammeln und wichtige Kontakte zu knüpfen, war leicht.

FH: Wie hast Du die Doppelbelastung empfunden?

Hagenow: Ich muss ganz ehrlich sagen, dass das Studium manchmal zu kurz gekommen ist. Vor allem in der Masterarbeitsphase

habe ich oft auf meinen geliebten Schlaf verzichten müssen. Durch geschicktes Manövrieren konnte ich aber dafür sorgen, dass die Noten vernünftig waren und relevantes Wissen vermittelt wurde. Ob Gründung während des Studiums zu empfehlen ist, ist stark Einzelfall abhängig. Auf jeden Fall sollte das Studium dafür genutzt werden, sich in Bereichen, die einen wirklich interessieren, Wissen anzueignen. Das sehr verschulte Bachelor-Master-System lässt einem sowieso schon wenige Freiräume.

FH: War es die richtige Entscheidung, so früh zu gründen? Hast Du Dich auch ohne langjährige Berufserfahrung gut auf die Selbstständigkeit vorbereitet gefühlt?

Hagenow: Definitiv. Die Chance, das eigene Potenzial selbstbestimmt zu nutzen, um etwas Großes aufzubauen, kann man eigentlich nicht früh genug wahrnehmen. Wenn ich morgens in Büro gehe,

bin ich – abgesehen vor der morgendlichen Müdigkeit – bester Laune und schaue eben nicht wie viele andere am späten Nachmittag alle zehn Minuten auf die Uhr. Natürlich macht man mit einem regulären Berufseinstieg praktische Erfahrungen, die für die eigene Unternehmung von Vorteil sind. Auf der anderen Seite glaube ich aber, dass die Entscheidung zur Selbstständigkeit im Laufe des Berufslebens immer schwieriger wird. Noch bin ich relativ jung und risikobereit, wenn man sich aber erst mal an ein gutes und sicheres Gehalt gewöhnt hat, sieht die Welt mit Sicherheit ganz anders aus.

FH: Woher kommt Dein Interesse zum Thema Unternehmensgründung und Startups?

Hagenow: Innovation, Dynamik, Schnelligkeit und Leistungstransparenz – diese Schlagworte beschreiben ziemlich konkret, was mich schon immer an der Arbeit in Startups gereizt hat. Ein kleines, motiviertes Team gepaart mit einem gewissen Maß an Kompetenz ist so manchem Großkonzern weit überlegen, wenn es um die Entwicklung von innovativen, skalierbaren Geschäftsmodellen geht. Ein gemeinsames Ziel, die Möglichkeit, mitzugestalten und früh Verantwortung zu übernehmen, motiviert im Zweifel nicht nur das Gründerteam. Im Resultat steht dann Leistungsbereitschaft und ein gutes, oft auch familiäres Arbeitsklima.

FH: Der Entscheidung, zu gründen, ist per se ein gewagtes Unterfangen. Welche Chancen und welche Risiken siehst Du in der Selbstständigkeit?

Hagenow: Ein eigenes Unternehmen zu gründen, hat viele Vor- wie Nachteile. Die besondere Chance der Selbstständigkeit sehe ich in der effizienten Verknüpfung von strategischen und operativen Aufgaben. So steht man als Gründer meist sowohl in der Verantwortung, alle relevanten Geschäftsbereiche und Prozesse zu konzeptionieren, als auch das operative Geschäft abzuwickeln. Aus der Notwendigkeit heraus kennt man das Unternehmen besser als jeder andere. Ausschließlich die eigenen Entscheidungen und die eigene Leistung entscheiden über Erfolg und Misserfolg. Genau hier kommen aber auch die Risiken ins

DAS BUCH ZUR SERIE

Die Expert Publishing ist ein Fachverlag im Herzen von St. Pauli. Hier arbeitet ein kleines Team daran, unter der Marke „100 EXPERTEN“ einen exklusiven Zugang zu verschiedenen Branchen zu liefern. Mit der ersten Veröffentlichung „100 EXPERTEN ONLINE MARKETING“ versammelt der Expert Publishing Verlag 100 der renommiertesten Experten des Online-Marketings. Weitere Informationen zum Fachbuch „100 EXPERTEN ONLINE MARKETING“ finden Sie auf www.100experten.de.

Spiel. Das unternehmerische Risiko liegt nun mal beim Unternehmer und wenn es dann doch nicht so läuft wie erhofft, besteht die Gefahr von finanzieller Unsicherheit und persönlicher Niederlage.

FH: Was treibt Dich an?

Hagenow: Zu wissen, dass etwas funktioniert; meine Kollegen und Partner; Umsatz.

FH: Wo siehst Du Dich in zehn Jahren?

Hagenow: Ich sehe mich als überwiegend aus dem operativen Geschäft zurückgezogenen Seed-Investor und oft im Urlaub.

FH: Beide Deiner Gründungen bewegen sich thematisch im Online-Marketing. Wieso Hamburg und nicht Berlin? Ist Hamburg der bessere Gründerstandort?

Hagenow: Berlin hat schon seine Vorzüge. Wenn es aber um rein berufliche Aspekte geht, steht Hamburg Berlin in nichts nach. Ganz im Gegenteil: Der Gründer und Geschäftsführer von Project-A-Ventures, Florian Heinemann, hat es auf den Punkt gebracht: ‚Hipness verdient kein Geld!‘. Aber genau darum geht es am Ende des Tages – mal abgesehen von Idealen, Moral und Ethik. Und sowieso ist und bleibt Hamburg die schönste Stadt der Welt!

Modulare IT-Lösungen mit Leidenschaft und Präzision

Wir sind Google Apps Authorized Reseller und Partner für technische Anforderungen in Ihrem Unternehmen.

intosystems

Erfahren Sie mehr: intosystems.de

Google APPS AUTHORIZED SMB RESELLER



Dr. Hubert Baltes,
Head of New Business Development bei
Olympus Surgical Technologies Europe

COMPETITIVE INTELLIGENCE (CI) IN LIFE SCIENCES

Autor: Dr. Hubert Baltes

Im Umfeld von Mikro-, Nano- und Biotechnologie stellt der Hochtechnologiebereich der Life Sciences einen der Hauptwachstumsfaktoren für Industrienationen dar, die sich mit einer wachsenden Konkurrenz aus Schwellenländern und dadurch mit einem enormen Kosten- und Innovationsdruck konfrontiert sehen. Daher zieht sich der Begriff der Life Sciences in der genannten Konstellation durchgängig durch nationale und europäische Förderprogramme und Netzwerke.

Die Grenzen zwischen den Bereichen verschwimmen immer stärker. So liefert die Nanotechnologie die Grundkomponenten für die Echtzeit-Magnetpartikelbildgebung, die die Krebsdiagnostik revolutionieren könnte. Biomaterialien finden Anwendung in der chirurgischen Wundversorgung und in orthopädischen Implantaten und damit Eingang in das klassische Medizintechnikgeschäft – einen Markt von weltweit 250 bis 300 Milliarden Dollar. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung bemerkt zu dieser Entwicklung: „Das Innovationssystem Medizintechnik steht aufgrund des medizinischen Fortschritts, des demografischen Wandels und eines global schwierigen Marktumfelds vor einem umfassenden Umbruch.“

In einer Branche, die stark exportorientiert und auch in der Krise an zweistellige Wachstumsraten gewöhnt ist – im Jahr 2008 betrug das Wachstum der gesamten europäischen MedTech-Industrie 14,8 Prozent – ist man nicht gewillt, diesem Umbruch tatenlos zuzusehen.

Daher findet die sogenannte Competitive Intelligence (CI), das heißt die systematische Konkurrenz- und Marktbeobachtung, eine immer größere Bedeutung. Technologien,

Anwendungen, Firmen und Märkte sind die Koordinaten, in denen Wettbewerb und Marktmechanismen akribisch ausgeleuchtet werden. CI ist ein analytischer Prozess, der unstrukturierte Informatio-

nen in relevantes und anwendbares strategisches und operatives Wissen umsetzt. Damit tritt die CI als gleichberechtigter Partner an die Seite der klassischen Business Intelligence.

Die industrielle CI nutzt hauptsächlich öffentliche Quellen und setzt ungenaue, unvollständige und manchmal auch falsche Informationen in die richtige Perspektive. CI liegt also voll im Trend der wachsenden Verfügbarkeit digitaler Daten. Wenn Sie wissen möchten, was in einer Firma schief läuft, schauen Sie doch mal bei Twitter nach, was ehemalige Mitarbeiter über das Management und seine Entscheidungen denken! Es verwundert nicht, dass die Sprache der CI die der bewaffneten Auseinandersetzung ist, und es gilt die Devise: Aufklärungsergebnisse, die nicht gemeinsam genutzt werden, sind im Gefecht nutzlos!

Das Hauptaugenmerk der CI hängt von ihrem Entwicklungsstadium und der Art und dem Grad ihrer Integration in ein Unternehmen ab. Auch die Wachstumsphase der Kerngeschäftsfelder spielt eine große Rolle. Generelle Schwerpunkte sind die Frühwarnung vor strategischen Herausforderungen und die Schaffung sowie Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen.

Die Märkte der Life Sciences und der Medizintechnik sind mit ihren kurzen Produktlebenszyklen und niedrigen Stückzahlen notwendigerweise globale

Märkte. Gleichzeitig steigen die Risiken nicht nur durch den immer rasanteren Innovationsprozess, sondern auch durch regulatorische Markteintrittsbarrieren, die Verknappung von Fremd- und Risikokapital und die Konzentration auf die Marktführer.

Competitive Intelligence ist ein geeignetes Mittel, um diese Risiken zu minimieren und den Puls der Innovation stark zu halten.

HAT DIE MITTELSTANDSFINANZIERUNG ALS GESCHÄFTSMODELL AUSGEDIENT?

KLEINERE UND MITTLERE UNTERNEHMEN SIND DAS RÜCKGRAT UNSERER WIRTSCHAFT. DOCH OFFENBAR KANN MAN MIT IHNEN KEIN GELD MEHR VERDIENEN, WIE DAS BEISPIEL DER HSH NORDBANK ZEIGT. ODER ETWA DOCH?

Autor: Martin Schnitker

Seit mehr als 63 Jahren war das Lichtdesign-Unternehmen LADIGES GmbH & Co. KG Kunde bei der HSH Nordbank. Diese Geschäftsbeziehung endete Anfang Juli 2013 abrupt mit einem unpersönlichen Schreiben (Anrede: „Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren“) des Kreditinstituts. Darin wurde dem Geschäftsführer Hans-Christian Friedmann mitgeteilt, dass die Zusammenarbeit leider bis zum Ende des Jahres eingestellt werde und er sich doch bitte innerhalb der kommenden zwei Monate melden möge, zwecks weiterer Abstimmung. „Unangemessen und unhanseatisch“, so kommentiert Friedmann das Vorgehen der HSH Nordbank. Doch nicht nur als Unternehmer ärgert den Hamburger das Verhalten der Bank. Als Präsidiumsmitglied des AGA Unternehmensverbands, zuständig für die Branchen Außenhandel, Großhandel und Dienstleistung, befürchtet er auch negative Auswirkungen für den gesamten Mittelstand: „Hier wird ein falsches Signal an die Unternehmen gesendet.“

Das scheint aber nur für einen kleineren Teil der mittelständischen Unternehmen in Norddeutschland zu gelten. Denn der Grund für das Ende vieler Geschäftsbeziehungen ist offensichtlich eine neue Kategorisierung der Mittelstandskunden durch die HSH Nordbank. „Mir wurde in einem Gespräch gesagt, dass man einen Umsatz von mindestens 50 Millionen Euro machen muss“, sagt Friedmann. Als Rechtfertigung für das Gebaren der Bank soll eine angebliche Vorschrift in der EU-Beihilfeentscheidung dienen.

Noch bemerkenswerter wird es, wenn man sich die Umsatzstruktur der norddeutschen Unternehmen anschaut. Das Statistische Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein führt für die beiden Länder insgesamt 201.569 Firmen (Stand 2011).

Was für eine Kehrtwende der Landesbank, mag man meinen. Denn noch im Mai hatte das Kreditinstitut den Mittelstand in Hamburg und Schleswig-Holstein quasi zu einem Schlüssel

für den weiteren Erfolg der HSH Nordbank erklärt. „Es ist unser Ziel, bei einer noch größeren Anzahl mittelständischer Unternehmer die Rolle als Hausbank einzunehmen“, sagte HSH-Vorstand Matthias Wittenburg damals.

für HAMBURG



Sanitätshaus Rosenau GmbH
Orthopädie-Technik • Rollstühle • Reha-Artikel • Medizintechnik
Familienunternehmen seit 40 Jahren



... Helfen ist unser Handwerk

- Prothetik
- Orthetik
- Reha-Technik
- Rollstühle
- Elektromobile
- Medizintechnik
- Sanitätsfachhandel
- Pflegeartikel
- Kompressionstherapie
- Bandagen
- Schuhzurichtungen

- Hausbesuche
- Hilfsmittelvisiten
- Klinik- und Pflegeheimservice
- 24h Notdienst
- Schulungen
- Fußdruckmessung
- Ganganalysen
- Prothetisches Kompetenzzentrum
- Gehschule
- MS-Therapiemanagement




Sie rufen ... wir springen

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

22049 Hamburg Wandsbek
Ostpreußenplatz 20

22049 Hamburg / BwKrh
Lesserstraße 180

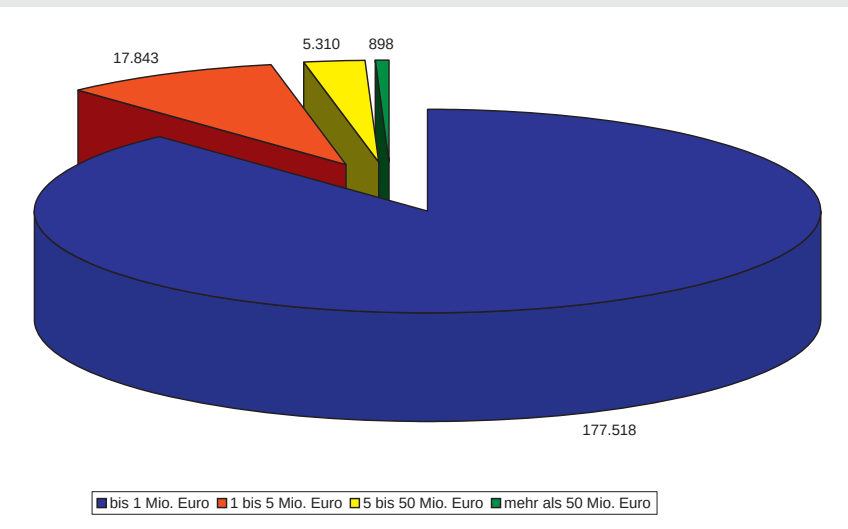
22111 Hamburg Horn
Horner Landstraße 200

24576 Bad Bramstedt (im Klinikum)
Oskar-Alexander-Straße 26

24568 Kaltenkirchen
Königstraße 1



Der Kundenkreis der HSH Nordbank ist sichtlich klein, wenn tatsächlich nur Unternehmen über 50 Millionen Euro für die Bank interessant sind.



Nur 898 weisen überhaupt einen Umsatz von mehr als 50 Millionen Euro aus. Das würde bedeuten, nur 0,44 Prozent aller Firmen kommen für die HSH Nordbank als Kunden in Frage. Bedenklich wird es dann, wenn man sich überlegt, dass sicherlich alle Banken in der Region diese Top-Unternehmen gerne in ihrem Portfolio hätten oder um sie werben. Und: Warum sollte ein Konzern von seiner Hausbank gerade

zur HSH wechseln, die in den vergangenen Jahren eher mit Negativ-Schlagzeilen für Furore gesorgt hat?

Die Hamburger Oppositionsparteien reagierten schnell und scharf auf den Rausschmiss von LADIGES durch die Landesbank. „Mit den Kündigungen der Geschäftsbeziehungen zum klassischen Mittelstand schwächt die HSH ihr eige-

nes Rückgrat und riskiert den Erfolg der Neuausrichtung auf eine Regionalbank. Vor diesem Hintergrund stellt sich einmal mehr die Frage, wozu die Länder Hamburg und Schleswig-Holstein eine Landesbank noch brauchen“, sagte der wirtschaftspolitische Sprecher der FDP-Fraktion, Dr. Thomas-Sönke Kluth.

Ähnlich hart die Reaktion der CDU: „Wenn die HSH sich nur noch auf Kunden ab 50 Millionen Euro konzentrieren will, muss sie sich von ihrem Leitbild ‚Bank für Unternehmer‘ verabschieden. Die Bank gräbt sich ihr eigenes Grab, wenn sie erfolgreichen Geschäftsleuten kündigt. Mit ihrem Verhalten wird sie noch mehr erfolgreiche Mittelständler verlieren“, erklärte Hjalmar Stemmann, wirtschaftspolitischer Sprecher der CDU-Bürgerschaftsfraktion.

„Es ist sehr bedauerlich, dass die HSH Nordbank, die sich eigentlich um den Mittelstand unserer Region kümmern sollte, die Familienunternehmen im Stich lässt. Die HSH Nordbank sollte ein zuverlässiger Partner für die Betriebe sein. Leider hat sich schon nach der Bankenkrise gezeigt, dass einige Kreditinstitute diesem Auftrag nicht mehr nachkommen“, sagte Jan Schmidt, DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU.

Der AGA Unternehmensverband wollte daraufhin wissen, ob seine Mitglieder ähnliche oder ganz andere Erfahrungen mit der HSH Nordbank gemacht haben und fragte nach. Die zahlreichen Rückmeldungen waren eindeutig. Ein Unternehmen (knapp 50 Mitarbeiter, zweistelliger Millionen-Euro-Umsatz) aus dem Dienstleistungssektor berichtet, dass es bereits Anfang 2012 von einem HSH-Betreuer gebeten wurde, sich eine andere Hausbank zu suchen, da man an einer Zusammenarbeit nicht mehr interessiert sei. Das Unternehmen kam der Aufforderung gerne nach, denn in den Monaten und Jahren zuvor wurden Investitionskredite seitens der Bank rundweg ab-

gelehnt. Bei dem Betrieb hatte sich mit den Jahren der Eindruck verfestigt, dass man mit dem Mittelstand im Allgemeinen und ihm im Speziellen keine Geschäfte mehr machen wolle.

Ein anderes Unternehmen bestätigte das wenig kundenorientierte Verhalten des Kreditinstituts. Die bis Anfang der 1990er-Jahre zurückreichenden Geschäftsbeziehungen seien immer schlechter geworden, es habe sich schon mit dem Zusammenschluss der beiden Landesbanken zur HSH Nordbank ein gewisses Desinteresse an Mittelständlern gezeigt. Ständig wechselnde Kundenberater, keine Reaktion auf schon geführte Kreditgeschäfte, teils arrogantes Auftreten verbunden mit Unkenntnis der Geldbewegungen auf dem Konto. „Man hatte uns als Kunden nicht mehr im Blick, beziehungsweise kein Interesse mehr“, so das Unternehmen.

Die Konsequenz der meisten Unternehmer war und ist, sich eine andere Bank zu suchen. Das hat Hans-Christian Friedmann auch getan und wechselte zu einer führenden Bank aus Deutschland. „Wir verhandeln jetzt mit der HSH Nordbank nur noch über eine Entschädigung für die Kosten, die durch den Bankwechsel auf uns zugekommen sind.“



HSH-Vorstand Matthias Wittenburg sieht seine Bank eigentlich als Partner des Mittelstands.



Hans-Christian Friedmann ist Geschäftsführer der LADIGES GmbH & Co. KG und Präsidiumsmitglied des AGA.

Damit nicht noch mehr Kunden ungewollt von Bord gehen, ist die HSH Nordbank um Schadensbegrenzung bemüht: „Die Zahl der vom Abbau betroffenen Firmen liegt im einstelligen Prozentbereich“, so eine Bank-Sprecherin. Die Umsatzgrenze von 50 Millionen Euro relativierte sie: „Das ist nur eine Richtgröße.“ Aufgeschreckt durch mehrere Presseberichte sah sich das Kreditinstitut sogar genötigt, seine Firmenkunden noch einmal anzuschreiben. Diesmal persönlich und mit Namensnennung in der Anrede. In dem Brief erklärte die Bank, dass man sich keineswegs von Kunden des Unter-

nehmensbereichs Firmenkunden trennen wolle. Das Firmenkundengeschäft bleibe das Kerngeschäft. „Unser Anspruch ist es, immer besser zu werden.“

Die kommenden Jahre werden zeigen, ob es sich bei den Ankündigungen nur um leere Versprechungen handelt oder um eine ernst gemeinte Strategie für Norddeutschland. Denn Hamburg und Schleswig-Holstein brauchen eine Landesbank ohne Umsatzgrenzen für Mittelständler. Und die Steuerzahler beider Bundesländer brauchen eine Bank, die keine Schulden mehr macht.

Mit

EUKUTEC
ELEKTRO- UND KUNSTSTOFFTECHNIK GMBH

Know How

schneller ans Ziel!

e-mobility powered by EUKUTEC



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



www.schutt-optik.de

30 Jahre
Schütt Optik

Jubiläums-Aktion: 50%
auf alle Gleitsicht-Gläser!

Aktions-Code: FamU1309JUB
gültig bis 31.09.2013

*Alle Stärken, alle Typen! Sehtest inklusive. Maßgeblich sind die Hersteller-UVPS. Keine zusätzlichen Rabatte oder Abzüge.

Gleitsicht-Spezialist seit 1983

"präzise, schnell, preiswert"
(Historisches Zitat aus der Gründungsphase)

SCHÜTT OPTIK
Gleitsicht-Center

Großer Burstah 25
Hamburg-City
Tel.: 040 / 36 60 11



REISEBERICHT

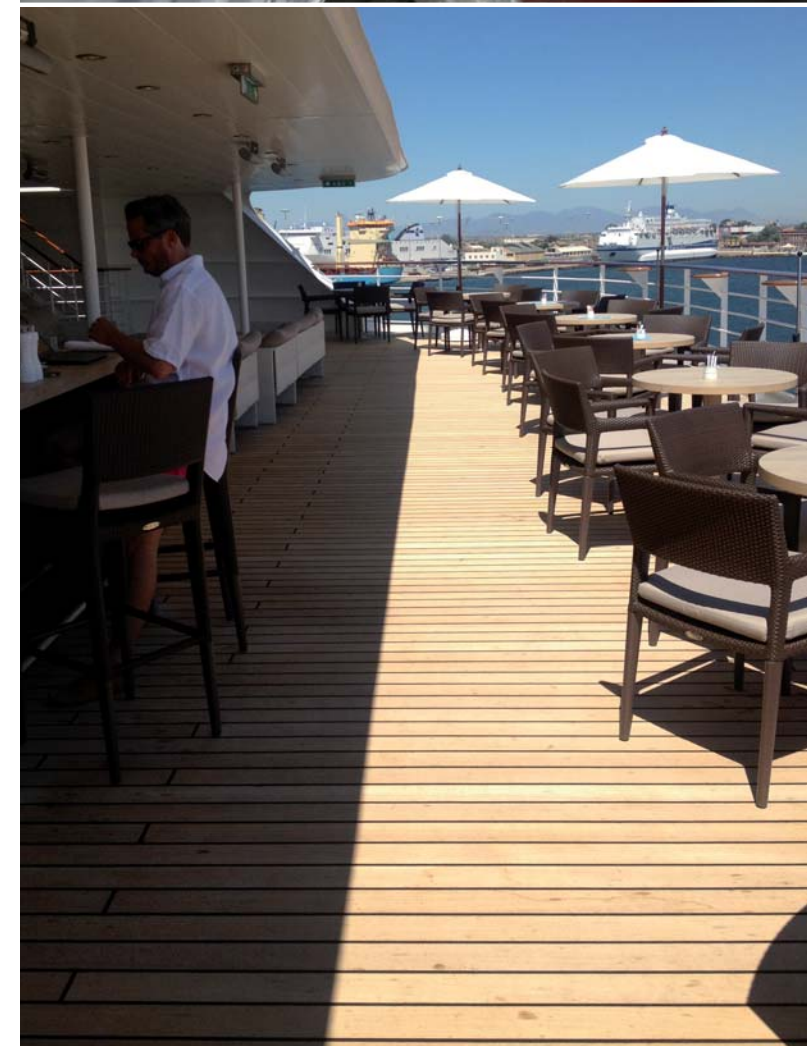
BLIND DATE MIT EINER JUNGEN UNBEKANNTEN

KREUZFAHRT AUF DER „EUROPA 2“ –

Autor: Haakon Fritzsche

Seit unserer ersten Kreuzfahrt auf der alten Dame „QE2“ vor neun Jahren von Southampton nach Rostock, sind wir auf einer Vielzahl von Schiffen der Luxusklasse gesegelt – gesegelt, so sprechen Kapitäne immer noch gern von einer Reise auf einem Kreuzfahrtschiff. Wir waren also gewaltig gespannt, was uns auf dem neuen Schiff von Hapag Lloyd erwarten würde.

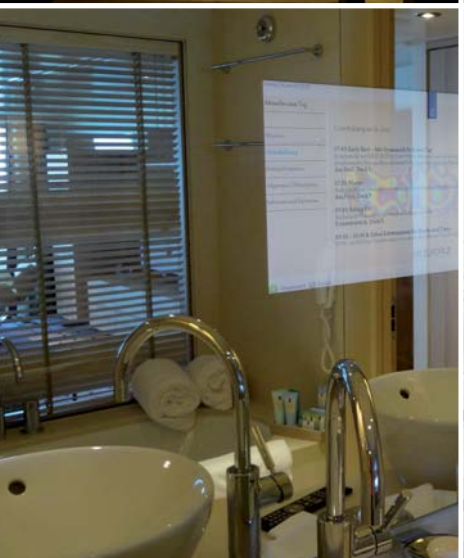
Unsere Reise sollte uns von Malta nach Ibiza bringen. Wir verbrachten zunächst ein paar Tag in dem wunderbaren Relais & Châteaux Hotel Xara Palace in der alten Hauptstadt Mdina. Nach erfolgreicher Einstimmung auf die kommenden Tage, fuhren wir nach Valletta, um dort an Bord zu gehen. Da lag die „Europa 2“, strahlend weiß und noch wie ein „echtes Schiff“ aussehend, das neue Flaggschiff der Reederei Hapag Lloyd. Sofort waren hilfreiche Besatzungsmitglieder zur Stelle, die Koffer wurden uns abgenommen und auf die Suite gebracht. Da wir etwas zu früh waren, setzten wir uns gegenüber in eine Bar und beobachteten von dort die Ankunft der weiteren Gäste. Nach einer Stunde des Wartens, konnten wir an Bord: Empfang mit Champagner; kurze Unterhaltung mit freundlichen Mitarbeitern und dann ein schnelles Einchecken. Unkompliziert, wie alles an Bord – das erste Date war gelungen.



„EUROPA 2“ IN ZAHLEN

- Baujahr: 2013
- Werft: St.-Nazaire, Frankreich
- Länge: 225,38 Meter
- Breite: 26,70 Meter
- Tiefgang: 6,30 Meter
- Geschwindigkeit: 21 Knoten
- Passagierdecks: 7
- Restaurants: 6
- Bars: 6
- Spa und Fitness
- Pool
- Sonnendeck
- Suiten: 251
- Passagierkapazität: 516

Routen:
Westliches und östliches Mittelmeer
(siebentägige Kombinationsreisen im Frühjahr, Sommer und Herbst 2013),
Arabische Halbinsel und Asien
(14- bis 16-tägige Kombinationsreisen im Herbst und Winter 2013 und Frühjahr 2014)



Noch war alles so, wie wir es von den vielen Schiffen kannten, auf denen wir bereits gereist sind: Gangway, Bordkarte zeigen und weiter: Was dann jedoch nach nur wenigen Metern kam, war absolut überraschend. Eine großzügige, helle und perfekt designte Lobby mit Bar empfing uns, freundliche Schiffsgeister begrüßten uns. Wir kennen die Grande Dame der Reederei, die „MS Europa“ – was für ein Unterschied: Die Zielgruppe 45 aufwärts ins Mark getroffen.

Da wir entschieden hatten, uns von keinem der Besatzungsmitglieder auf die Suite bringen zu lassen, ging unsere Entdeckungsreise direkt los. Zwei gläserne Fahrstühle aus der Lobby rauschen auf die verschiedenen Decks. Breite Flure, gedeckte Farben, keine schrillen Teppichmuster. Wie gut sind die Ausschreibungen? Finden wir uns gleich zurecht? Wir fanden die Suite ohne Probleme und waren absolut begeistert. Natürlich war uns klar, dass hier mit größter Sorgfalt an die Auswahl von Materialien und Farben gegangen worden war, aber das? Endlich ausreichend Schränke, denn wir reisen auch bei kurzen Touren mit recht viel Gepäck; die Glaswand zum Badezimmer (nicht in allen Suiten), die einem aus der (Regen-) Dusche einen Blick aufs Wasser erlaubt; der Wohnzimmerbereich mit komfortablem Sofa und der große Balkon. Hier stimmte einfach alles!

Reisen macht hungrig, und um die Essensfrage zu klären, gingen wir erneut auf Entdeckungstour: Reservierung hieß das Stichwort. An Deck gibt es sechs Restaurants, darunter drei Spezialitäten-Restaurants: das französische „Tarragon“, das asiatische „Elements“ und das italienische „Serenissima“. Wir hatten vier Nächte, also genug Zeit, diese einmal zu testen – reservieren war übrigens völlig problemlos. Das Essen war einfach himmlisch, der Service war freundlich, hochaufmerksam und professionell und die Weinkarte mit 450 Positio-

nen an Bord wirklich bestens aufgestellt. Leider haben wir es lediglich ein einziges Mal geschafft, die Show zu sehen. Daher eine Anmerkung an die Reederei: Jüngere Gäste essen länger und würden dennoch gerne die Show besuchen. Alternativ blieb die „Sansibar“, in der zu DJ-Musik getanzt werden konnte. Mit dem „Herrenzimmer“ sind wir jedoch für die folgenden Abende fündig geworden. Die Bar, die mit der größten Genauswahl auf See aufwartet, lud uns mit ihren ausladenden Sesseln dazu ein, bei einer Zigarre und einem guten Rum den Abend gemütlich ausklingen zu lassen. Der „Jazzclub“ genau gegenüber hat unserer Meinung nach großes Potential, wenn er mehr Gäste anziehen würde. Leider war das nicht der Fall. Die meisten Mitreisenden gingen nach der Show auf die Suiten. Ein Besuch lohnte sich trotzdem, denn die Musiker und ihr Repertoire – Cool Jazz bis Easy Listening – waren einfach großartig.

Um das Schiff in den fünf Tagen gut kennenzulernen, sind wir, bis auf unsere morgendliche Stunde Joggen an Land, nicht von Bord gegangen. Nach dem Laufen,

ging es jeden Morgen in den „Yachtclub“, wo ein wirklich umfangreiches Frühstücksbuffet auf uns wartete – auch speziellere Wünsche erfüllte das Personal gerne.

Für die richtige Entspannung empfiehlt sich der 650 Quadratmeter umfassende Spa-Bereich. Die Anwendungsräume sind großzügig, hell, mit Blick auf das Wasser und bieten ein umfangreiches Angebot an Behandlungen wie Lomi Lomi-, Pantai Luar- und Abhyanga-Massagen.

Unser Fazit: Wer die (alte) „Europa“ erwartet, könnte enttäuscht sein: keine Formal Nights oder Captain's Dinner, alles ist lässiger und dennoch elegant und schick. Die „Europa 2“ erfüllt höchste Ansprüche an Design, Verarbeitung, Service, Essen und Unterhaltung. Die Yacht ist für die jüngeren oder jung gebliebenen Kreuzfahrer gedacht, aber auch für Familien mit Kindern gut geeignet.

Recht & Steuern | Betrieb & Bildung | Politik & Information

40.000
qualifizierte telefonische
Auskünfte, darunter
30.000
Rechtsberatungen

Werden
auch Sie
Mitglied!
www.aga.de

Norddeutschlands größter Unternehmensverband
für Handel und Dienstleistung

AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel • Außenhandel • Dienstleistung e.V.
Bremen | Hamburg | Hannover | Kiel | Rostock | Tel.: (040) 30 80 1-0, E-Mail: aga@aga.de



für HAMBURG



Fotos: Marc Schulz-Coulon

GESCHMACK IN SECHSTER GENERATION

PREISVERLEIHUNG

„FAMILIENUNTERNEHMER DES JAHRES 2013“ IN DER METROPOLREGION HAMBURG

Autorin: Birgitta Schoch

An neuem Ort, im Veranstaltungszelt „Fliegende Bauten“ im Hamburger Stadtzentrum, leuchteten an diesem Juni-Abend die Farben Magenta und Rot: DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER im Regionalkreis Metropolregion Hamburg hatten zur Preisverleihung und Gala eingeladen, und 350 Gäste waren dieser Einladung gern gefolgt. In alter Tradition wurde das Geheimnis, wer den „Schalthebel der Wirtschaft“ an diesem Abend würde mitnehmen dürfen, erst im Laufe des Programms gelüftet, und so konnten sich die Besucher an munteren Spekulationen beteiligen oder einfach den lauen Sommerabend genießen.





Die Gäste hatten auf rotsamtenen Stühlen ihre Plätze eingenommen, als der Conférencier des Abends, Past President Christoph Kadereit, das Abendprogramm beginnen ließ. Der Regionalvorsitzende von DIE JUNGEN UNTERNEHMER, Jan Schmidt, wies auf die Notwendigkeit hin, dass die Familienunternehmer nur gemeinsam für ihre Sache eintreten könnten und rief auf, die Stimme gegenüber der Politik im beginnenden Wahlkampf zu erheben.

Die AgenturTrendOne nahm das Publikum anschließend mit auf eine bahnbrechende Reise in die Technikwelt der Zukunft. Was als Show mit einem virtuellen Überraschungsmoment begann, beeindruckte durch reales Erleben von technischen Trends auf der Bühne und jeder Menge Inspiration für Kundenverhalten und Kundenbindung von morgen – oder doch schon fast heute? Der Vorjahrespreisträger – hier vertrat der inzwischen zum Ge-

schäftsführer berufene Christoph Wöhlke seinen im vergangenen Jahr ausgezeichneten Vater Cord Wöhlke – resümierte sein Erleben und Wirken, und schließlich hieß es „Film ab“: Mit dem seit vielen Jahren vom NDR für das „hamburg journal“ produzierten und bei der Veranstaltung ausgestrahlten Portrait des Preisträgerbetriebes wurde das Geheimnis gelüftet, und es wurde auf den Bildern zwischen Produktionsanlagen und Wurstverkostung schnell deutlich, dass der „Familienunternehmer des Jahres 2013“ eine Familienunternehmerin des Jahres sein würde: Kristin Schwarz, geschäftsführende Gesellschafterin der Schwarz Cranz GmbH & Co KG.

In seiner Laudatio sagte Hamburgs Wirtschaftssenator Frank Horch: „Familiengeführte Betriebe genießen das Vertrauen ihrer Mitarbeiter, denn eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensführung vermittelt Sicherheit und Stabilität. Vorausset-

zung hierfür sind zukunftsorientierte Konzepte und innovative Lösungen, ohne dabei die sozialen Belange aus den Augen zu verlieren. Erst die Bereitschaft, sich ständig auf neue Herausforderungen und aktuelle Marktgegebenheiten einzustellen, ermöglicht eine lange Firmengeschichte.“ So sei die Landschlachtereier Schwarz Cranz ein Paradebeispiel für die Symbiose aus Tradition und Moderne. „Kristin Schwarz ist es gelungen, ihr familiäres Erbe in sechster Generation zu bewahren und gleichzeitig zukunftsfähig zu machen“, würdigte der Senator die Preisträgerin. Seit der Generationenübergabe im Jahr 2009 sei es ihr dank ihrer vorausschauenden unternehmerischen Entscheidungen gelungen, die Weichen für die Zukunft zu stellen und Mitarbeiterzahl sowie Umsatz zu vervielfachen, schloss Wirtschaftssenator Horch und beglückwünschte die Firmenchefin zum Erhalt der Auszeichnung.

161 Jahre nach der Gründung des Familienbetriebs im Alten Land vor den Toren Hamburgs beschäftigt Schwarz Cranz am Standort Neu Wulmstorf heute über 500 Mitarbeiter. Als 38-jährige Diplom-Kauffrau hat sich Kristin Schwarz den Weg zu Erfolg und Anerkennung mit Beharrlichkeit, Ausdauer und Mut hart erkämpft. Schwarz Cranz gehört heute zu den 20 größten Fleischwarenherstellern in Deutschland und hat sich in einem schwierigen Markt erfolgreich behauptet. „Was ich selber nicht essen möchte, verwenden wir nicht“, erklärt die Unternehmerin und zweifache Mutter das Erfolgsrezept. Sie setzt auf die Qualität der Produkte und eine transparente Herstellung. Die Mitarbeiter rechnen ihr hoch an, dass sie den Betrieb schon früh fit für die Zukunft gemacht hat. Aber auch umgekehrt ist der Respekt groß: „Ohne unsere erfahrenen und motivierten Mitarbeiter hätten wir den Sprung in die Zukunft nicht so leicht bewältigt. Ich verstehe diese Auszeichnung nicht als persönliche Würdigung, sondern eher als Preis für das „Unternehmen des Jahres“, sagte Kristin Schwarz.





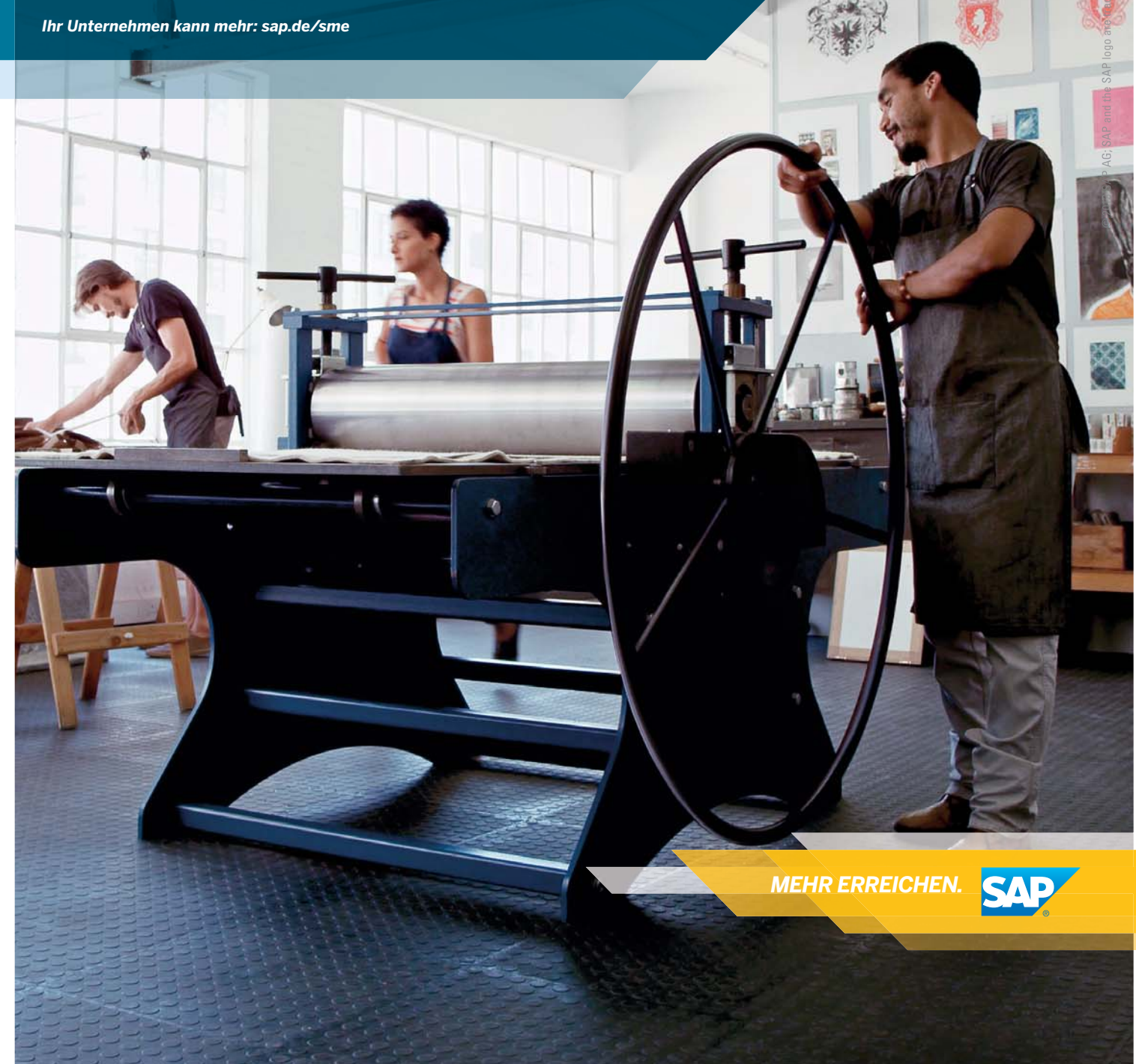
WACHSEN, leicht gemacht.

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



„Mit der Auszeichnung ‚Familienunternehmer des Jahres‘ veranschaulichen wir als Verband die Bedeutung, aber auch die Bedürfnisse der Unternehmer in der Region. Als Motor der Wirtschaft muss das Familienunternehmertum ausgebaut werden. Dazu ist die Sicherung der unternehmerischen Freiheit und ein stabiler ordnungspolitischer Rahmen Bedingung“, erklärten Michael Moritz, Regionalvorsitzender Metropolregion Hamburg im Verband DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU und Jan Schmidt, Regionalvorsitzender Metropolregion Hamburg des Tochterverbandes DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU. Und die beiden Gastgeber waren sich einig: „Als größte Veranstaltung im regionalen Verbandskalender wird die Preisverleihung ‚Familienunternehmer des Jahres‘ von Sponsoren und Suppliern unterstützt, ohne die die Durchführung der Gala in dieser Art nicht denkbar wäre. Dafür sagt der Regionalkreis Metropolregion Hamburg herzlich ‚Danke!‘“



MEHR ERREICHEN. **SAP**

ABGEDRUCKT UND AUSGESTRAHLT –

AUS DER PRESSE UND DEN MEDIEN

Familienunternehmen des Jahres 2013

Erschienen im Hamburger Abendblatt am 11.Juni 2013

Erlebnisschlachterei für Hamburg geplant

Der Familienbetrieb **Schwarz Crazz** aus dem Alten Land behauptet sich mit seinen Wurstprodukten erfolgreich gegen große Hersteller

MARTIN KOPP

NEU WULMSTORF 11 Der Altländer Fleischwarenhersteller Schwarz Crazz will den Direktverkauf seiner Produkte vorantreiben. Das Unternehmen plant die Einrichtung eines Flagshipstores in Hamburg in guter Lage. „Es soll eine Art Erlebnismetzgerei werden, in der wir zeigen, wie hochwertige Fleischverarbeitung bei uns stattfindet“, sagte Firmenchefin Kristin Schwarz dem Hamburger Abendblatt. Die Suche nach dem geeigneten Standort hat bereits begonnen. Die Realisierung ist im kommenden Jahr geplant.

Bisher beliefert das mittelständische Unternehmen aus Neu Wulmstorf vor allem die großen Handelsketten mit Wurst- und Fleischwaren, welche diese europaweit vertreiben. Nur am Stammsitz vor den Toren Hamburgs gibt es einen Laden mit Direktverkauf. Schwarz, die das Familienunternehmen in sechster Generation führt, will mit dem neuen Ableger vor allem die Kundenbindung verbessern und mehr Verständnis

bei den Verbrauchern für die Branche wecken, um der Dumpingpreispolitik vorzubeugen. „Der neue Laden wird ohne Verpackungen arbeiten“, so Schwarz. „Gut geschulte Mitarbeiter sollen über die Inhaltsstoffe der Produkte aufklären, und Tipps zur Zubereitung vermitteln.“ Kunden sollen die genaue Herkunft der Fleischwaren vor Ort mithilfe von Scannern ermitteln können. Hinzu kommen spezielle Veranstaltungen wie Kochkurse oder eine Grillakademie, so die 38-Jährige.

Konzentrationsprozess in der Fleisch-Branche schwächt den Mittelstand

Schwarz, die am Montagabend von den Unternehmensverbänden „Die Familienunternehmer-ASU“ und „Die Jungen Unternehmer-BJU“ als Hamburger Unternehmerin des Jahres 2013 ausgezeichnet wurde, kämpft für den Erhalt der mittelständischen Fleischwarenwirtschaft. Diese wird seit Jahren durch große Konzerne wie die Bell AG und die Fleischergruppe von Clemens Tönnies ausgedünnt, die zahlreiche Be-

triebe aufgekauft haben. Seit ihrem Eintritt in das Unternehmen 1999 hat Schwarz die alte Landschlachterei zu einem der 20 größten deutschen noch unabhängigen Fleischwarenhersteller gewandelt, und damit dessen Konzentrationsprozess in der Branche widerstanden.

„Als ich in das Unternehmen kam, war mir klar, dass wir nur durch Wachstum überleben konnten. Wir hatten damals einen Umsatz von 40 Millionen Euro, wir mussten auf mindestens 100 Millionen Euro kommen.“ Heute sind es 180 Millionen Euro. „Damit sind wir nicht klein und nicht groß, gehören aber zu den Top 20 der Branche.“ Die Zahl der Mitarbeiter verdreifachte sich auf rund 600.

Unterstützung bei ihrem Kampf um den Erhalt des eigenständigen Familienbetriebs erhält Schwarz von den großen Einzelhändlern. „Denen ist daran gelegen, den Mittelstand im Fleischhandel zu erhalten, um selbst nicht nur auf Monopolisten angewiesen zu sein“, sagt sie. „Dazu brauchen die Händler aber die Unterstützung der Verbraucher, damit die Dumpingpreispolitik im Fleischmarkt ein Ende hat.“ Dazu will Schwarz mit ihrem neuen Laden beitragen. „Derzeit basteln wir noch am gesamtem Konzept. Neben dem Verkauf und den Informationen zur Fleischwarenerstellung wird es wohl auch eine Station mit warmen Speisen für den direkten Verzehr geben.“

Schwarz hat Betriebswirtschaft in Berlin studiert und ist seit 2010 Alleingesellschafterin von Schwarz Crazz. Sie ist mit einem Arzt verheiratet und hat zwei Söhne im Alter von zehn und sechs Jahren. Sie lebt mit ihrer Familie in Othmarschen.



Kristin Schwarz führt den 1852-betrieb von 1852

Foto: Roland Magnaia

Erschienen in Die Welt am 11.Juni 2013

MARTIN KOPP

W

eingemmi. Das wäre was gewesen, oder? Manchmal wünscht sich Kristin Schwarz, ihre Vorfahren hätten mit dem Handel von Gummischinken ihr Geschäft aufgebaut. Stattdessen wurde sie in eine Branche hineingegeben, die immer wieder von Gummifisch, Vogelgrippe und weiteren Krisen geschüttelt wird, und in der echte Bosse wie Hühnerbano oder millionenschwere Fleischmonopolisten wie Clemens Tönnies herrschen. Gegen diese muss sich die Mittelständlerin mit ihrem Altländer Wurstunternehmen Schwarz Crazz behaupten. Gegen diese, und gegen die Handvoll großer Handelsketten auf der anderen Seite, die im harten Wettbewerb an der Preisschraube drehen.

Und Kristin Schwarz kann sich behaupten. Am Montagabend wurde sie zur Hamburger Unternehmerin 2013 gekürt. Die Unternehmensverbände „Die Familienunternehmer-ASU“ und „Die Jungen Unternehmer-BJU“ zeichneten Schwarz in einer festlichen Gala in den „Hegeland Rusten“ vor 200 geladenen Gästen mit diesem Titel aus. Die „Welt“ ist Medienpartner der Veranstaltung.

In sechster Generation führt Schwarz den Betrieb, der von ihrem Urgroßvater als kleine Landschlachtere in Crazz gegründet wurde und heute als mittelständischer Lieferant von Fleischwaren im neuen Stammsitz in Neu Wulmstorf rund 600 Mitarbeiter beschäftigt.

Alein das ist schon eine Leistung, weil die Branche seit Jahren einem extrem harten Verdünnungswettbewerb unterliegt. Ertliche kleine Fleischereibetriebe sind dabei auf der Strecke geblieben und haben ihre Unternehmen verkauft. Gewinner des Konzentrationsprozesses sind große Konzerne, wie die Bell AG oder die zu Tönnies' Imperium gehörende Miltken-Gruppe, unter die so namhafte Marken wie Böcklernd, Redfries und Knecke geschlüpft sind.

Als Schwarz 1999 frisch von der Universität kommend in den Betrieb ihres Vaters und Großvaters einstieg, bemerkte sie sehr schnell, dass das Unternehmen mittelfristig in Gefahr geriet, beim Treiben der Größen zersinken zu werden. „Mir war klar, dass wir nur durch Wachstum überleben konnten. Wir hatten damals einen Umsatz von 40 Millionen Euro, wir mussten auf mindestens 100 Millionen Euro kommen.“ Heute sind es 180 Millionen Euro. „Damit sind wir nicht klein und nicht groß, gehören aber zu den Top 20 der Branche.“

Das ging aber nicht von heute auf morgen. Zunächst wollten die Altvordern von Verdünnungen nichts wissen. Wer sollte schon auf sie hören, eine Betriebswirtin, die Wurst bis dahin nur als Konsumartikel kannte? Noch dazu als Frau in einer absolut von Männern dominierten Branche? Vater und Großvater waren sich einig: „Die Nachfrage an der Unternehmensseite musste ein Mann sein“, erinnerte sich Schwarz. Stattdessen kam sie „die tolle, theoretische Frau Schwarz“, die bei Gesprächen mit Händlern und Lieferanten aufkaufte kam erst genommen wurde.

Aber sie erwarb sich den Respekt, krenschte das Unternehmen um. Schwarz verdreifachte die Zahl der Mitarbeiter und hob die herkömmliche Fleischwarenerstellung auf ein industrieständiges Niveau, ohne Abstriche bei der Qualität zu akzeptieren. Sie gelang es, Alles mit Neuen zu verbinden, und, das hat der Jury des Preises besonders imponiert.



Links reifen Mettwurst, rechts Schinkenblöcke mit Pfefferkruste: Kristin Schwarz in einem Rüschenraum ihres Unternehmens

Wenn es um die Wurst geht, ist Frau Schwarz weit vorn

Die 38-Jährige hat eine kleine Landschlachterei zu einem der 20 größten Fleischwarenhersteller geführt. Dafür wird sie als Unternehmerin des Jahres 2013 geehrt

FÜR VERANTWORTLICHES UNTERNEHMERTUM

Die Familienunternehmer – ASU ist ein Interessenverband der deutschen Familienunternehmer, der 1991 unter dem Namen **Arbeitsgemeinschaft Selbstständiger Unternehmer** (ASU) gegründet wurde. Die Mitglieder sind eigenständige Unternehmer. Voraussetzung für eine Mitgliedschaft ist die Vollendung des 40. Lebensjahres, eine Million

marktwirtschaftlich ausgerichtete Gesellschaft, Tochterverhandlung und die Jungen Unternehmer – BJU, denen alle Mitglieder unter 40 Jahren angehören.

„Wichtige Entscheidungen treffen ich im Gespräch mit meiner Familie“

Kristin Schwarz, ChefIn Schwarz Crazz

nieren, wie der Laudator für die Unternehmerin des Jahres, Hamburg Wirtschaftssenator Frank Horch, in seiner Rede deutlich machte. „Zur die Bereitschaft, sich ständig auf neue Herausforderungen und aktuelle Marktgegebenheiten einzustellen, ermöglichte eine lange Firmengeschichte“, sagte er. Die Landschlachtereif Schwarz Crazz sei ein

Paradebeispiel für die Symbiose aus Tradition und Moderne. „Kristin Schwarz ist es gelungen ihr familiäres Erbe in sechster Generation zu bewahren und gleichzeitig zukunftsfähig zu machen. Seit der Generationenübergabe ist es ihr gelungen, das vorausschauende unternehmerische Entscheidungskonzept, das sie mit der Familie aufbaute, aber auch dann nur mit

LEUTE VON WELT

AUSZEICHNUNG

Berührende Dankesworte für Unternehmerpreis

Eine gute halbe Stunde lang berichete ein Zukunftsforacher wortgewand davon, was die Zukunft mit ihrem Drogen und Intervall-Entwicklungen so alles bringen wird – doch als der große Moment anstand, desentwegen die 200 Gäste überhaupt in das Theaterzeit „Fliegende Bauten“ gekommen waren, war das Hier und Jetzt doch spannender: **Kristin Schwarz** erzählte eindringlich davon, wie viel Kraft es kostet, sich in der hart und ungenutzten und von Männern dominierten Fleischbranche durchzusetzen. Das gilt gerade für mittelständische Unternehmen, wie noch am gestrigen Konzept. Neben dem Verkauf und den Informationen zur Fleischwarenerstellung wird es wohl auch eine Station mit warmen Speisen für den direkten Verzehr geben.“

Schwarz hat Betriebswirtschaft in Berlin studiert und ist seit 2010 Alleingesellschafterin von Schwarz Crazz. Sie ist mit einem Arzt verheiratet und hat zwei Söhne im Alter von zehn und sechs Jahren. Sie lebt mit ihrer Familie in Othmarschen.



Kristin Schwarz mit ihrem Mann, Professor Dr. Jörg Schwarz und dem Nachwuchs, zehn und sechs Jahre alt



Michael Moritz, Mitglied des Präsidiums von Bundesverband, Frank Horch und An Schmitt, Vorsitzender Jugendunternehmer (v. l. r.)



Jurymitglieder (v.l.): Hans Lauterbach (Weiler), Kim-Dea Wempe, Matthias Schödel (Witzbach), Claus Brandt (Preisverleihungs-Coopert)



SAHLING

www.sahling-software.de



Verheiratete: Christina und Bruder Christoph Wölke, aus der Budakowicz-Isabellenfamilie

Erschienen in Die Welt am 12.Juni 2013

Gastbeitrag Michael Moritz

Erfolgsmodell Deutschland gerät in Gefahr

Eine neue Vermögensabgabe, wie von SPD und Grünen geplant, würde Hunderttausende Arbeitsplätze kosten

Erschienen im Hamburger Abendblatt am 14.Juni 2013

„Eine Statistik des Sachverständigenrates der Bundesregierung zeigt, dass nur etwa 14 Prozent derVermögen in Deutschland Geldvermögen sind. Der weit überwiegende Teil ist in Betrieben und Immobilien, aber auch in den Maschinen und Anlagen gebunden. Der scheinbar harmlose Steuersatz von einem oder anderthalb Prozent kann sich in der Praxis zu einer Gewinnbesteuerung von bis zu 85 Prozent für ein Unternehmen entwickeln. So bleiben Betrieben nur noch 15 Prozent zum Investieren. Viel zu wenig, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können.“ (...) Es gibt noch einen Aspekt, der gerade nach den massiven Einbrüchen durch die letzte Krise sehr wichtig ist: Diese Steuer nimmt den Betrieben die Möglichkeit, Eigenkapital zu bilden. Nach dem Wuppertaler Gutachten sinkt die Eigenkapitalquote von jetzt 19,8 Prozent um bis zu 5,8 Prozentpunkte. Dabei ist die Eigenkapitalbasis der Familienunternehmen ein entscheidender Krisenpuffer. In den vergangenen Jahren hat sie es ermöglicht, Mitarbeiter zu halten, in der Krise weiter zu investieren und sich über die Durststrecke am Markt zu halten. Weniger Eigenkapital dagegen bedeutet geringere Bonität, größere Abhängigkeit von Banken, und damit werden die Unternehmen der Realwirtschaft viel stärker den Stürmen in der Finanzwirtschaft ausgesetzt sein.

GASTBEITRAG

Erfolgsmodell Deutschland gerät in Gefahr

Eine neue **Vermögensabgabe**, wie von SPD und Grünen geplant, würde Hunderttausende Arbeitsplätze kosten

MICHAEL MORITZ

11 Deutschland soll durch eine Vermögensbesteuerung gerettet werden. Die Debatte darüber wird Deutschland in diesem Wahljahr beherrschen. Das ist zumindest die Absicht von SPD und Grünen. Durch eine Vermögenssteuer – die Grünen nennen sie Vermögensabgabe – sollen einige Vermögende geschröpft und mit den Einnahmen viele gute Aufgaben finanziert werden.

Das ist viel zu kurz gedacht. Leider. Dies gilt sowohl für den Plan, die Vermögenssteuer wieder einzuführen, als auch für das, was als Bemessungsgrundlage herhalten soll. Eine Statistik des Sachverständigenrates der Bundesregierung zeigt, dass nur etwa 14 Prozent der Vermögen in Deutschland Geldvermögen sind. Der weit überwiegende Teil ist in Betrieben und Immobilien, aber auch in den Maschinen und Anlagen gebunden. Der scheinbar harmlose Steuersatz von einem oder anderthalb Prozent kann sich in der Praxis zu einer Gewinnbesteuerung von bis zu 85 Prozent für ein Unternehmen entwickeln. So bleiben Betrieben nur noch 15 Prozent zum Investieren. Viel zu wenig, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können.



Michael Moritz, 46, ist Vorsitzender des Regionalrates Metropolregion Hamburg im Verband „Die Familienunternehmer“ Foto: Klaus Bödig

Familienunternehmen investieren auch in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, die Schaffung neuer Arbeits- und Ausbildungsplätze. Und: Sie können zukünftig weniger für soziale, kulturelle und sportliche Projekte spenden, worauf kirchlich Gese Engagiert von der Hamburgischen Kulturstiftung „Im Abendhult hinein. Für all das wird das Geld in Familienunternehmen wesentlich knapper, wenn eine Vermögenssteuer eingeführt wird. Im Gesamtgehalt aller Unternehmen führt die neue Steuer zu einer Steigerung der Unternehmenssteuern um 194 Prozentpunkte.

Die Sorgen der Familienunternehmen werden von der Wissenschaft bestätigt: Nach einem jetzt vorgestellten volkswirtschaftlichen Gutachten der Bergischen Universität Wuppertal würden die schlimmste Befürchtungen wahr-

den Stürmen in der Finanzwirtschaft ausgesetzt sein. Ist das eine nachhaltige Wirtschaftspolitik, wie sie sich SPD und Grüne vorstellen?

Ganz Europa befindet sich seit sechs Jahren in der Krise und schaut verwundert auf Deutschland, das mit seinen Familienunternehmen und seiner industriellen Basis zum Modell für seine Nachbarn geworden ist. Wir haben eine Rekordbeschäftigung, hohe Ausgaben für Forschung und Entwicklung, bereits jetzt europaweit mit der höchsten Steuer- und Abgabenquote und die höchsten Steuereinnahmen aller Zeiten. Fundament dieses Erfolgs sind die Familienunternehmen, die anders als viele internationale Konzerne in Deutschland Steuern zahlen, investieren und das Gros der Arbeitsplätze schaffen. Die Vermögenssteuer kappt die Wurzeln des gemeinsamen Erfolges und wird Hunderttausende Arbeitsplätze kosten. Die Familienunternehmen und ihre Mitarbeiter sind mit guten Gründen dagegen!

Unternehmer: „Vermögenssteuer schadet Hamburg“

Verband „Die Familienunternehmer“ kritisiert Pläne von SPD und Grünen scharf

Erschienen im Hamburger Abendblatt am 05.Juli 2013

„Für die Familienunternehmen in Deutschland wäre eine Vermögensbesteuerung schädlich und hätte gleichzeitig gravierende negative Auswirkungen auf die Stadt Hamburg und die Region“, schreibt der Landesvorsitzende des Verbands, Friedrich Görtz, in einem offenen Brief an die Abgeordneten der Hamburgischen Bürgerschaft. Laut Görtz würden höhere Steuern in der Hansestadt zu weniger Investitionen, einer Substanzbesteuerung von Betriebsvermögen bei renditeschwachen und Verlusten erzielenden Unternehmen, geringeren Eigenkapitalquoten, einem Verlust an Arbeitsplätzen und in letzter Konsequenz auch zu einem niedrigeren statt einem höheren Steueraufkommen führen. „Die Bemühungen und Erfolge der letzten Jahre zur Erhaltung und Stärkung der Standortqualität würden in kurzer Zeit zunichte gemacht“, heißt es in dem Brief.

Unternehmer: „Vermögenssteuer schadet Hamburg“

Verbandschef kritisiert Pläne von SPD und Grünen scharf

HAMBURG 11 Der Verband „Die Familienunternehmer“ wehrt sich vehement gegen die Pläne von SPD und Grünen, nach einem möglichen Sieg bei der Bundestagswahl im September die Vermögenssteuer wieder einzuführen und weitere Abgaben zu erhöhen. „Für die Familienunternehmen in Deutschland wäre eine Vermögensbesteuerung schädlich und hätte gleichzeitig gravierende negative Auswirkungen auf die Stadt Hamburg und die Region“, schreibt der Landesvorsitzende des Verbands, Friedrich Görtz, in einem offenen Brief an die Abgeordneten der Hamburgischen Bürgerschaft.

Laut Görtz würden höhere Steuern in der Hansestadt zu weniger Investitionen, einer Substanzbesteuerung von Betriebsvermögen bei renditeschwachen und Verlusten erzielenden Unternehmen, geringeren Eigenkapitalquoten, einem Verlust an Arbeitsplätzen und in letzter Konsequenz auch zu einem niedrigeren statt einem höheren Steueraufkommen führen. „Die Bemühungen und Erfolge der letzten Jahre zur Erhaltung und Stärkung der Standortqualität würden in kurzer Zeit zunichte gemacht“, heißt es in dem Brief.

Die Debatte über die Vermögenssteuer wird in diesem Wahljahr beherrschen. Das ist zumindest die Absicht von SPD und Grünen. Durch eine Vermögenssteuer – die Grünen nennen sie Vermögensabgabe – sollen einige Vermögende geschröpft und mit den Einnahmen viele gute Aufgaben finanziert werden.

Das ist viel zu kurz gedacht. Leider. Dies gilt sowohl für den Plan, die Vermögenssteuer wieder einzuführen, als auch für das, was als Bemessungsgrundlage herhalten soll. Eine Statistik des Sachverständigenrates der Bundesregierung zeigt, dass nur etwa 14 Prozent der Vermögen in Deutschland Geldvermögen sind. Der weit überwiegende Teil ist in Betrieben und Immobilien, aber auch in den Maschinen und Anlagen gebunden. Der scheinbar harmlose Steuersatz von einem oder anderthalb Prozent kann sich in der Praxis zu einer Gewinnbesteuerung von bis zu 85 Prozent für ein Unternehmen entwickeln. So bleiben Betrieben nur noch 15 Prozent zum Investieren. Viel zu wenig, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können.



Friedrich Görtz ist der Landesvorsitzende des Verbands Die Familienunternehmer

le Gewinn eines Unternehmens mit dem Faktor 35,3 multipliziert wird und auf diesen Wert dann die Vermögenssteuer- oder Abgabe erhoben werden soll. Die Gewerbesteuerung steigt durch die neuen Pläne nach Berechnungen der Mitgliedsfirmen um rund 20 Prozentpunkte an.

Görtz warnte davor, dass der Standort durch die höheren Belastungen für in- und ausländische Investoren im internationalen Vergleich weniger attraktiv werden könnte, was in der Folge dann zu einem geringeren Steueraufkommen führen könnte. „Die Erfahrungen zeigen, dass die Steuererhöhungen der letzten Jahre für mehr Geld in der des öffentlichen Haushalten gesorgt haben“, sagte er. „Steuererhöhungen sorgen dagegen erhebungsgründlich für weniger Einnahmen.“ Als Familienunternehmer sei es ihm unverständlich, wie man trotz dieser Fakten unbeteiligt an den Plänen festhalten könnte, so Görtz, der auch Mitinhaber der gleichnamigen Hamburg Schokolade ist. (hsh)

30 JAHRE SCHÜTT OPTIK

HAMBURGER FAMILIENUNTERNEHMEN ÜBERZEUGT BIS INS RHEINLAND
100.000 KUNDEN

„GLEITSICHTGLÄSER ZUM NULLTARIF.“ Mit diesem einfachen Slogan wurde aus einem Ein-Mann-Betrieb am Kleinen Burstah ein renommiertes Familienunternehmen mit fünf Filialen und über 30 Mitarbeitern in drei Metropolen. Jetzt feiert Schütt Optik sein 30-jähriges Firmenjubiläum. „Gleitsichtgläser optimal anpassen, ist eine Kunst, die nicht jeder Optiker beherrscht“, sagt der heutige Geschäftsführer und Hauptgesellschafter Kevin Schütt (38). „Unsere Mitarbeiter aber haben aufgrund der 30-jährigen Spezialisierung unserer Firma auf dieses Produkt einen riesigen Erfahrungsvorsprung.“

Spezialisierung plus günstige Angebote – eine Rechnung, die aufging. Schon bald wurden die Geschäftsräume am Kleinen Burstah zu klein und die Firma zog in den Großen Burstah. Noch heute ist hier der Stammsitz des Unternehmens. „Was in Hamburg funktioniert, muss auch in anderen Städten klappen“, dachte sich damals Firmengründer Holger Schütt und eröffnete 2000 in Köln und 2003 in Düsseldorf neue Filialen. „Der Andrang war riesig“, erinnert sich Nachfolger Kevin Schütt. „15 Optiker mussten allein in Düsseldorf im Akkord die Aufträge abarbeiten.“

Erst die Gesundheitsreform von 2004 sorgte für eine Delle in der Geschäftsentwicklung, denn mit den Gesetzesänderungen war es fortan unmöglich, Gleitsichtgläser ohne Zuzahlung anzubieten. Eine unternehmerische Herausforderung für den diplomierten Informatiker Kevin Schütt, der die Geschäfte im selben Jahr von seinem tödlich verunglückten Vater übernehmen musste. Durch akribisches Controlling und viel Kreativität gelang es ihm, an den richtigen Stellen nachzubessern und den Fortbestand der Firma, auch unter harten Wettbewerbsbedingungen zu sichern. Gleichzeitig setzte Kevin Schütt auf neue Trends und Innovationen, eröffnete 2011 in der HafenCity die Filiale SehKunst. Das Konzept: Für jeweils drei Monate wird ganz exklusiv nur ein Label präsentiert, dieses dann aber in einer einmaligen Bandbreite. An den Wänden stellen sich dabei ständig wechselnde Künstler aus der Region vor. Der ebenfalls 2011 eröffnete Trend-Store in der Hamburger Brandstwie rundet das Angebot ab.

In Nordrhein-Westfalen garantiert der jüngere Bruder die Qualität der Gleitsichtbrillen. Cedric Schütt (30) ist als Optikermeister in die Fußstapfen des Vaters getreten. Die beiden Brüder schauen optimistisch in die Zukunft und wollen in weiteren Großstädten die Menschen von ihrer Kernkompetenz überzeugen: Erstklassige Gleitsichtgläser und hohe Beratungskompetenz zu besonders fairen Konditionen.

WER VISIONEN HAT...

DER NORDDEUTSCHE RUNDFUNK VERFILMT ZUSAMMEN MIT SERVUS TV DAS LEBEN VON ALTBUNDESKANZLER HELMUT SCHMIDT. DER FILM ZEIGT ÜBER MEHR ALS NEUN JAHRZEHNTE DIE WICHTIGSTEN STATIONEN SEINES EREIGNISREICHEN LEBENS.

Den roten Faden des Films bildet ein Interview mit dem „Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo, große und entscheidende Momente von Schmidts privatem und politischem Leben werden als Spielfilmszenen dargestellt. Laut einer Mitteilung des NDR stehen für die verschiedenen Lebensphasen von Helmut Schmidt die Schauspieler Peter Striebeck, Bernhard Schütz, Ludwig Blochberger, Markus Quentin und Jonas Kapuscinski vor der Kamera. Seine 2010 verstorbene Ehefrau Loki Schmidt wird von den Darstellerinnen Hildegard Schmahl, Bibiana Beglau und Britta Hammelstein verkörpert. Schmidt öffnete für diesen Film auch erstmals sein Privatarchiv. Dem

Filmteam standen Fotos, Dokumente, Bücher, handschriftliche Notizen und andere persönliche Gegenstände zur Auswertung zur Verfügung.

Produzentin ist Katharina Trebitsch (Trebitsch Entertainment), die Produktionsleitung haben Jeffrey Budd (Trebitsch Entertainment) und Eva-Maria Wittke (NDR). Redaktion: Patricia Schlesinger und Alexander von Sallwitz (NDR), Klaus Bassiner (ServusTV). Das Erste wird „Helmut Schmidt – Lebensfragen“ am Tag von dessen 95. Geburtstag zeigen, am 23. Dezember 2013 (21.45 Uhr).

Autor: Wilfried H. H. Remmers

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 **



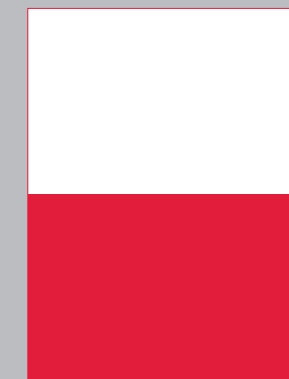
1/1 SEITE A4

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 **



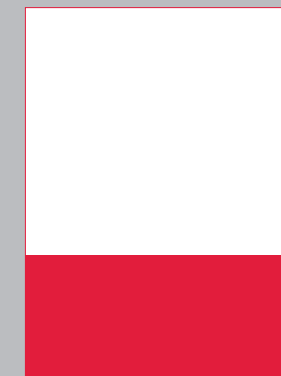
1/3 SEITE A4 HOCH

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 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.)

**EINSTIEGS-
SPECIAL**

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.

MITGLIEDSUNTERNEHMEN STELLEN SICH VOR

artaxo AG
THE SEO SPECIALISTS

Patrick Klingberg



Das Internet ist zentraler Motor für die deutsche Wirtschaft und für Unternehmen ein wichtiger Kanal zur Kundenansprache. Nur wer im Netz gefunden wird und in den Suchmaschinen weit oben steht, gewinnt neue Kunden. Die artaxo AG ist der Spezialist für Suchmaschinenoptimierung in Deutschland. Die im Jahr 2000 gegründete Agentur zählt zu den Pionieren der Branche und betreibt eines der erfahrensten SEO-Unternehmen des Landes. Sie berät ihre Kunden ganzheitlich zu Online-Marketing, um deren Sichtbarkeit im Internet und somit die Wett-

bewerbsfähigkeit zu steigern. Mehr als 300 namhafte nationale und internationale Kunden vertrauten bisher auf die Praxiserfahrung und Qualität der artaxo AG. In individuell abgestimmten Schulungen zum Thema Suchmaschinenoptimierung geben ausgebildete Mitarbeiter die langjährige Erfahrung des Unternehmens weiter.

Der Wissensaustausch unter den Mitgliedern und das Engagement für die Interessen von Unternehmern ist der Grund, warum die artaxo AG Mitglied bei DIE JUNGEN UNTERNEHMER (BJU) ist.

AUSSTELLUNGSTIPP

SALON DER GEGENWART

Autor: Rene S. Spiegelberger

Vom 22. bis 24. November 2013 ist es wieder so weit. Christian Holle und sein Team brennen mit ihrem Salon der Gegenwart ein Feuerwerk zeitgenössischer Malerei ab. Von absoluten Newcomern mit außergewöhnlichen Positionen bis hin zu den ganz großen Stars der deutschen und internationalen Kunstszene, werden etwa 45 Künstler mit ihren Werken zu sehen sein. Mit diesem Format ist mehr als ein Achtungserfolg für die Hamburger Kulturlandschaft, die ansonsten nicht gerade mit ihrer jungen Kunstszene von sich reden macht, errungen worden. Das Ausstellungskonzept wurde 2011 erstmalig umgesetzt. Nach einem enormen Zuspruch seitens des Hamburger Publikums wurde so aus einer einmaligen Ver-

anstaltung eine weiterführende Initiative. Die gegründete gemeinnützige GmbH verdeutlicht die ideellen Werte, die hinter dieser Kunstausstellung stehen.

Hierzu hält die Salon der Gegenwart Mannschaft in einem kleinen Team auf Kunstmessen, Vernissagen sowie Absoluten- und Jahresausstellungen der Kunsthochschulen in ganz Deutschland Ausschau nach neuen künstlerischen Po-

sitionen. Im Interesse eines offenen und unlimitierten Querschnitts wird der Salon der Gegenwart dabei nicht von einem strengen kuratorischen Konzept in seiner Präsentation eingeschränkt.

Der Eintritt ist kostenfrei. Zur Ausstellung erscheint ein umfassender Katalog. Die Bekanntgabe des Veranstaltungsortes erfolgt unter www.salondergegenwart.de

TERMINE

Freitag,	22.11.2013	Vernissage	19.00–22.00 Uhr
Samstag,	23.11.2013	Ausstellung	11.00–17.00 Uhr
Sonntag,	24.11.2013	Ausstellung	11.00–17.00 Uhr

BUCHTIPP

Treffpunkt Bücher
HEYMANN
www.heymann-buecher.de

Thomas Glavinic

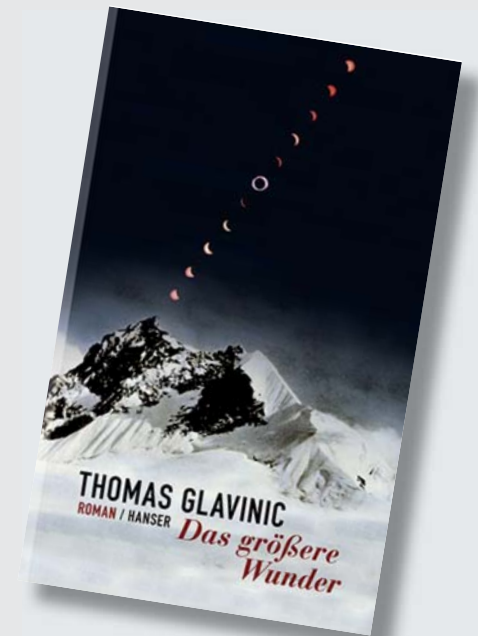
DAS GRÖßERE WUNDER

„Was für ein Buch!“, schwärmt HEYMANN-Pressesprecher Harald Butz. Zum Lesen verführte ihn ein Zitat à la „Glavinic sei wie Highsmith und Kafka in einer Person“. Nach der Lektüre muss er sagen: Lebten Highsmith und Kafka noch – sie würden Glavinic lesen. Selten gelänge es einem zeitgenössischen Schriftsteller so spannungsvoll davon zu erzählen, was ein Leben ausmacht.

Held des Romans ist ein Mann, der an einer Mount-Everest-Expedition teilnimmt. Atemlos folgt man dem Aufstieg zum Gipfel, empfindet die körperlichen Qualen, die der Bergsteiger bei jedem Schritt in die Höhe

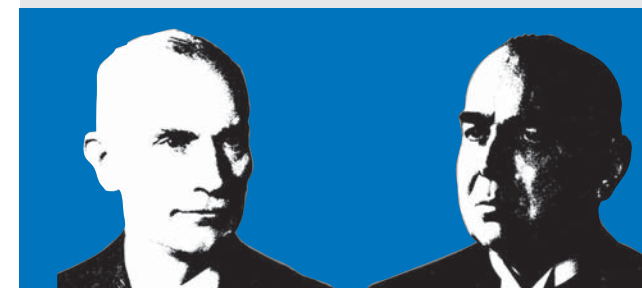
spürt – teilt die schmerzreiche Einsicht, dass jeder Teilnehmer der Expedition auf sich gestellt ist, konfrontiert mit den eigenen Ängsten, Wünschen und Erinnerungen. Der Weg zum höchsten Punkt der Welt führt durch eine Todeszone, in der es ums reine Überleben geht. Raffiniert ist Glavinics Erzählweise. Zwischen den Ereignissen am Berg setzt der österreichische Autor Rückblenden, die hinblicken lassen in die außergewöhnliche Lebens- und Liebesgeschichte eines ewig Suchenden, der zahllose Länder der Erde bereiste und das eine Mal einer Frau begegnete, die alles zu verändern vermochte.

Herzlichen Dank an Bücher Heymann!



Bibliographische Angaben

Verfasser: Thomas Glavinic
Titel: Das größere Wunder
Verlag: Hanser
ISBN 978-3-446-24332-3
Umfang: 528 Seiten
Preis: 22,90 Euro,
ET: 26.08.013



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

5 MINUTEN MIT EDDY WINKELMANN



Foto: Benne Ochs

Liedermacher Eddy Winkelmann

KURZVITA

Eddy Winkelmann, Jahrgang 1957, ist Sänger, Liedermacher und Gitarrist aus Hamburg-Wilhelmsburg. Nach der Grundschule und Mittelstufe absolvierte er 1972 eine Lehre zum Büromaschinentechniker. Nach der Lehre arbeitete er als Offset-Techniker und Grafiker und fuhr als Messbüttel auf Cap-San-Schiffen zur See. Später besuchte er die Fachhochschule für Sozialpädagogik und arbeitete als Erzieher und Sozialarbeiter. Schon mit 18 Jahren schrieb er Texte, Lieder und Geschichten. 1992 wechselte er ausschließlich zur Bühne und zum Tour-Leben. Im Norden ist er seitdem eine feste Größe mit intelligenten und poetischen Liedern. Winkelmann lebt mit seiner Familie in einem ständig zu renovierenden Reetdachhaus in Hamburg-Moorwerder.

Verraten Sie uns Ihren Lieblingsort in Hamburg?
Den Leuchtturm Bunthäuser Spitze in Wilhelmsburg-Moorwerder.

Was tun Sie am liebsten, um mal die Seele baumeln zu lassen?
Bei jedem Wetter aufs Meer sehen.

Wie viele Stunden arbeiten und proben Sie am Tag?
Saisonbedingt eine halbe bis zwölf Stunden pro Tag.

Was treibt Sie an?
Lebenslust und Neugier.

Mit wem würden Sie gerne einen Tag tauschen?
Auf eine Zigarette mit Helmut Schmidt.

Was wollten Sie als Kind werden?
Als Sohn eines Eisenbahners Lokomotivführer. Oder Entdecker.

Was ist das schlimmste Vorurteil über Hamburg?
Immer Regen und kalt.

Auf welche eigene Leistung sind Sie besonders stolz?
Viele Berufe gehabt zu haben, alle mit qualifiziertem Abschluss. Wechseln ohne Rausschmiss.

Wem würden Sie einen Orden verleihen?
Meinen Eltern.

Was bedeutet Glück für Sie?
Zufriedenheit.

Was wollten Sie schon immer mal tun, haben sich aber nie getraut?
Atlantiküberquerung mit einem Segelboot.

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?
Für Opas Fischgeschäft Karpfen austragen.

Und gleich wofür ausgegeben?
Gespart und Kohle gezählt.

Haben Sie ein Vorbild als Sänger und im Leben?
US-Rockmusiker Jackson Browne und meinen Paps.

Was ist für Sie schwierig, zu singen?
Texte, an die ich nicht glaube.

Wann wussten Sie, dass Sie Liedermacher und Sänger werden wollen?
Spät, so mit 30 Jahren.

Welche Instrumente spielen Sie?
Gitarre und Schlagzeug.

Zu welcher Musikrichtung haben Sie gar keinen Zugang?
Jazz goes Klassik, die zwanghaften Zusammenstellungen.

Geben Sie uns eine Lebensweisheit.
Wenn möglich, nichts verschieben.

Das Interview führte Wilfried H. H. Remmers.

SEPA

„SEPA sucht Kunden.“

Jetzt Zahlungsaufträge umstellen.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir unterstützen Sie bei der Umstellung auf SEPA.

Handeln Sie jetzt: Der einheitliche Zahlungsverkehr kommt. Mit SEPA (Single Euro Payments Area) wird der Zahlungsverkehr einheitlich und einfach - mit europaweit einheitlichen Standards für Überweisungen, Lastschriften sowie Kartenzahlungen. **Wie gut sind Sie vorbereitet?** Sprechen Sie uns an!

Telefon: 040/30 91 - 00
www.hamburger-volksbank.de

Hamburger Volksbank
Man kennt sich.

LAST MINUTE Angebote
~ sprechen Sie uns an!

© fotolia.com



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.

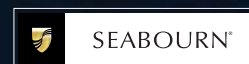


21 NÄCHTE IN EINER AUSSEN-SUITE jetzt ab € 10.450,- p.P.*



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



* Für Abfahrt 20.11.2013 vorbehaltlich Änderungen der Reederei und Verfügbarkeit. Weitere Abfahrten 11.12.2013, 4.1. und 25.1.2014. Preise teilen wir Ihnen gern mit.