

BUSINESS & PEOPLE

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG

WATZULIK
Inhaber Jan Feindt e.K.
BÜRO- UND KOPIERTECHNIK

seit 1985

**KOPIERER
DRUCKER
PLOTTER
SCANNER**

UNKOPIERBAR GUT! Rudolf-Diesel-Str. 1 · 21614 Buxtehude
www.watzulik.de

INTERVIEW

MARKETING

IMMOBILIEN

DIGITAL

PEOPLE

LEBENSZEICHEN 7



Volker Tschirch (AGA) zum Thema Fachkräftemangel **Seite 2**



Warum die Jägermeister-Hirsche sprechen können **Seite 3 bis 7**



Es geht um die Fläche: Der Immo-Boom hält an **Seiten 10 bis 16**



Zwischen Online-Shop und Scherenmanufaktur **Seiten 27 bis 31**



Generationswechsel im Wirtschaftsverein **Seite 38**



Tradition im Südpazifik – Wolfram Birkel berichtet **Seite 39**



Konkurrenz für den Vollmond

Mit einem zumindest europaweit einmaligen Konzept verwandelt der Tostedter Werbe-spezialist und Investor Klaas Dittmer Baukräne in leuchtende Litfas-Säulen, die weithin sichtbar sind. Die Erfindung stammt von dem Papenburger Wilhelm Heitmann. Als Dittmer von der Idee erfuhr, tat er sich sofort mit ihm zusammen und gründete die European Crane Media GmbH, um diese innovative Werbeform an den Markt zu bringen. Was Klaas Dittmer sonst noch so vorhat, lesen Sie auf den **Seiten 5 und 10.**

Schlafen Sie gut? Falls nicht:

Harburg plant den Betten-Boom

Hotelentwicklungsplan weist 17 potenzielle Neubaustandorte aus – Tourismus-Schnittstelle ins attraktive Umland

Von Wolfgang Becker

Tourismus in Harburg – geht das? Diese Frage wird im Rahmen des Hotelentwicklungsplans für Hamburg (HEP) mit Ja beantwortet, denn die Hansestadt Hamburg hat erkannt, dass die Bettenkapazitäten kräftig aufgestockt werden müssen. Auch den Stadtteilen kommt dabei eine Rolle zu, denn Platz ist innerhalb der Hamburger Grenzen bekanntlich Mangelware. Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann hat Harburgs Rolle als Hotelstandort jetzt beim 8. Hamburger Stadtmarketingforum dargestellt und einige interessante Zahlen vorgetragen.

Geht es um Hotelübernachtungen im Hamburger Süden, wird gern auch über die Stadtgrenze geschaut und auf die immer noch recht zahlreichen Landgasthöfe und Hotels im Umland verwiesen – sozusagen als „stille Reserve“ zu vergleichsweise günstigen Preisen. Tatsächlich bietet der Bezirk Harburg 19 Hotels mit insgesamt 723 Betten auf. Das klingt gar nicht so schlecht, täuscht aber darüber hinweg, dass es mit dem Privathotel Lindtner nur ein einziges Premiumhaus und mit dem Panorama zumindest noch ein weiteres Angebot im höheren Preissegment gibt. Alle anderen Adressen sind entweder bewusst Low Budget oder in der 2- bis



Dieses 4-Sterne-Hotel (214 Zimmer) plant die Lorenz Gruppe am Veritaskai in Harburg. Betrieben wird es von der Hamburger Raphael-Gruppe unter der Marke Best Western Premier.

3-Sterne-Kategorie angesiedelt. Durch Bestandsentwicklung – im Wesentlichen möglich bei vier Objekten – ließen sich die Zahlen etwas verbessern. Drei Neubauprojekte sind zudem in Vorbereitung, darunter das 4-Sterne-plus-Hotel, das die Lorenz-Gruppe, wie mehrfach berichtet, bereits konkret am Veritaskai im Binnen-

hafen plant. Darüber hinaus weist der vom Bezirk aufgelegte eigene Hotelentwicklungsplan im Rahmen des HEP 2017 fast 20 Potenzialflächen für Harburg aus – überwiegend im Kerngebiet und punktuell in Süderelbe. Melanie-Gitte Lansmann: „Wir sprechen über 17 potenzielle neue Hotelstandorte. Das klingt zunächst ziemlich ambitioniert, aber meine Wahrnehmung auf der Expo Real in München: Es gibt eine Nachfrage – nicht zuletzt auch deshalb, weil die Grundstückskosten im Süden Hamburgs immer noch deutlich unter denen nördlich der Elbe liegen und die Lage samt Infrastruktur einfach hervorragend ist.“

4-Sterne-plus am Veritaskai

Mit der neuen „Harburg-Info“ setzt das Citymanagement unter anderem auf Tourismus, was im Zusammenhang mit Harburg eher ungewöhnlich erscheint. Melanie-Gitte Lansmann: „Wir haben ein sehr attraktives Hinterland mit vielen touristischen Highlights zwischen Stade und Lüneburg bis hinein in den Heidekreis. Harburg liegt an der Schnittstelle – kann also Hamburger Gästen den Weg nach Süden und Heidetouristen den Weg in die Hamburger City weisen. So verstehen wir diese neue Rolle.“ **Siehe auch Seite 7**

IHR SPEZIALIST FÜR DIE ARBEITSWELT DER ZUKUNFT



WELCOME TO
DIS AG
50

AÜG-REFORM
DIGITALISIERUNG **ROBOTICS**
INGENIEURE **ARBEITNEHMERÜBERLASSUNG** **OFFICE**
EQUAL-PAY **PERSONALVERMITTLUNG** **GLOBALISIERUNG**
INDUSTRIE **DIGITALISIERUNG** **EQUAL-TREATMENT** **AVIATION**
FACHARBEITER **NEW WORK** **BRANCHENZUSCHLÄGE**
GLOBALISIERUNG

Die Arbeitswelt ist mitten im Wandel. Ist Ihr Unternehmen fit für die Zukunft? Als einer der größten Personaldienstleister Deutschlands und Spezialist für Fach- und Führungskräfte begleiten wir Sie gerne auf diesem Weg! Gemeinsam finden wir passgenaue Lösungen für Ihr Unternehmen.

Wir freuen uns auf Sie!

DIS AG
Industrie • Aviation
Poststraße 1 • 21682 Stade
Tel. 04141 9542-0
stade-industrie@dis-ag.com



Von Wolfgang Becker (links) und Wolfgang Stephan.

Editorial

Von wirtschaftlichen Erfolgen und sprechenden Kerzen...

Keine Frage, zumindest bundespolitisch betrachtet war und ist 2017 ein ziemlich rumpeliges Jahr. Immerhin hat der Niedersächsische Landtag eine neue Regierung, die mit Bernd Althusmann sogar einen Wirtschaftsminister aus der Süderelberegion aufbietet. Besondere Vorteile dürften sich daraus kaum ableiten lassen, aber eines ist gewiss: Der Mann kennt sich im Norden Niedersachsens aus. Und er kennt die Befindlichkeiten, die entstehen, wenn sich Landkreise im Schatten einer Metropole wie Hamburg behaupten müssen. Dies birgt sicherlich nicht nur Positives, aber wer die Situation ehrlich betrachtet, kann nur zu einem Schluss kommen: Ohne Hamburg sähe es „hier oben“ ziemlich düster aus. Die wirtschaftlichen Erfolge, die vielfach hohen Steuereinnahmen der Kommunen und die unbegrenzten Möglichkeiten der Ausbildung sind der Tatsache geschuldet, dass Hamburg eine nach wie vor prosperierende Hafen- und Handelsstadt mit industriellem Unterbau von Weltrang und hoher Uni-Dichte ist.

Vor diesem Hintergrund wundert es nicht, dass die Nachrichten aus der Wirtschaft vielfach positiv sind. Insbesondere die Immobilienwirtschaft verzeichnet anhaltend hohe Umsätze, denn die Nachfrage und der Handlungsdruck sind ungebrochen. Der Großraum Hamburg braucht Wohnungen, Unternehmen expandieren, Investoren suchen Anlagemöglichkeiten – passt doch.

Auch Business & People blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück und widmete sich im März erstmals in einem Special der Lebensmittelbranche. Die Planung für 2018 ist weitgehend abgeschlossen – und avisiert ein neues März-Thema: Aviation. Der Flugzeugbau ist einer der Haupttreiber in der Region. Und bietet auch im vor- und nachgelagerten Bereich vielen Menschen Jobs und vielen Unternehmen Aufträge sowie zukunftsweisende Impulse aus dem Bereich Forschung & Entwicklung. Das ist unser Thema im März 2018.

Last, not least: Wenn die ersten LED-Kerzen am Weihnachtsbaum brennen, ist das noch keine Digitalisierung! Erst wenn sie sich aus Spargründen miteinander absprechen, dass nur dann geleuchtet wird, wenn in unmittelbarer ein Mensch vor dem Baum auftaucht, dann ist das neue Zeitalter vollends da...

Vor diesem Hintergrund wünschen wir frohe Weihnachten und einen guten Start ins neue Jahr

Wolfgang Becker und Wolfgang Stephan

Impressum

BUSINESS & PEOPLE

Business & People erscheint in den Landkreisen Stade, Harburg und Lüneburg sowie im Bezirk Harburg.

CHEFREDAKTEUR: Wolfgang Stephan (verantwortlich)
OBJEKTLÉITUNG: Wolfgang Becker
REDAKTION: Wolfgang Becker, Martina Berliner, Karsten von Borstel, Martina Brinkmann, Leonie Ratje
KORREKTORAT: Leonie Ratje
LAYOUT/PRODUKTION: Gunda Schmidt
ANZEIGEN: Sönke Giese (verantwortlich)
VERTRIEB: Achim Preißler
AUFLAGE: 57 500
HERAUSGEBER: Zeitungsverlag Krause GmbH & Co. KG, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade
GESCHÄFTSFÜHRER: Georg Lempke
DRUCK: Pressehaus Stade, Zeitungsdruck GmbH, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade

Die Botschaft an die Unternehmen

Sorgt für ein gutes Image!

INTERVIEW AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch zum Thema Fachkräftemangel im Groß- und Außenhandel – Jede zweite Firma sucht Mitarbeiter



Spricht sich für ein deutsches Einwanderungsgesetz aus: Volker Tschirch, Hauptgeschäftsführer des AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V. Foto: AGA

Die Zeiten, als der Fachkräftemangel ein Alleinstellungsmerkmal des Handwerks und der Technologieunternehmen war, scheinen vorüber. Längst hat er alle Bereiche erfasst – auch den durchaus attraktiven Groß- und Außenhandel. Über die Situation in diesem Berufsfeld sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker mit Volker Tschirch, Hauptgeschäftsführer des AGA Unternehmensverbands in Hamburg. Im AGA sind 3500 Unternehmen aus Norddeutschland organisiert. Diese beschäftigen rund 150 000 Mitarbeiter.

Das Thema Fachkräftemangel ist zurzeit allgegenwärtig – gilt das auch für den Groß- und Außenhandel im Norden Deutschlands?

Wir haben mit rund 44 Millionen Arbeitnehmern in sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung einen sensationellen Arbeitsmarkt. Die Arbeitslosigkeit ist von fünf Millionen im Jahre 2005 auf die Hälfte gesunken. Allein bei der Arbeitsagentur hatten wir im Sommer mehr als eine Million offener Stellen. In vielen Regionen Deutschlands haben wir faktische Vollbeschäftigung. Dies führt bei Stellenausschreibungen speziell im Groß- und Außenhandel dazu, dass die Dauer bis zur Neubesezung sukzessive zunimmt. Wir brauchen heute erheblich länger.

Gilt das für den ausgebildeten Kaufmann im selben Maße wie bei der Suche nach Auszubildenden?

Wir bilden in etwa 40 Ausbildungsberufen aus, da ist die Situation sehr unterschiedlich. In unserem Kernberuf, dem Groß- und Außenhandelskaufmann, ist es noch relativ gut möglich, passgenau zu besetzen. Aber schon heute ist es durchaus so, dass man einen zweiten Blick wagt, auch wenn die Papierform eigentlich nicht den Anforderungen genügt. Wenn die Schulnoten nicht so gut sind, kann jemand ja trotzdem ein Ass im Vertrieb werden. Wir geben unseren Mitgliedsfirmen dazu einen Azubi-Check als Hilfsmittel an die Hand. Da werden online die weichen Faktoren getestet. Aber es gibt eben auch die Bereiche, in denen wir schwerer Bewerber finden – das ist insbesondere dort der Fall, wo die Arbeitszeiten nicht so komfortabel sind.

Was raten Sie den Unternehmen, die bereits ausgebildete Mitarbeiter suchen?

Jedes zweite norddeutsche Unternehmen im Groß- und Außenhandel sucht Fachkräfte. Die Besetzung einer freien Stelle dauert zurzeit im Schnitt zehn

Wochen. Das ist relativ lang. Besonders wenn es um Stellenbesetzungen außerhalb der Metropolen und Unterzentren geht, müssen die Unternehmen ein gutes Arbeitgeber-Image entwickeln. Kleine und mittlere Firmen performen dadurch, dass es überschaubarere Prozesse gibt, in denen Mitarbeiter eigenverantwortlich arbeiten können. Schnelle Entscheidungswege tragen zu einer höheren Arbeitszufriedenheit bei. Aber anders als Konzerne können kleinere Unternehmen eben keine großen Marketingkonzepte auflegen. Wir werben dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen stärker trommeln, dass sie ihre eigenen Arbeitgeberqualitäten erlebbar und messbar machen.

Raten Sie dazu, sich Kununu und Co. nutzbar zu machen? Sich bewerten zu lassen?

Ja klar, als Unternehmen kann ich mich dagegen gar nicht wehren. Daher sollte jeder das positiv nutzen. Wenn ich als Unternehmer Relevanz erzeugen möchte, muss ich mich dem Thema Social Media und Internet-Marketing stellen, um die Generation der 16- bis 40-Jährigen zu erreichen.

Das heißt: Heute muss sich das Unternehmen beim künftigen Mitarbeiter bewerben?

Ganz umdrehen würde ich das nicht, aber es geht um ein Wechselspiel, bei dem auch die Unternehmen ihren Part dazutun müssen.

Kommen wir zu den Themen Digitalisierung und Demografie: Die starken Jahrgänge kommen jetzt so langsam an die Altersgrenze. Alle Prognosen sagen, dass sich das Fachkräftethema eher noch verschärfen wird. Wird die Situation im Groß- und Außenhandel schlechter? Bleibt sie stabil? Oder wird sie vielleicht sogar besser durch die Digitalisierung?

Auf jeden Fall wird uns entgegen aller Unkenrufe die Arbeit nicht ausgehen. Die Digitalisierung wird nicht dazu führen, dass wir weniger Arbeit haben. Sie ist bereits im vollen Gange, und wir haben trotzdem viele offene Stellen. Im Hinblick auf die Demografie empfehlen wir, die vorhandenen Potenziale stärker zu nutzen. Das heißt: Wir müssen die Menschen länger arbeitsfähig halten, damit das gesetzliche Rentenalter erreicht werden kann. Dazu zählt auch die Weiterqualifizierung. Dann müssen wir die Teilzeitmodelle insbesondere bei den weiblichen Beschäftigten überprüfen. Da sollte tendenziell möglichst mehr gearbeitet werden. Das Poten-

zial der qualifizierten Frauen müssen wir auf allen hierarchischen Ebenen nutzen.

Wie sehen Sie das Thema Migration in diesem Zusammenhang?

Hier müssen wir zunächst anschauen, was innerhalb von Europa möglich ist – da gibt es durchaus Länder mit erschreckend hoher Arbeitslosigkeit. Wir haben zwar Freizügigkeit in Europa, aber mit der Anerkennung von Bildungsabschlüssen tun wir uns insbesondere in Deutschland schwer. Da muss etwas vereinfacht werden, um ausländische Qualifikationen einfacher anzuerkennen.

Was sagen Sie einem in Afrika ausgebildeten Finanzberater, Mitte 20, perfektes Englisch, der jetzt in Deutschland ist und unbedingt gerne arbeiten möchte?

Wir müssen uns die Flüchtlinge, die einen sicheren Aufenthaltsstatus haben, sehr genau anschauen. Wenn sie Qualifikationen mitbringen, die wir jetzt schon nutzen können, dann sollte es seitens der Bürokratie möglichst geringe Hürden geben, um diese Menschen schnell in Beschäftigung zu bringen.

Ginge das nicht eventuell zulasten der hohen Standards, auf die Deutschland immer so stolz ist?

Die Annahme, dass im Bereich der Flüchtlinge eine große Zahl exzellent ausgebildeter Fachkräfte zu uns kommt, hat sich so nicht bestätigt. Die gibt es zwar, aber es sind einzelne Juwelen. In der Breite müssen wir qualifizieren und die vorhandene hohe Motivation nutzen. Die ist ein Riesenvorteil. Ein Problem: Wenn sie die Auswahl haben, einen Job zum Mindestlohn zu übernehmen und vielleicht 1400 Euro zu verdienen oder eine Ausbildung mit 600 oder 800 Euro Einkommen zu machen, entscheiden sich viele für den vermeintlich wirtschaftlich attraktiveren Weg und starten mit dem Mindestlohn. Aber dennoch: Wir werden so den hohen Bedarf an Fachkräften in Deutschland nicht decken können. Deshalb plädieren wir für ein Einwanderungsgesetz mit Punktesystem – das brauchen wir. Kanada kann da ein Vorbild sein. So können wir erreichen, dass Menschen zu uns nach Deutschland kommen, die hier für ihren Lebensunterhalt sorgen können. Das ist für uns ein ganz wesentlicher Punkt.

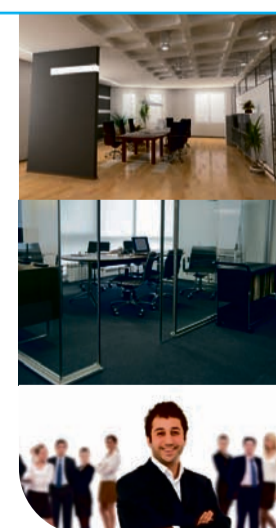
Auf einer Skala von eins, besonders gut, bis zehn, besonders schlecht, zum Thema Fachkräfte im Groß- und Außenhandel – wo stehen wir da? Zwischen fünf und sechs.



Büros zu vermieten
Flächen 21-160m² ab Frühjahr 2019

Ihr Business Center in Tostedt. Der 3. Bauabschnitt kommt.
Über 2.000m² professionelle Bürofläche. Einzelbüros schon ab 21m².

Kümmern Sie sich um Ihre Kernkompetenzen, wir machen den Rest!

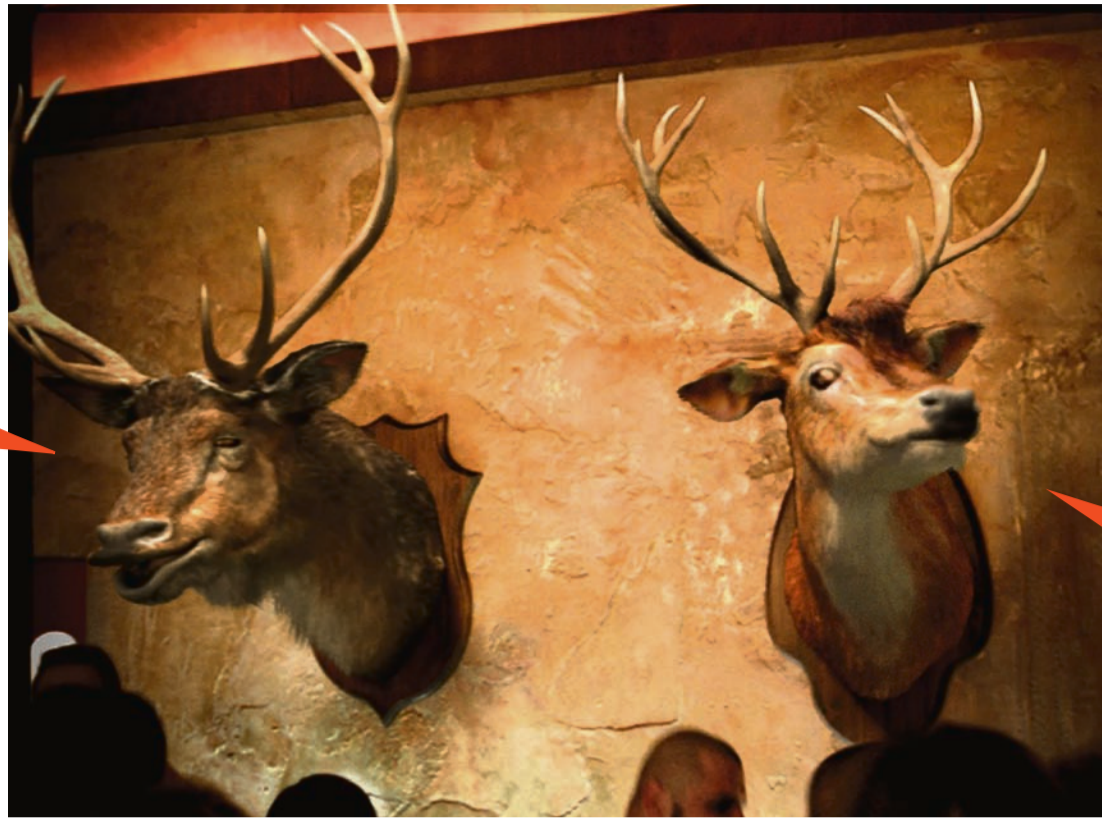


medienwerk 
...gute Idee!

Medienwerk 15 GmbH
Friedrich-Vorwerk-Straße 13-15 · 21255 Tostedt
Tel. 04182 - 80 77 890 · www.medienwerk15.de

Unser Service:

- Buchhaltungs Service
- Catering
- Coffee-Lounge
- Dachterrasse mit Loungemöbeln und Weitblick
- Empfangsservice
- Event Service
- Finance Begleitung
- IT Services
- Konferenzräume
- Lager-Service
- Pool Fahrzeuge
- Post- und Paketservice
- Präsentationstechnik
- Reinigungsservice
- Sekretariatsservice
- Strategie-Begleitung
- Telefonservice



Legendär: Die sprechenden Hirsche Rudi und Ralf waren eigentlich für die TV-Werbung in den Niederlanden kreiert worden, der Spot funktionierte aber auch in Deutschland sehr gut.

Hey, Rudi, wie hieß noch gleich der Kerl, der uns an die Wand genagelt hat?

Ich glaube, Jack Daniels. Nee, warte mal...

INTERVIEW Er hat's erfunden: Marketingprofi Jack Blecker machte den Kräuterlikör Jägermeister zu einer Welt-Marke

Er ist gebürtiger Lüneburger, diente zwölf Jahre bei der Bundeswehr (1973 bis 1985), war Vertriebschef bei Tchibo (bis 1998) und kam 1999 zur Mast-Jägermeister AG: Jack Blecker ist Marketingprofi und unter anderem der Mann, der die legendären Werbespots mit den Hirschen Rudi und Ralf ins Fernsehen brachte. Mittlerweile ist er im Ruhestand. Im Gespräch mit Martina Brinkmann erzählt Jack Blecker, wie er als Vorstand „Marketing und Vertrieb“ den urdeutschen Kräuterlikör Jägermeister auf die Weltbühne brachte.

chen in den Vereinen? Anfang der 2000er-Jahre haben wir uns entschlossen, stattdessen in die Musikszene zu gehen: Bandsponsoring, Talentförderung, eigeninitiierte Tourneen. Persönlich hat mir übrigens am meisten die Kreation der USA-Touren Spaß gemacht: fokussiert auf Heavy Metal Music. Ich habe die Jungs von Slayer, Slipknot, Disturbed, Drowning Pool und weitere alle persönlich kennengelernt – großer Spaß! Aber Achtung! Eine Neupositionierung will im Tagesgeschäft geschickt gemanagt werden: Bei allem Neuen gilt es natürlich, die aktuellen Verwender zu halten, sie nicht zu verprellen!

litisch werden immer wieder Steuererhöhungen auf Alkohol gefordert...

Lassen Sie mich mal so antworten: Alkohol ist Alkohol! Warum werden eigentlich Bier, Wein und Spirituosen unterschiedlich besteuert? Und schützen hohe Steuersätze denn wirklich vor Alkoholmissbrauch? Mit einem Blick zum Beispiel nach Skandinavien könnte man zu einer anderen Beurteilung kommen. Ich erwarte von der Politik jedenfalls einen anderen Weg, nämlich den der Information, der Aufklärung.

Na klar! Wenn wir das Gesagte noch einmal Revue passieren lassen, dann muss man doch feststellen, dass ich ziemlich „old school“ geantwortet habe, jedenfalls aus heutiger Sicht. Vor zehn bis 15 Jahren waren wir mit den beschriebenen Maßnahmen „state of the art“, ganz vorne mit dabei. Wir haben abseits von Marketing-Lehrbüchern gehandelt, die ja jeder andere auch lesen und umsetzen kann. Wir haben konsequent anders, „out of the box“ (raus aus der Schublade, d. Red.), gedacht und gehandelt. Warum soll das heute nicht auch noch möglich sein? Bedenken Sie bitte, wie sich die Kommunikationsmittel und deren Nutzung in den letzten Jahren entwickelt haben. Nehmen wir doch Social Media als Beispiel: Das vergangene Jahrzehnt hat gezeigt, wie schnell sich Markenkommunikation im Internet verändert hat. Einerseits ist es einfacher geworden, die relevante Zielgruppe anzusprechen, andererseits steigt auch der kritische Umgang mit diesen Medien. Wie spreche ich die Nutzer einer Plattform spezifisch an? Welchen Inhalt möchte ich wie liefern? Gibt es geeignete Markenbotschafter? Wer heute im Internet nur „state of the art“ ist, hat den Anschluss meist schon verpasst. Das eben beschriebene „Out of the box“-Denken ist heute wichtiger denn je.

Da ist, wie ich finde, die Politik inzwischen ziemlich gut unterwegs. Wichtig ist mir überdies, dass sich die handelnden Unternehmen selbst in die Verantwortung nehmen, um insbesondere auch Jugendliche vom Alkohol fernzuhalten. Jede Aktivität, jede Werbemaßnahme gehört auf den Prüfstand, ob sie genügend Abstand zu Minderjährigen hält. Auch hier habe ich den Eindruck, dass diese Selbstverpflichtung von der Industrie gut umgesetzt wird.

Um noch einmal auf Jägermeister zurückzukommen. Können ähnliche Erfolgsgeschichten denn heute noch geschrieben werden?

Jägermeister gilt als Lehrbeispiel für erfolgreiches Marketing: vom angestaubten Altherrengetränk in Deutschland zu einem Top-Ten-Player im weltweiten Spirituosenmarkt in nur wenigen Jahren. Wie ist so etwas möglich?



Jack Blecker verantwortete in den 90er-Jahren das Marketing für die Spirituosenmarke Jägermeister und bereitete maßgeblich den Aufstieg des Kräuterlikörs in die weltweite Top-Ten-Riege.

Klingt nach einem Über-Nacht-Erfolg, nicht wahr? War es aber nicht. Richtig ist, dass die Marke vor 20 Jahren in Deutschland zwar aus der Mode gekommen war, aber immer noch über eine gute Basis verfügte. Denken Sie nur an legendäre Werbeaktivitäten wie die Einführung der Trikotwerbung im professionellen Fußball oder die Unikatkampagne „Ich trinke Jägermeister, weil...“ in den 1970ern – der Nachhall des Anderssein, des Kreativen war noch Teil der Markenwahrnehmung. Zudem war das Absatzvolumen zu der Zeit noch bedeutend, allerdings waren die Konsumenten hier in Deutschland tatsächlich eher älter und eher männlich.

Wie ist es gelungen, die Marke so erfolgreich neu zu positionieren?

Nun, da muss ich über das seinerzeit bereits existierende, wenn auch noch vergleichsweise kleine internationale Geschäft sprechen. In einer Anzahl von Auslandsmärkten hatte sich Jägermeister jeweils über lokale Vertriebspartner seit den 1960er-Jahren schon Marktpositionen erarbeitet. Insbesondere in den USA galt die Marke an den Colleges und Universitäten, also in der jungen Verwendergruppe U21 als cool und hipp. Viele der dort und in anderen Märkten erfolgreich eingesetzten Marketingtools haben wir im Sinne des best-practice-Managements nach Deutschland geholt, den hiesigen Bedingungen angepasst und eingesetzt.

Geben Sie doch bitte einige Beispiele.

Da fallen mir als erstes die „Jägerettes“ ein: Promotio-onteam, die nicht nur das Produkt kostenfrei an die Gäste in gastronomischen Betrieben abgeben, sondern in den Bars und Pubs für eine Stunde eine echte Party veranstalten. Entertainment pur. Dann zieht das Team weiter in die nächste Bar und sorgt so in einem ganzen Kiez für eine Nacht für eine einzigartige Jägermeister-präsenz – plus „Hinterlassenschaften“ wie Werbemittel und so weiter. Oder nehmen Sie die „tap-machine“, die wie die „Jägerettes“ bereits in den USA im Einsatz war: Eine Zapfanlage, die der Marke in dem gastronomischen Betrieb nicht nur Visibilität gibt, sondern zudem das Produkt eiskalt ins Glas bringt.

Die Hirsche gehörten auch zum Programm?

Die TV-Hirsche kommen aus den Niederlanden. Rudi und Ralf haben auch im deutschen Werbefernsehen für Eurore gesorgt. Es gibt viele dieser Beispiele, vielleicht noch ein letztes: Jägermeister war ja traditionell sehr stark im Sportsponsoring, ob im Profifußball, ob an mehreren Tausend Werbebanden auf Amateursportplätzen, ob in der Formel 1, ob in der DTM. Aber Sport und Alkohol? Mit zehntausenden von Kindern und Jugendli-

So wurde die Marke also in Deutschland erfolgreich neu aufgestellt, andere bestehende Märkte wurden ausgebaut. Aber reicht das, um in die weltweite Top-Ten-Liste der internationalen Markenspirituosen zu kommen?

Wir sprechen über konsequente Internationalisierung, die Eroberung neuer Märkte. Die Marke wird heute in weit über 100 Ländern organisiert vertrieben. Das meint also nicht die Verschiffung einer Palette in irgendeinen Großhändler in Vietnam oder anderswo, sondern einen geordneten Markenaufbau über lokale Vertriebspartner. Denn eines gilt bei aller Notwendigkeit einer

globalen Markenpositionierung und der Übertragung gelungener Vermarktungsaktivitäten von einem Land in das andere: All business is local (Jedes Geschäft funktioniert nach lokalen Regeln, d. Red.)!

Was sind denn Ihrer Meinung nach die Erfolgsfaktoren im internationalen Geschäft?

Ich kann nur über „fast moving consumer goods“ (Konsumgüter mit hoher Umsatzfrequenz, d. Red.) reden, im Speziellen eher noch über die Getränkeindustrie. „All business is local“ meint in letzter Konsequenz, dass sich Marken-Manager, die aus Deutschland heraus arbeiten, nicht einbilden sollten, die Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten zum Beispiel in Südkorea vorgeben zu können. Und ein deutscher TV-Spot funktioniert selbst in Österreich nicht automatisch. Der Weg einer Spirituosenmarke in einen neuen Markt führt nicht über den lokalen Lebensmittelhandel, sondern im Wesentlichen über die Gastronomie. Der Lebensmittelhandel wird ja nicht nur in Deutschland jährlich von tausenden von Produktneueinführungen überschwemmt, von denen nur ein Bruchteil das erste Jahr übersteht, und ist nicht nur hier in Deutschland von Konditionensystemen und Rabattforderungen gekennzeichnet. Es ist also der richtige Weg, auf Pull- statt auf Push-Aktivitäten zu setzen, will sagen, den Herausverkauf zu fördern und nicht etwa den Hineinverkauf in den Handel seitens der Industrie. Überaus wichtig ist eine konsequente, harmonisierte Preispolitik. Die Endverbraucherpreise unterscheiden sich durch die unterschiedliche Steuerpolitik in den einzelnen Märkten zum Teil erheblich, was für die internationale Markenführung aber nicht relevant ist. Gefährlich wird es erst, wenn man nach dem Opportunitätsprinzip dem Handel in den Ländern unterschiedliche Einkaufspreise einräumt. Die Folge ist das sogenannte Parallelgeschäft: Der Händler mit den günstigeren Einkaufskonditionen macht ihnen dann in einem anderen Land mit ihrem eigenen Produkt Preisdruck und Wettbewerb. Viele große Marken können Bücher über dieses Problem schreiben.

Sie sprachen eben nebenbei über die unterschiedlichen Steuersätze in den Märkten. Gesundheitspo-



Janina Rieke, Leiterin Businessbank

Für einen starken Mittelstand. //////////////////////////////////////

WIR VERNETZEN DIE REGIONALE WIRTSCHAFT.

Weil wir mit unseren Kunden in der Metropolregion Hamburg an einem Strang ziehen. Deshalb vertraut in und um Lüneburg bereits mehr als jedes zweite Unternehmen auf uns als Hausbank.



sparkasse-lueneburg.de



Nicol Stöcken ist eine professionelle Filmemacherin, die für Tageblatt TV auch Imagefilme produziert.

Und Äktschn...

Nicol Stöcken bringt Bewegung in Ihre Bilder – Das rät Tageblatt TV zum Thema Imagefilm

Bewegte Bilder faszinieren. Das machen sich auch immer mehr Unternehmen zunutze, die Imagefilme produzieren lassen und beispielsweise auf die eigene Homepage stellen. Mit Nicol Stöcken arbeitet eine versierte Filmemacherin für Tageblatt TV und Sie kommt gerne direkt in die Unternehmen, um die bewegten Bilder zu produzieren. Wer den Aufwand scheut und meint, ein kleines Handy-Video tue es doch auch, für den hat sie ein paar Tipps parat.

JEDER HANDYBESITZER KANN HEUTE IMAGEFILME DREHEN! Stimmt! Aber so sieht das Endprodukt dann auch aus. Der professionelle Imagefilm zählt zu den wirksamsten Marketing-Maßnahmen. Menschen denken visuell. Der Imagefilm dient als perfektes Werkzeug, um seine Zielgruppe zu erreichen und genau dort einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen – ohne aufgesetzt zu wirken. Filmische Ästhetik: emotional und authentisch. **OHNE PLAN, KEIN FILM** Am Anfang eines Imagefilms steht immer das richtige Konzept. Es ist der rote Faden, der sich durch das gesamte Projekt zieht und wie maßgeschneidert zum Kunden passt. In einem ersten Gespräch werden die Kommunikationsziele des Filmes gemeinsam erarbeitet. Zum Beispiel die Präsentation eines Produkts, die Gewinnung („recruiting“) von Auszubildenden, eine Imageveränderung des Unternehmens.

ABGEDREHT Mit dem passenden Equipment ausgerüstet geht es dann zu den Dreharbeiten vor Ort. Je nach Filmkonzept werden nun Interviews mit den Mitarbeitern, Geschäftsführern oder Kunden angefertigt. Im besten Fall wird chronologisch das Script hintereinander abgedreht. Bei Außenaufnahmen ist gutes Wetter besonders wichtig.

DREH BEENDET, ARBEIT GEHT WEITER... Jetzt geht's ans Eingemachte: Wenn alle Szenen für den Imagefilm abgedreht sind, sichtet der Cutter das vorhandene Material. Erst aus dem perfekten Zusammenspiel von Bildern, Schnitt, Text (Vertonung) und (gema-freier) Musik wird ein professioneller Film mit einer eigenen Seele.

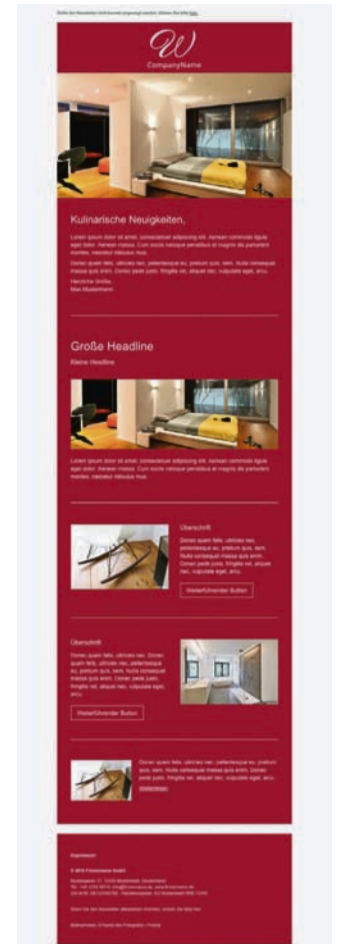
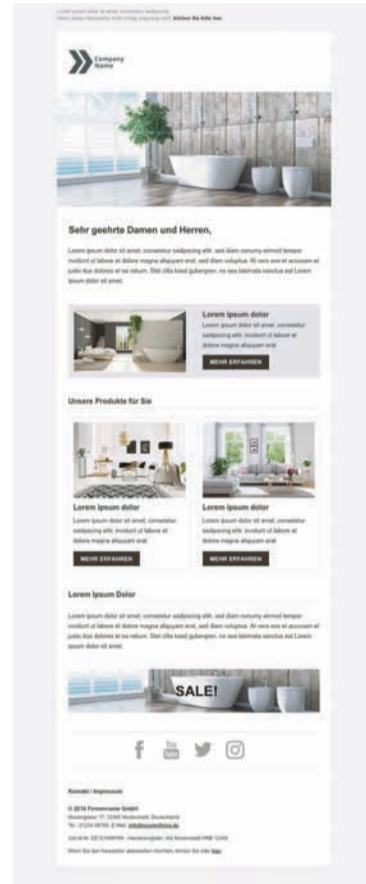
ZEIGT HER EURE SCHNITTE! Der Imagefilm wird in einer ersten Version dem Auftraggeber präsentiert. Diese Version besitzt meist noch keine Farbbearbeitung. Das so genannte Colorgrading ist in der Postproduktion sehr aufwändig und wird erst nach vollständiger Abnahme der Filmsequenz vollzogen.

DA WÄRE NOCH EINE KLEINIGKEIT... Bei der Angebotserstellung werden Korrekturstufen vereinbart. Branchenüblich sind zwei bis drei Stufen. Damit erhält der Kunde die Möglichkeit, trotz vorheriger Absprachen, kleine Veränderungen an seinem Film vornehmen zu lassen. **BITTE SCHÖN. DANKE SEHR!** Der fertige Imagefilm (inklusive Musiklizenzen und Rechteabtretung) wird dem Auftraggeber auf einer Master-DVD oder einem USB-Stick überreicht. In den vergangenen Jahren hat sich dazu der Daten-Transfer per Internet via FTP-Server oder ähnliches immer mehr zu einer Alternative zum Versand per Post entwickelt.

VORHANG AUF... Mit den richtigen Suchbegriffen im Internet (SEO) und diversen Verlinkungen beispielsweise zu Youtube wird Ihre Website im Google-Ranking schneller gefunden. Das Internet als Distributionskanal: auf der Website, Social Web, Youtube (und andere Videoplattformen), als E-Mail, Kundengeschenk, Mitarbeitergeschenk, für Messen, Veranstaltungen, Präsentationen und für die Akquise.

» Web: <http://tageblatt.tv/team/>

Die Muster-Templates sind responsive, passen sich also allen Endgeräten an.



Weihnachten?

Jetzt geht die Post ab!

Hübsche Karte war gestern – Heute stehen alle Signale auf E-Mail-Marketing. Profi-Tipps von Henrik Steffen/top concepts

Es erinnert ein wenig an eine Petersilienhochzeit – zwölftehalb Jahre lang naht der Termin, und wenn es soweit ist, hat man es gerade vergessen. Kurz: Immer wieder überraschend klopft jedes Jahr am 24. Dezember Weihnachten an die Tür. Da war doch was? Richtig – wieder keine weihnachtlichen Schmuckkarten für Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter besorgt. Allerdings sind Karten auch Schnee von gestern, denn Weihnachtspost lässt sich bequem, hübsch gestaltet und zeitlich auf den Punkt per Mail verschicken. Henrik Steffen, Geschäftsführer von top concepts in Harburg: „Weihnachtspost ist ja genau genommen auch eine Form des Marketings. E-Mail-Marketing ist eine moderne, vor allem aber sehr zielgerichtete und effektive Möglichkeit, Kunden anzusprechen.“ top concepts ist eigentlich auf die Konzeption und die Programmierung von Online-Shops spezialisiert (siehe auch Seite 27). Dass viele Shop-Betreiber zugleich Tools für E-Mail-Marketing integrieren, liegt auf der Hand. So erstellt top concepts beispielsweise für seinen Kunden www.cortexpower.de nicht nur den Online-Shop, sondern auch die E-Mail-Kampagnen (siehe Foto). Wichtig ist allerdings, dass ein paar juristische Feinheiten beachtet werden, denn im privaten wie im geschäftlichen Miteinander gilt: Eine Mail beispielsweise als Newsletter darf nur an Empfänger verschickt werden, die damit einverstanden sind und dies bei irgendeiner Gelegenheit auch mit einem Häkchen versehen haben.

Gezielte Ansprache

Im Vorteil ist also derjenige, der bereits über einen autorisierten Adressenstamm verfügt und sein Netzwerk per Knopfdruck bedienen kann. Zum Beispiel mit einem Weihnachtsgruß, aber eben auch mit interessanten Unternehmensnachrichten, Brancheninformationen oder Angeboten. Entsprechende Software-Einstellungen ermöglichen auch eine Selektion, wenn beispielsweise Informationen nur für einen Teil der potenziellen Adressaten interessant sind. So lassen sich unnötige Mails vermeiden – statt nach dem Gießkannenprinzip erfolgt eine gezielte Ansprache.

Henrik Steffen: „Wichtig ist, dass die Mailings auf allen Empfängergeräten funktionieren. Sie müssen also über responsive Design verfügen, sich sowohl einem Smartphone anpassen als auch einem Tablet und einem PC-Bildschirm. Ein weiterer Vorteil: Wir können die Mailings individuell gestalten. Das führt zu einem hohen Wiedererkennungswert. Und: Per Mail erreiche ich eine zeitpunktgenaue Zustellung.“ Das heißt: Die Weihnachtspost kommt tatsächlich rechtzeitig an und nicht erst nach Neujahr – weil die traditionellen Postkanäle wieder einmal völlig verstopft waren. Die Programmierer und Designer von top concepts bauen in Absprache mit den Kunden sogenannte Templates –



Henrik Steffen und ein Teil seiner Web-Entwickler, Mediengestalter und Programmierer: Hier bei top concepts in Harburg entstehen unter anderem kreative Auftritte für Kunden, die in das E-Mail-Marketing einsteigen möchten. Foto: Wolfgang Becker

grafische Formate, die vom Versender nach Belieben mit Inhalt gefüllt werden. Die Bedienung ist einfach, die Post schnell auf dem Weg. Wer eine individuelle Lösung haben möchte, muss einmalig mit gut 1000 Euro rechnen. Die Basisversion gibt es bereits für die Hälfte. Das Premium-Template liegt bei rund 800 Euro und bietet einfach mehr Gestaltungsmöglichkeiten als die günstigste Lösung.

top concepts arbeitet mit „CleverReach“ zusammen, einer Software-as-a-Service-Plattform, die sich auf professionellen E-Mail-Versand spezialisiert hat und die auch die rechtskonformen An- und Abmeldungen der Empfänger verwaltet. Dieses Tool kann wiederum ideal mit einem Online-Shop (aber auch mit CRM- oder ERP-Systemen) gekoppelt werden und wird so zu einem Verteilmedium, das entweder gegen eine feste Monatsgebühr eine Flatrate bietet (unbegrenztes Mailingvolumen für derzeit 69,95 Euro bei 5000 Empfängern) oder eine Pre-Paid-Lösung vorsieht – zum Beispiel 60 Euro für 5000 Mails. Wer also zwei Mal im Jahr einen Newsletter an 1000 Adressaten verschicken möchte, kommt damit recht weit. Und wer es einfach mal ausprobieren möchte, der kann sogar eine kostenlose Lösung testen: 1000 Mails pro Monat an maximal 250 Empfänger E-Mail-Adressen.

Henrik Steffen: „CleverReach empfiehlt bundesweit drei Agenturen – eine davon sind wir. Die Vorteile von E-Mail-Marketing liegen auf der Hand: globale Erreichbarkeit, persönliche Ansprache der Empfänger, Wegfall der Portokosten und kompatible Nutzung von CRM-Systemen.“ CRM steht für Customer Relationship Management – die Verwaltung von Kundendaten. wb

» Web: <https://www.topconcepts.de/cleverreach/>



WIRTSCHAFTS
REGION
NORDHEIDE

Mitten im südlichen Norden

Gewerbe-
flächen
an der A7 –
für mehr Dynamik
& Wachstum.

www.wirtschaftsregion-nordheide.eu



Eine echte Innovation: der Baukran aus Werbeträger. Diese Simulation unten zeigt einen Mobilkran, der auf fast 23 Metern Höhe ein zylindrisches Banner trägt. Diese Version wird derzeit von European Crane Media entwickelt.



European Crane Media macht dem Mond Konkurrenz . . .

Der Tostedter Werbeprofi Klaas Dittmer verwandelt Baukräne in Leuchtobjekte mit Fernwirkung



Klaas Dittmer (links) und Wilhelm Heitmann haben sich zusammengetan, um die Konzeptidee voranzutreiben.



Erste Kran-Werbeträger sind bereits im Einsatz, das Interesse in der Wirtschaft ist geweckt.

Er hat ein Gespür für ausgefallene Ideen: Als Klaas Dittmer, Inhaber und Geschäftsführer der Medienwerk 15 GmbH in Tostedt, vor etwa zwei Jahren auf Wilhelm Heitmann traf, war er sofort Feuer und Flamme. Der Papenburger hatte ein System entwickelt, mit dem sich Baukräne als Werbeträger nutzen lassen. Klaas Dittmer war so begeistert, dass er spontan „einstieg“ und mit Heitmann die European Crane Media gründete. Die Gesellschaft entwickelt und vertreibt weithin sichtbare „hinterleuchtete Werbe-Rundkörper“ – der Prototyp leuchtet bereits an einem Baukran in Altona und wirbt für Köster Bau und den Projektentwickler aurelis, der dort auf dem ehemaligen Bahnhofsgelände quasi einen neuen Stadtteil plant (siehe auch B&P September 2016). Kurz: Der Mond bekommt Gesellschaft. Die Idee ist auf den ersten Blick einfach, hat es aber in sich. Der beleuchtete Zylinder als Bannerfolie wird an einem Ring aufgehängt, der sich um den vertikalen Teil des Krans schließt. Je nach Kranart kann die Werbeanlage bis zu vier Meter Durchmesser und zehn Meter Höhe haben – ein vergleichsweise großes Leuchtobjekt, das dann auf die entsprechende Höhe gehievt wird. Da Baukräne sicher stehen müssen und auch bei Sturm nicht umfallen dürfen, ist die Befestigung eines Werbeträgers von diesen Ausmaßen eine spezielle Herausforderung. Klaas Dittmer: „Wir montieren das System nur an Kränen, die nicht ihre volle Höhe haben. Ist ein Kran nur auf 70 Prozent seiner statischen Maximalauslastung, nutzen wir die Differenz, um den Rundkörper zu montieren.“ Selbstverständlich werden solche Einsätze vorher genehmigt. In Fachkreisen spricht man von einem „Bannerrahmensystem für große Turmdrehkräne“ – ein innovativer Ansatz. Die Idee hat bereits für Aufsehen gesorgt. Dittmer: „Wir sind mit weiteren Kunden konkret im

Gespräch und haben die Idee bereits weitergedacht.“ Ganz aktuell ist der innovative Tostedter Werbeprofi mit einem Fahrzeugbauer in Gesprächen, um einen mobilen Werbeturm bauen zu lassen. Die Zeichnungen hängen bereits an der Bürowand im Medienwerk 15. Dittmer: „So ein mobiler Turm zählt genehmigungstechnisch zu den ‚fliegenden Bauten‘. Das heißt: Er darf ohne Genehmigung überall befristet stehen. Der Arm kann auf eine Höhe von fast 23 Metern senkrecht ausgefahren werden. Wir wollen ein rundes Bannerrahmensystem als Werbeträger installieren, das sich quasi selbst entfaltet. Ausgestattet mit einem Windmessgerät und der entsprechenden Steuerung würde der Zylinder bei zu starker Windlast eigenständig hochfahren und sich aus Sicherheitsgründen einfallen.“

Schritt zwei: Der mobile Werbeturm

Klaas Dittmer ist sicher: „So ein System gibt es bislang nicht auf dem Markt. Das ist völlig neu und ideal geeignet als weithin sichtbare Werbung beispielsweise für Festivals, Messen, Events aller Art, Wahlwerbung, aber auch Unternehmensaktionen und sogar Baustellen.“ Unter dem Dach der Medienwerk15 GmbH (siehe auch Seite 10) hat Dittmer die Marke druckstudio. de etabliert. Er hat ein breit gefächertes Portfolio: Drucksachen, Lettershop, Textildruck, Präsentationstechnik, Folienbeschriftung, Fahrzeugbeschriftung, Leuchtwerbung, Schilder, Schildersysteme und Pylone, Werbeartikel und Baustellenwerbung – dazu zählt auch das jetzt entwickelte Baukran-System. wb

Web: www.european-crane-media.com/



Volles Haus gegen FrischAuf Göppingen: Handball ist schnell, dynamisch und spannend – beste Voraussetzungen, um auch mit Geschäftspartnern ins Gespräch zu kommen.

Sportsponsoring à la BSV

Die Buxtehuder Bundesliga-Frauen bieten Handball auf Höchstniveau und ein attraktives Business-Netzwerk



Marketingleiter Thorsten Sundermann (links), Spielerin Jessica Oldenburg und Geschäftsführer Michael Schmidt hoffen auf weitere Unterstützung aus der Wirtschaft im Hamburger Süden. Fotos: Wolfgang Becker

Zwischen Handball und Fußball klafft eine Riesenlücke: „Während der HSV für einen neuen Fußballspieler vier Millionen Euro ausgibt, könnten wir mit demselben Betrag vier Jahre lang die ganze Bundesliga-Mannschaft des BSV betreiben“, so Michael Schmidt, neben Peter Prior geschäftsführender Gesellschafter der Handball-Marketing Buxtehude GmbH & Co. KG. Schmidts Worte richteten sich an Gäste aus Harburg, denn der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden war mit drei Dutzend Mitgliedern zur Bundesliga-Partie Buxtehuder SV gegen FrischAuf Göppingen angereist. Hintergrund: Der Verein sucht weitere Sponsoren für seine erfolgreiche Arbeit im Damen-Handball. Gemeinsam mit Marketing-Leiter Thorsten Sundermann und der Bundesliga-Spielerin Jessica Oldenburg präsentierte Schmidt den BSV als lohnenden Werbeträger für Partner aus der Wirtschaft. Ziel sei es, den Verein mit der wurfstarken Damenriege auch in der Region Hamburg Süd bekannter zu machen. Sundermann: „Üblicherweise gehen Sponsoring-Verträge über eine Saison. Das Spektrum reicht von der klassischen Trikot- und Bandenwerbung über Anzeigen in unseren Publikationen, Werbung auf der BSV-Fahrzeugflotte, Online-Werbung bis hin zum gezielten Sponsoring einzelner Spielerinnen. So wirbt die Sparkasse Harburg-Buxtehude beispielsweise mit Nationalspielerin Lone Fischer, die Stadtwerke Buxtehude haben Torhüterin Antje Peveling zu ihrem Werbegesicht für die neuen Produkte BSV-Strom und -Gas gemacht.“

Alle Verträge werden mit der Marketing-Gesellschaft abgeschlossen, denn dort sind die Spielerinnen angestellt. Auch die Bundesliga-A-Jugend und das Juniorenteam (3. Liga) werden über die GmbH abgewickelt. Sundermann: „Die Klammer um Bundesliga und Nachwuchsförderung zu legen, ist uns wichtig. Auch vielen Unternehmen geht es bei ihrem Engagement nicht nur um klassische Werbung, sondern um soziale Verantwortung.“ Beliebte ist auch das BSV-Business-Netzwerk. Die Business-Partner des BSV treffen sich regelmäßig bei den Heimspielen im VIP-Bereich und bei Sponsoren-Veranstaltungen mit dem Team – immer mit Blick auf unternehmerische Kontakte, die sich im Sportumfeld pflegen lassen. Insgesamt gehören 160 Unternehmen zu den Business-Partnern – einige haben diesen Part in ihre Sponsoring-Pakete integriert. Eine Business-Partnerschaft kostet 750 Euro pro Spielersaison, Business-Pakete mit VIP-Tickets gibt es ab 2000 Euro. „Im Vergleich zu den Preisen von Business-Seats im Fußball sind das Peanuts, außerdem hat man einen lokalen beziehungsweise regionalen Bezug“, so Sundermann. Regelmäßig stattfindende Sponsoren-Veranstaltungen und Netzwerk-Treffen mit der Mannschaft sind inklusive. Sundermann: „Wir schnüren für jeden Sponsor das passende Paket.“ wb

Kontakt: 0 41 61/99 46 1-0
Web: <http://www.bsv-live.de/sponsoring.html>



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir begleiten Ihre Bauträgerprojekte in der Metropolregion Hamburg.

Die Hamburger Volksbank ist Ihr kompetenter und anerkannter Partner für Ihre Bauträgerfinanzierung. Als Bank vor Ort kennen wir die Projektlandschaft im Wirtschaftsraum Hamburg sehr genau. Unsere Bauträger-Experten begleiten Sie persönlich und professionell in allen Phasen der Projekt- und Bauentwicklung – mit kurzen Entscheidungswegen, flexibler Abwicklung und nachhaltigen Finanzierungslösungen. Damit Sie sich voll und ganz auf Ihr Projekt konzentrieren können. Nehmen Sie uns beim Wort: Unser Beratungsmotto lautet „Man kennt sich.“

Hamburger Volksbank
Man kennt sich.

Tel. 040/30 91 - 94 45
www.hamburger-volksbank.de



Seit mehr als 25 Jahren ist **HOLGER GRUNDT** mit dem Unternehmen Der Beschrifter in Buchholz präsent und hat in dieser Zeit nicht nur eine Spitzenmannschaft an Bord geholt, sondern ein Knowhow aufgebaut, wie es im Bereich der Werbetechnik nur in Ausnahmefällen zu finden ist.

Selbst Kunden, denen jegliche Phantasie für ein eigenes Corporate Design fehlt, finden in der Innungsstraße 8 versierte Ansprechpartner aus der Medienbranche, die ihnen helfen, ein Gespür für den eigenen Auftritt zu entwickeln. Von der Visitenkarte über den Bau von Werbeanlagen aller Art, bis hin zur Werbeaus-

stattung kompletter Kaufhäuser und Läden beispielsweise von Edeka und Budnikowsky oder etwa den Bau von zehn Meter hohen Werbepylonen – Grundt und seine gut 20 Mitarbeiter sind Profis mit hoher Expertise. Holger Grundt: „Bei uns ist der Privatkunde ebenso willkommen wie der Großkunde irgendwo in Deutschland. Als zertifizierter Partner der Werbeland-Gemeinschaft verfügen wir über ein bundesweites Netzwerk von mehr als 200 Unternehmen unserer Branche und können

dadurch quasi überall auch für Großkunden tätig werden.“ Dazu zählen beispielsweise Coca-Cola, die Commerzbank, Sparkassen und Volksbanken. Kunden, auf die das Unternehmen sehr stolz ist.

Bei aller Professionalität: Die Beschrifter haben sich ihre Erdung bewahrt. Holger Grundt: „Bei uns herrscht immer gute Stimmung. Fast könnte man von familiärer Atmosphäre sprechen. Es ist uns sehr wichtig, dass sich jeder Kunde wohl und ernstgenommen fühlt.“ wb

Wir sind DER BESCHRIFTER

Die Top-Adresse in der Metropolregion Hamburg:

Hochprofessionell und nah am Kunden – Das ganze Spektrum von Design bis Anlagenbau

THOMAS OTTE ist als Werbetechniker der Profi für die **VOLLVERKLEBUNG**. Dieses Thema betrifft in der Regel die vollständige Folierung von Autos. Besonders stolz macht es ihn, wenn Fahrzeuge aus der Familie Ferrari, McLaren & Co. in der Halle stehen und ein „neues Kleid“ bekommen sollen.

Bis zu zwei Tage kann es im Einzelfall dauern, bis aus einem roten Ferrari ein mattschwarzer Ferrari geworden ist. Hier sind Liebe zum Detail und handwerkliches Können gefordert. Wer seinen Transporter, einen Lkw oder einen Bus großflächig als Werbefläche nutzen möchte, ist bei Thomas Otte und den Kollegen im Digitaldruck ebenfalls richtig.

Ein McLaren im Geparden-Look? Ganz im Sinne eines bekannten Autoherstellers heißt das Motto hier: „Nichts ist unmöglich ...“



RALF HEMPING ist für den Bereich **ANLAGENBAU UND MONTAGE** verantwortlich – und damit der Fachmann für besondere Lösungen. Das klingt wie eine Floskel, ist aber realer Alltag: „Wir lassen uns fast täglich etwas Spezielles einfallen, um unsere Werbeanlagen perfekt zu montieren. Das beginnt beim einfachen Schild und endet bei komplexen Lichtanlagen, wie wir sie beispielsweise bei der Volksbank in Buchholz sehen. Das ist ein Beispiel für die Königsklasse im Anlagenbau“, sagt er. Tatsächlich war es technisch eine Riesenherausforderung, die gebogenen Leuchtkästen in vergleichsweise großer Höhe so vor dem runden Gebäudeportal zu montieren, dass es homogen aussieht. Auch die Ausstattung von Edeka-Läden („Alles, was leuchtet. Schilder, Pylone, großformatige Werbeanlagen ...“) fällt in sein Ressort. Der Mann „für alle Fälle“, hier mit dem berühmten Apotheken-A, verfügt über 26 Jahre Berufserfahrung in der Branche.

MARTINA RÖDER war zehn Jahre lang als Kommunikationsdesignerin für verschiedene Agenturen in Hamburg tätig, bevor es sie vom Sessel des Art Directors an den Schreibtisch in Buchholz zog.

Im Beschrifter-Team ist sie die kreative Geheimwaffe im Bereich **GRAFIKDESIGN/ DRUCKSACHEN**. Holger Grundt: „Der Qualitätsstandard, den wir hier zu bieten haben, unterscheidet uns ganz wesentlich von den allermeisten Mitbewerbern.“ Martina Röder gestaltet alles, was sich auf Papier drucken lässt – von der kleinen Visitenkarte bis hin zu kompletten Magazinen. Flyer, Broschüren, Anzeigen, Plakate – das ist ihr Metier.

Sie sagt: „Hier kann ich meine Fachkompetenz und meine Kreativität voll zeigen. Wenn jemand ein Logo sucht und das Thema Corporate Identity ansteht, dann ist das genau mein Fall.“



BARBARA HEMPING leitet die Werkstatt im Arbeitsbereich **FOLIENVERKLEBUNG, LASER UND DIGITALDRUCK**. Seit 23 Jahren gehört sie zum Unternehmen, erlebte die Aufbauphase intensiv mit. Der Kontakt zur Familie Grundt kam über eine Sandkastenfreundschaft der Kinder zustande. Holger Grundt sagt: „Barbara Heping hat wesentlich zum Wachstum des Unternehmens beigetragen und hier unter anderem den Digitaldruck aufgebaut.“ Mit dem Laser hat sie mittlerweile ein weiteres Verfahren zur Beschriftung im weitesten Sinne etabliert: „Mit dieser Technik können wir Naturmaterialien wie Schiefer, Holz oder Leder ebenso individuell bearbeiten wie Glas, Metall oder Acryl. Unser Spektrum reicht vom gläsernen Unikat für einen besonderen Anlass bis hin zur Massenfertigung von gebränderten Biertischgarnituren für die Gastronomie“, sagt sie.

VIKTORIA ULBRICHT gehört zum Team von Barbara Heping und damit in den Arbeitsbereich **VERKLEBUNG/PRODUKTION**. Hier steht sie am „Rollsroller“, einem großen Arbeitstisch mit hydraulisch betriebener Walze.

Anhand modernster Maschinen und Geräte sowie hochqualifizierter Mitarbeiter wird nicht nur höchste Qualität, sondern auch ein Spitzen Preis-Leistungsverhältnis erzielt. Die Beschrifter werden regelmäßig geschult und sind durchaus stolz, für einen Kundenstamm mit namhaften prominenten Unternehmen zu arbeiten.



ANNABELLE DIETZ, Mediendesignerin mit mehr als 15 Jahren und **MARKUS KLIMMECK** mit mehr als 25 Jahren Berufserfahrung in der Werbetechnik sind in der **PROJEKTPLANUNG** eingesetzt.

Sie betreuen Großkunden wie beispielsweise Edeka, Budnikowsky, Sparkassen, Coca-Cola und diverse Volksbanken. Die Projektleiter verfügen über ein breites Fachwissen und fungieren deshalb auch gern als Ideenschmiede und Spezialisten für ungewöhnliche Vorhaben. Der Umfang der Auf-

träge betrifft zu meist mehrere interne Arbeitsbereiche, hier ist primär Koordinierung gefordert. Zu den Aufgaben gehören Konzeptionierung, Entwurfsarbeiten, Architektengespräche, Baustellenbesuche, die Angebotserstellung, Zeit- und Projektpläne bis hin zur Bauantragsstellung. Die Zusammenarbeit mit dem internen Anlagenbau ist eng.





Süderelbe-Wirtschaft geht auf Tuchfühlung

Fünfte Auflage von „Wir im Süden“ im Hotel Lindtner – Jetzt anmelden für „Wir in Hamburgs Mitte“

Von Karsten von Borstel

Was macht ihr eigentlich?“ – das war der wohl meist gesagte Satz bei „Wir im Süden“. Der Wirtschaftstreff von Tageblatt-Event und Sparkasse Harburg-Buxtehude feierte im Hotel Lindtner in Harburg am 6. November seinen fünften Geburtstag. Und wieder kamen die Unternehmer aus dem Süderelb Raum ohne Umschweife ins Gespräch und machten Geschäfte – mehr Marketing geht kaum, denn alle, die vor Ort sind, wissen, um was es geht: Netzwerken und mehr. Netzwerken gilt als das A und O für den Mittelstand und kann so einfach sein: Rollup, Bistro-Tisch, Visitenkarten, Info-Broschüren – die schlichte und einheitliche Präsentation dürfte den meisten bei diesem Netzwerktreff im Hamburger Süden inzwischen ein Begriff sein. „Mein Eindruck ist, dass die Gespräche dieses Mal noch intensiver geführt wurden. Die Leute wissen, worum es in diesem Format geht“, bilanzierte Wolfgang Stephan, Tageblatt-Event-Geschäftsführer, zufrieden.

Die Mischung macht's

Das Netzwerken ohne Scheu sei Indiz dafür, dass sich der Sinn der Veranstaltungsreihe – die es inzwischen in Hamburgs Mitte, in Stade und in Brunstorf im Hamburger Osten gibt – endgültig unter den Teilnehmern herumgesprochen habe. Das heißt: In maximal vier Stunden neue Kontakte knüpfen und bestenfalls direkt vor Ort Geschäfte einfädeln. Einige Gäste verhandelten bei der nun bereits fünften Auflage in Harburg so ange-regt, dass sie die Gespräche nach Veranstaltungsende noch im Foyer weiterführten. Das Spannende: Oft wissen die Unternehmen vorher noch gar nicht, welche Berührungspunkte sie eigentlich haben.

Die Bandbreite der Betriebe reichte von der Kfz-Werkstatt über Hotels, Gastronomie und den Einzelhandel, Gebäudemanagement, Informationstechnik und Bürobedarf bis hin zum Handwerk und dem Dienstleistungssektor. Darunter fanden sich innovative und einzigartige Geschäftskonzepte – wie eine Agentur für Telefonakquise oder eine nachhaltige Snackbox für Büros. Das Mischungsverhältnis macht den Reiz: Wieder zählten rund zwei Drittel der vertretenen Unternehmen zu den Stammgästen, während jeder Dritte zum ersten Mal mit von der Partie war.

Die besondere Atmosphäre im Privathotel Lindtner ist einer der Erfolgsfaktoren. Das war beim Stelldchein der regionalen Wirtschaft in Gesprächen zu hören. Rund 110 Aussteller, überwiegend kleine Unternehmen und Mittelständler aus der Metropolregion, waren dem Aufruf gefolgt. Wie üblich wird im Nachgang in einer Umfrage ermittelt, wie zufrieden die Teilnehmer waren. 92 Prozent der befragten Betriebe fanden „Wir im Süden“ im Vorjahr „sehr gut“ oder „gut“. In diesem Jahr dürfte die Quote auf einem ähnlichen Level liegen, wenn es nach der Resonanz geht. Nach dem Event meldeten sich prompt zehn neue Teilnehmer für eine der kommenden Veranstaltungen an. Veranstalter Wolfgang Stephan: „Auch das ist ein Indiz für die gute Stimmung und den Erfolg dieses Formats.“

» Interessenten können sich schon für den nächsten Wirtschaftstreff in der Hamburger Handelskammer („Wir in Hamburgs Mitte“) am Donnerstag, 1. März, anmelden. Kontakt: 0 41 61/ 71 43 35, per Mail: info@messe-buxtehude.de.

Umfrage

Die Stammgäste



Sie waren mit einer konkreten Fragestellung vor Ort: „Wie interessiert sind die Unternehmen am Thema E-Mobilität?“, wollten Jan Busse und Andreas Peters vom Autohaus Tobaben wissen.



„Die Bandbreite ist inspirierend, und nirgendwo hat man einen Zugriff auf so viele Entscheider und mögliche Dienstleister auf einmal“, sagt Roberto Doku von der Trommelschule „Trommelkunst“.



Firmen kennenlernen, Themen erschließen: Die Hochschule 21 machte das zum fünften Mal. „Wir sind auf der Suche nach Betrieben für das Duale Studium“, so Claudia Göbel und Christiane Jäschke.

Die Neulinge



„Für uns ist jeder hier ein potenzieller Kunde. Und wir haben konkret Aufträge mitgenommen“, sagen Florian Möschter und Flavio Stückemann von „beMooky“, einer nachhaltigen Snackbox.



„Wir sind nicht so die Messegänger, aber hier ist die Atmosphäre wahnsinnig schön, und jeder weiß, worauf es ankommt“, sagen Nicole Werk und Jürgen Schröder vom Medienzentrum Stade.



„Was macht ihr?“, die Frage haben sie oft gehört. Oft sei ein Gesprächspartner Mittelsmann für einen Kunden, so Kreativtischler Rüdiger Weidemann mit Dana Schumann.



Tolles Team: Katharina Sinnigen (von links), Christine Sülau, Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann und Heidemarie Bergmann in der neuen Harburg-Info.

Foto: Wolfgang Becker

Angekommen!

Citymanagement: Die neue Harburg-Info ist fest in weiblichen Händen

Jetzt ist alles perfekt: Unter der Leitung des Citymanagement Harburg e.V. hat die Harburg-Info in der Höllertwiete 6 ihren Dienst aufgenommen. Der ehemalige Shop von Engel & Völkers liegt nicht nur strategisch in Harburgs kleinster Fußgängerzone, sondern auch mitten im neuen Business Improvement District (BID) sowie im Herzen Harburgs. Wer sich für Harburg interessiert und von hier in das auch touristisch interessante und vielfältige Hinterland starten möchte, bekommt alle wichtigen Infos. Und wer einfach mal wissen möchte, was in der „Harburg-Kiste“ von Uschi Tisson zu finden ist, erfährt das ebenfalls. Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann ist froh, dass der neue Standort nun endlich bezogen ist. Hier ist das Citymanagement präsent und fast jederzeit ansprechbar. Mit Heidemarie Bergmann sitzt an drei Tagen in der Woche eine echte Harburg-Kennerin am Tresen. Sie war bis zu ihrem Ruhestand für das Bezirksamt tätig und betreute unter anderem den Wochenmarkt – also die Harburgensie schlechthin. Christine Sülau, rechte Hand von Melanie-Gitte Lansmann, ist ebenfalls sturmerprobt und seit Jahren erfahren, wenn es bei-

spielsweise um die Organisation von Veranstaltungen und die Beantwortung zahlloser Anfragen geht. Etwas versteckt hinter dem schweren Tresen hat Katharina Sinnigen ihren Schreibtisch eingerichtet. Sie betreut das BID. Und dann wären da noch Uschi Tisson und Susanne Körösi, die im Eingangsbereich dekorative Geschenkartikel aufgebaut haben und sporadisch auch im Laden anzutreffen sind. Sie geben der „Harburg-Info“ das besondere Flair – ein bisschen maritim, versteht sich. Schließlich ist der Binnenhafen nicht weit.

Infos auch für Investoren

Die Harburg-Info ist montags bis freitags von 10 bis 16 Uhr geöffnet. Hier gibt es den neuen Harburg-Kalender mit den historischen Ansichten ebenso wie das Buch „Harburg kocht“ (siehe auch Seite 40). Und: Der neue Dreh- und Angelpunkt des Citymanagements ist auch Anlaufstelle für Unternehmer und Investoren, die sich für Flächen im Hamburger Süden interessieren. wb

» Web: www.citymanagement-harburg.de



Darf's ein bisschen maritim sein? Die Hafen-Deerns aus Filz stehen für den Harburger Binnenhafen ...



spknb.de

Weil man die Sparkasse immer und überall erreicht. Von zu Hause, mobil und in der Filiale.

Aus Nähe wächst Vertrauen

Sparkasse Harburg-Buxtehude



Wirtschaftsstandort Lüneburg



Janina Rieke ist als Leiterin der Businessbank verantwortlich für die Betreuung der Mittelstandskunden.

An der Ilmenau zu Hause – mit der Welt verbunden

Private Banking bei der Sparkasse Lüneburg: Janina Rieke über die Betreuung der Mittelstandskunden

Aktuell läuft die Konjunktur in der Metropolregion Hamburg auf Hochtouren. Die hiesigen Unternehmen erwirtschaften solide Geschäftsergebnisse. Auch der Ausblick ist weiter positiv. Die Geschäftsergebnisse finden sich in den Bilanzen wieder. Viele Unternehmen weisen steigende Liquiditätsreserven auf. Auch auf der Privatseite wachsen die Vermögen der Mittelständler. Diese rufen nach einer kompetenten Anlageberatung. Ein Blick über den Tellerand zeigt, dass nicht nur im Stadtgebiet der Freien und Hansestadt Hamburg viel Know-how in Anlagethemen zu finden ist.

Die Sparkasse Lüneburg hat ein eigenes Team für die Betreuung der Privatsphäre ihrer Mittelstandskunden. Das Team berät Kunden und Neukunden zur Vermögensoptimierung, Altersvorsorge, Absicherung der Lebensrisiken, Generationenmanagement und Immobilienmanagement. Eine abgestimmte, strategische Betrachtung und Lösungsfindung aus geschäftlicher Sicht wird so optimal um private Themen ergänzt. Janina Rieke, Leiterin Businessbank, über die Kundenbetreuung in der Sparkasse Lüneburg: „Unsere Mittelstandskunden haben bei uns einen eigenen Berater, der als Relationshipmanager handelt. Er ist erster Ansprechpartner für unsere Kunden. Dabei wird er durch unsere Spezialisten zu den verschiedensten Themen unterstützt.“

Für die Privatsphäre unserer Mittelstandskunden – insbesondere bei Anlagethemen – ist dies das Team Private Banking für Unternehmerfamilien um die Berater Olaf Warneke und Andre Schönheit. Beide verfügen über ein breites Know-how und sind als zertifizierte Financial Consultants bzw. Estate Planer bestens ausgebildet. Unterstützt werden sie von Andrea Grünberg. Das Netz-

werk der Sparkasse Lüneburg umfasst darüber hinaus ausgewählte interne und externe Fachexperten. Die Sparkassengruppe zeigt hier ihre Stärke. Beispielhaft sei hier das Expertenteam der DekaBank für betriebliches Finanzmanagement genannt. Oder die Experten aus dem Family Office der Frankfurter Bankgesellschaft, die zum Beispiel für zielführende Regelungen zur Unternehmensnachfolge eingebunden werden können. Dadurch finden sich für die Kunden auch Lösungen für komplexe Anlagestrategien bis hin zur Auflegung von Spezialfonds und der Ausfinanzierung von Pensionsverpflichtungen.

Die volle Stärke der Sparkassengruppe

Olaf Warneke (Seniorberater im Private Banking für Unternehmerfamilien) konkretisiert: „Individuelle Portfolio- und Vermögensstrukturen analysieren und managen wir mit dem ‚Kern-Satelliten-Modell‘. Das Modell berücksichtigt neben individuellen Ertrags- und Performance-Erwartungen unter anderem auch die Risikotragfähigkeit und -toleranz unserer Kunden. Daraus ergibt sich ein individueller und umfassender Betreuungsansatz.“

Janina Rieke: „Wir haben in den letzten Jahren viel Kompetenz bei der Beratung von Mittelstandskunden aufgebaut. Unsere Kunden stammen nicht nur aus der Hansestadt Lüneburg, sondern vermehrt auch aus der gesamten Metropolregion Hamburg. Als einziges Kreditinstitut mit Sitz in Lüneburg sind wir persönlich für unsere Kunden da und reagieren flexibel auf ihre Wünsche. Unsere Kunden profitieren außerdem von der Stärke unserer Partner, erhalten also das Komplettpaket. Wir sind keine Privatbank, können aber Private Banking.“

Mit Dierkes Partner
sicher ans Ziel!



DIERKES PARTNER

WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER RECHTSANWÄLTE

Veritaskai 4, 21079 Hamburg, Tel: 040-76 11 466-0, www.dierkes-partner.de



Blick
Lüneburg



KOLUMNE

Von **Jürgen Enkelmann**,
Geschäftsführer der Wirtschaftsfördergesellschaft
mbH für Stadt und Landkreis Lüneburg

Zukunft beginnt jetzt

Wenn die Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft und die großen Wissenschafts- und Forschungsorganisationen ihre Anliegen für die Innovations- und Forschungspolitik der nächsten Legislaturperiode erstmals gemeinsam formulieren, dann ist offenbar Gefahr im Verzug. Genau das ist Ende Oktober 2017 geschehen. In einer Erklärung sprechen sich 22 Unterzeichner, darunter der BDI, Bitkom, VDMA, ZWEI und die Deutsche Forschungsgemeinschaft, dafür aus, die Anstrengungen für Forschung und Entwicklung (F+E) zu verstärken. Diese Forderung ist begründet, denn die weltweit 1000 größten, börsen-notierten Unternehmen haben in diesem Jahr insgesamt mehr als 700 Milliarden US-Dollar dafür eingeplant, das sind 3,2 Prozent mehr als im Vorjahr und rund 57 Prozent mehr als vor zehn Jahren.

Mit einem Anteil von 4,5 Prozent an den Gesamtumsätzen erreichen die F+E-Ausgaben einen neuen Rekordwert. Demgegenüber wirkt die Forderung, die deutschen Forschungsausgaben bis zum Jahr 2025 auf einen Anteil von 3,5 Prozent am Bruttoinlandsprodukt zu steigern, schon fast bescheiden. Derzeit liegt dieser Anteil bei drei Prozent. Dazu passt eine jüngst veröffentlichte Rangliste, nach der es mit Volkswagen und Daimler lediglich zwei deutsche Unternehmen unter die 20 forschungsintensivsten Unternehmen weltweit schaffen. Die Spitzenplätze teilen inzwischen Technologie-Unternehmen aus Übersee und Asien untereinander auf. Es muss aus deutscher Sicht also gehandelt werden.

Interessanter als der Vergleich von Budgets sind aber die, zum Teil sehr grundsätzlichen, Forderungen der veröffentlichten Erklärung. So wird neben der Einführung einer steuerlichen F+E-Förderung auch die Beibehaltung der bewährten Projektförderung gefordert. Förderschwerpunkte sollen künftig stärker als bisher „ressort-übergreifend und methodisch konsistent“ festgelegt werden. Das ist auch eine Kritik am deutschen Wissenschaftssystem, das zwar regional breit aufgestellt ist, aber die Chancen dieser „verteilten Exzellenz“ immer noch zu wenig nutzt. Dabei könnte gerade das für den

innovativen Mittelstand, um den uns die Welt beneidet, eine Chance sein. Allerdings gelingt es bislang kaum, vollständige Innovations-kreisläufe von der Grundlagenforschung bis zur Anwendung und zurück abzubilden.

Kooperation als Chance

Die vereinbarte Kooperation zwischen der Technischen Universität Hamburg in Harburg und der Leuphana Universität in Lüneburg ist hierfür eine Chance, die rasch konkreter werden sollte. Wenn es hierüber gelingt, enge Partnerschaften zwischen Hochschulforschung und unternehmerischen Entwicklungsinteressen aufzubauen, dann kann nicht nur Know-how schneller als bisher in Innovationen überführt werden, sondern es wird auch leichter, qualifiziertes Personal international zu rekrutieren. Die Zusammenarbeit der Leuphana Universität mit der Hamburg Media School zur Ausbildung des Bachelor of Arts in Digital Media ist hierfür ein vielversprechendes Beispiel.

Das weitere Problem: Selbst wenn die Politik alle Forderungen der Wissenschaftler und Manager erfüllt, gibt es in Deutschland noch immer zu wenige private Finanziers, die guten Ideen dazu verhelfen, zu den Milliarden-Unternehmen der Zukunft zu werden. Auch hier muss über lange Schatten gesprungen werden. Wir unterstützen das mit unserem Engagement für das Business Angel Netzwerk BANSON und seit kurzem auch mit unserem „Elevator“. Einem Accelerator für Startups aus den Bereichen Medien/IT. Denn die Unterzeichner der Erklärung haben vor allem in einem Punkt Recht. Deutschlands wirtschaftliche Stärke basiert auf seinem Innovationssystem. Es ist das Fundament für Wohlstand, Wachstum, Arbeitsplätze, soziale Integration und die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.

Fragen an den Autor:
enkelmann@wirtschaft.lueneburg.de

25 Jahre Tutech

Die im Harburger Binnenhafen ansässige Tutech Innovation GmbH wurde vor 25 Jahren, am 7. Oktober 1992, unter dem Namen TUHH-Technologie GmbH als hundertprozentige Tochter der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH) notariell beurkundet. Deutschlands erste privatwirtschaftliche Technologietransfergesellschaft. Seitdem sind nach diesem Vorbild an vielen Hochschulen ähnliche Gesellschaften gegründet worden. Im Jubiläumsjahr berichtet Tutech im Rahmen einer Artikelserie in Business & People über die Aktivitäten aus 25 Jahren und über die Vorhaben in der Zukunft. In dieser Ausgabe wird die Abteilung von Monica Schofield vorgestellt: Consultancy & Competence Development.



Organisieren die internationale Zusammenarbeit und die Weiterbildung bei Tutech: Dr. Christine Bauhofer (von links), Monica Schofield und Dr. Margarete Remmert-Rieper. Foto: Jochen Kilian/Tutech

Professionelle Lotsen im komplexen Beziehungsnetz aus EU, Bund, Wirtschaft und Wissenschaft

FOLGE 2: Internationale und nationale Entwicklung von Kompetenzen mit Vernetzungsauftrag: Monica Schofield hat die Tutech-Abteilung „Consultancy & Competence Development“ aufgebaut



Ein Teil der Belegschaft der Tutech im Sommer 2017. In der Mitte Geschäftsführer Martin Mahn mit seinem Geschäftsführungsteam. Foto: Marco Grundt

Die Europäische Union ist nicht nur ein Zusammenschluss von derzeit noch 28 Staaten in bewegten politischen Zeiten, sondern auch Urheberin komplexer Regelwerke zur Umsetzung gemeinsamer politischer Ziele. Und die EU ist noch mehr: ein großes gesellschaftliches Projekt und international ein enormer Wettbewerbsvorteil, den viele Menschen allerdings nur als gigantischen Verwaltungsapparat wahrnehmen. EU-Fördermittel sind in der Wissenschaft und Forschung nicht nur eine begehrte Geldquelle, die für Laien nach scheinbar nicht zu durchschauenden Mechanismen zugänglich ist, sie sind auch eine besondere Chance für internationale Kooperationen. EU-geförderte Projekte sind vielleicht die besten Beispiele für erfolgreiche Zusammenarbeit von Menschen aus unterschiedlichen Kulturen. Auch das sind fördernde Mittel. Doch wie kann ein Unternehmer, ein Gründer oder ein Forscher so gefördert werden? Auf den ersten Blick scheint es nahezu unmöglich – gäbe es da nicht ein bestens mit den Hintergründen vertrautes und erfahrenes Team unter dem Dach der Tutech Innovation GmbH/Hamburg Innovation GmbH in Harburg: Die Robotik-Expertin Monica Schofield sowie die Chemikerinnen Dr. Margarete Remmert-Rieper und Dr. Christine Bauhofer gehören zu einem insgesamt sechsköpfigen Team mit dem etwas sperrigen Namen „Consultancy & Competence Development“. Sie bilden zugleich das EU-Office der Technischen Universität Hamburg (TUHH). Es geht im Kern um die Frage, wie Ideen umgesetzt werden können und nicht um Geld. „Wir bieten dafür Kompetenzentwicklung

und Beratung“, sagt Monica Schofield. Sie stammt aus Oxford/England, lebt seit 1992 in Deutschland, leitet seit 1999 den eingangs beschriebenen Tutech-Arbeitsbereich und hat soeben – angesichts des Brexits – den Einbürgerungstest gemacht. Hinter der eher abstrakten Titulierung des Aufgabenbereichs stecken konkrete und handfeste Themen, wie Margarete Remmert-Rieper sagt und damit den Blick auf die Spitze des Eisberges lenkt: „Wir sorgen dafür, dass die Anträge für EU-Fördermittel korrekt gestellt und wasserdicht sind.“ Diese Anträge kommen zu einem Teil aus den Reihen der TU-Professoren, die in ihren Instituten in vielen Bereichen forschen, zum anderen aber auch aus der Wirtschaft oder von anderen Universitäten. Ziel ist es immer, die Anträge so zu stellen, dass ein Projekt erfolgreich gestartet und durchgeführt werden kann. Dazu gehört auch die Einwerbung von Drittmitteln, die fester Bestandteil der Uni-Finanzierung sind. Es gilt das Prinzip: je professioneller und damit überzeugender die Argumentation in den Forschungsanträgen, desto größer die Erfolgchance. Nicht selten münden die Anträge in weitere Aufgaben für Tutech,

die übrigens eine Tochtergesellschaft der TUHH ist und deren Brücke in die Wirtschaft darstellt. Eine solche Aufgabe kann die Unterstützung des Projektmanagements sein – ein häufiger Fall. Auf den ersten Blick klingt das alles ziemlich trocken, doch Margarete Remmert-Rieper hält vehement dagegen: „Nein! Es sind ja immer ganz unterschiedliche Partner beteiligt, beispielsweise aus der Industrie. Und wir sind international tätig. Das macht es interessant. Unsere Aufgabe ist es auch, die Interessen der TUHH in dem komplexen Beziehungsnetz aus EU, Bund, Wirtschaft, Wissenschaft und der nationalen Universitätslandschaft zu wahren.“ Und: „Wir kennen die Ideen der Wissenschaftler und bringen sie in Einklang mit den politischen Interessen.“ Die von der EU formuliert werden.

Kontakte nach Brüssel

Kurz: Monica Schofield und ihr Team sind verantwortlich für erfolgsträchtige Förderanträge, somit für die Optimierung der vorgeschalteten Antragsprozesse und schließlich für erfolgreiche Projekte. Da in diesen Ka-

tegorien Internationalität ein Muss ist, sind englisch und deutsch gleichberechtigte Arbeitssprachen. Monica Schofield hat die Abteilung aufgebaut. Sie ist heute als Director International Cooperation ständig in Europa unterwegs, derzeit mit Schwerpunkt Skandinavien. Sie sagt: „Wir haben enge Kontakte zu unseren Professoren und auch eine Reihe externer Kunden, die wir beraten; darunter Industrieunternehmen, aber beispielsweise auch Stadtverwaltungen. Durch unsere langjährigen Erfahrungen verfügen wir über ein internationales Netzwerk und beste Kontakte nach Brüssel.“

Im Wesentlichen gibt es zwei Wege, die an die EU-Töpfe führen: ein EU-Förderprojekt wird ausgeschrieben und es wird geschaut, was in der TUHH dazu passt; oder ein vielversprechendes Forschungsvorhaben an der TUHH wird geortet und ein entsprechendes Förderprogramm gesucht. Monica Schofield: „Wir sehen uns nicht nur als Dienstleister, sondern gestalten auch mit.“ Und das mit Erfolg: Seit 2000 hat das Team die TUHH unterstützt, Fördermittel in Höhe von mehr als 55 Millionen Euro in etwa 225 Projekten einzuwerben.

ReMaT wirkt – bis heute

Darüber hinaus werden auch eigene Tutech-Projekte kreiert. Margarete Remmert-Rieper: „Von 2007 bis 2008 haben wir im Rahmen eines Förderprogramms das Research Management Training für Wissenschaftler in den Life Sciences entwickelt – kurz ReMaT. Dabei ging es darum, Doktoranden mit einer überfachlichen Qualifikation auszustatten und Fragen wie diese zu beantworten: Wie verwerte ich meine Forschungsergebnisse? Wie komme ich an Fördermittel heran? Wie kann ich ein Projekt aufsetzen? Wie schütze ich mein geistiges Eigentum? Im Ergebnis hatten wir schließlich einen Workshop, der heute immer noch angeboten und angenommen wird. Das freut uns besonders.“

Ein anderes Projektbeispiel, das die Zusammenarbeit von TUHH und Tutech gut illustriert, trägt den Namen ARTRAC. Die TUHH war Koordinator, die Volkswagen AG einer der wichtigen Industriepartner im Projekt.

Es ging um Radartechnik, die zum Schutz verwundbarer Verkehrsteilnehmer, sprich Fußgänger und Fahrradfahrer, entwickelt werden sollte. Monica Schofield: „Wir übernahmen damals das Projektmanagement. Die Ergebnisse finden wir heute in bestimmten Assistenzsystemen wieder.“ Ob Nanomaterialien für Hüftimplantate oder die Entwicklung von Anwendungen für Aerogele – in Kooperation mit namhaften Konzernen und der TUHH ist Tutech Wegbereiter für die Wissenschaft mitten hinein in die Wirtschaft. Und aus scheinbar abstrakten Aufgaben werden ganz schnell konkrete Themen.

Die Tutech Academy

Die Bandbreite der Aufgaben reicht von der Fördermittelbeschaffung über die Beratung bis hin zum Workshop- und Weiterbildungsgeschäft. Hier kommt auch Christine Bauhofer zum Zug. Sie ist die dienstjüngste im Team und Projektkoordinatorin am TUHH-Institut für Technische Bildung & Hochschuldidaktik. In ihrem Tutech-Titel trägt sie den Begriff Continuing Education & Professional Development. Einfach ausgedrückt: Hier geht es darum, das Prinzip des lebenslangen Lernens mit konkreten Angeboten zu unterfüttern. Da sind auf der einen Seite die Workshops aus dem Know-How der Tutech, die ab jetzt unter dem Begriff „Tutech Academy“ angeboten werden. Stichworte: Forschungsmanagement, Innovationsmanagement, Projektmanagement und Gründungsunterstützung – alles Kernkompetenzen der Tutech.

Auf der anderen Seite kommt in Zukunft der TUHH dabei verstärkt die Rolle der Lehrenden zu. Es geht um einen Lehrauftrag, der nicht nach innen, sondern nach außen gerichtet ist und eines Tages dazu führen soll, dass sich auch bereits Berufstätige an der Uni weiterbilden und universitäre Fachinhalte direkt in die Wirtschaft einfließen können. Zum Beispiel im Rahmen von Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für Teilnehmer aus technischen Berufen. Dies ist ein Auftrag an die Hochschule, der im Rahmen eines Projektes von Christine Bauhofer umgesetzt werden soll – eine große Herausforderung, wie sie einräumt. wb

DESIGN UND WERBETECHNIK SEIT ÜBER 25 JAHREN

DER-BESCHRIFTER.de

Innungsstraße 8 · 21244 Buchholz
Tel. 04181 - 96 99 777 · info@der-beschrifter.de

Grundt für Werbung.



Alexandra und Klaas Dittmer haben es sich auf der Bühne im Medienwerk 15 bequem gemacht. Im Oktober war hier Gregor Gysi zu Gast, im November die Band Nervling. Jedes Mal ein ausverkauftes Haus. Weitere Acts sind geplant, wie der Kulturbeauftragte Erwin Hilbert ankündigte, aber 2018 steht zunächst im Zeichen des Neubaus. Noch bis zum 22. Dezember 2017 ist eine Hermann-Hesse-Ausstellung im Medienwerk zu sehen. Mehr Infos unter <http://www.medienwerk15.de/kultur/>

Ein spezieller Ort für Kreative

Medienwerk 15 wird erweitert: Klaas Dittmer hat Tostedt auf die Kulturlandkarte gesetzt

Als der Tostedter Unternehmer Klaas Dittmer 2015 seine Vision vom Medienwerk 15 in die Tat umsetzte und an der Friedrich-Vorwerk-Straße ein Zentrum für Medienschaffende eröffnete, war nicht eindeutig klar, ob das Konzept aufgehen würde. Heute ist das Medienwerk 15 ausgebucht. Tatsächlich haben sich auf den insgesamt 1200 Quadratmetern mitten im Gewerbegebiet ein halbes Dutzend Medienfirmen sowie weitere Mieter eingefunden. Die Fluktuation ist gering, eine Warteliste bereits vorhanden. Folge: Im kommenden Jahr wird das Medienwerk 15 um rund 1000 Quadratmeter erweitert, was de facto einer Verdoppelung der vermietbaren Fläche gleichkommt, denn bereits jetzt verfügt der ambitionierte Bau über ein Alleinstellungsmerkmal mit Tiefenwirkung: Im Eingangsbereich ist ein hoher Veranstaltungsraum mit Bühne, Tresen und Lichttechnik entstanden, der für kulturelle Veranstaltungen genutzt wird. Die Gäste kommen teilweise von weit her, um dabei zu sein, wenn Lesungen, Konzerte, Ausstellungen, Polit-Talks und Vernissagen stattfinden. Klaas Dittmer spricht bescheiden von einem „Hobby“, aber ihm ist etwas Besonderes gelungen: Er hat Tostedt auf die Kulturlandkarte gesetzt.



Diese Visualisierung zeigt den geplanten Neubau mit den beiden Büro-Cubes auf dem Dach – ungewöhnliche Architektur an einem unerwarteten Ort.
Visualisierung: Medienwerk 15

neuen Flügel, der 2019 bezugsfertig sein soll, sind 25 Büros (ab 21 Quadratmeter) auf drei Etagen sowie ein großer Konferenzbereich mit Anschluss an die Dachterrasse geplant.

Der Clou: Dittmer möchte den Bau von zwei Büro-Cubes (CubeOffice) realisieren, die auf dem Dach platziert werden sollen und mit knapp zehn Quadratmetern Grundfläche und einer Teilverglasung quasi als separate kleine Einheiten über den Dächern des Gewerbegebietes freien Blick in die Landschaft bieten. Ein spezieller Ort für Kreative. Und potenzielle Mieter, die ein repräsentatives und stilvolles Zentrum für ihre Geschäftsaktivitäten schätzen. Dittmer: „Es ist toll, dass es uns gelungen ist, hier eine ganze Reihe von Firmen aus dem Medioumfeld zu vereinen. Aber wir sind natürlich auch für andere Mieter offen.“ Der erste Spatenstich für den Neubau soll im Frühjahr erfolgen. wb

... und hier geht es aufs Dach

Ein Besuch im Medienwerk 15 lohnt sich. Dort finden sich nicht nur kompetente Ansprechpartner aus den Bereichen Werbung, Online-Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Textgestaltung, Fotografie, Audio und Video sowie Eventplanung, sondern auch Räumlichkeiten mit Stil. Zum Haus gehört eine Dachterrasse, die im Sommer von allen Mietern genutzt werden kann – wenn er denn mal da ist. Im

» Web: www.medienwerk15.de

„Rücke vor bis zum Veritaskai“

Die Geschichte von „Channopoly“: Ein Blick in die Chronik des Harburger Binnenhafens

Schade, dass „Monopoly“ schon erfunden ist. Andernfalls wäre jetzt der richtige Zeitpunkt, „Channopoly“ auf den Markt zu bringen. Wie kein anderes Entwicklungsgebiet in Hamburg, einmal abgesehen von der Hafen-City, beflügelt der Harburger Binnenhafen die Phantasie von Investoren und Architekten. Und das trotz dieser Vorgeschichte: Harburg, die Festung im Sumpf (Horeburg), war vor rund 800 Jahren nicht gerade ein Ort, der auch nur annähernd darüber sinnieren ließ, was sich in mehreren Jahrhunderten entwickeln sollte. Nachzulesen ist dies in der Neuauflage der Channel-Chronik, die der Verein channel hamburg e.V. aufgelegt hat.

Im Zuge der Industrialisierung vor etwa 160 Jahren hatte sich Harburg vom verschlafenen Nest im Schatten Hamburgs zu einem Ort der Arbeit und des Geldverdienens entwickelt. Der Binnenhafen mit seinem Güterbahnhof und den vielen Betrieben spielte dabei eine tragende Rolle. Doch auf dem Wege zur Industrie 4.0 gab es Höhen und Tiefen. Ein Tiefpunkt war in den 1970er-Jahren erreicht, als die damalige Wirtschaftskrise Opfer forderte – auch in Harburg. Aus dem einst prosperierenden Hafen war ein „dunkler Stadtteil“ Harburgs geworden, besetzt mit Schrottplätzen, zum Teil Jahrhunderte alten Häusern und Industrieruinen. Ja, es gab auch Firmen, die nach wie vor gute Geschäfte machten wie die Lagerei Hansens und die Umschlagsbetriebe Grube und Mulch, aber der Hype war vorbei.

Infolge einer visionären Idee namhafter Akteure aus Politik und Wirtschaft wurde der Wert der Wasserlage ins Bewusstsein gerückt. Dann ging es Schlag auf Schlag: 1978 Technische Universität Harburg, 1990 Gründung des Mikroelektronik-Anwendungszentrums (MAZ), 1992 Umbau der Unilever-Seifenfabrik durch HC Hagemann, 1994 MAZ-Neubau, dann die Projekte Palmspeicher, Channel-Gebäude à la HCH, 2000 die Gründung von channel hamburg e.V., 2002 der Channel-Tower, dann Das Silo, das Fleethaus, die Schmirgelfabrik, Wohnen am Wasser, das Kontorhaus Hafenblick von Frank Lorenz, 2013 die IBA mit dem „Quartier am Park“, die Schloßinsel-Marina, der „Goldfisch“ und vieles mehr. Ein Projekt nach dem anderen. Kurz: Es hieß jetzt „Rücke vor bis zum Veritaskai“ und baue ein Hotel (Lorenz Gruppe). Oder bis zur Blohmstraße. Dort entsteht mit dem Hamburg Innovation Port jetzt ein Stück Zukunft, das den Wandel vom Industrieviertel zum Technologie- und Innovationsstandort Harburg markiert und bei „Monopoly“ so noch gar nicht vorkommt ... wb












Die Kontraste könnten größer nicht sein: Das Foto oben zeigt eine Hafenszene um 1900 – der Channel war da noch lange nicht erfunden. Mitte: Alt und neu passen hier zusammen – links der stylische „Goldfisch“ an der Blohmstraße, rechts das älteste erhaltene Kaufhaus Hamburgs (1827) – heute als KulturSpeicher genutzt. Unten: Channel Tower.

Die Chronologie ist in Zusammenarbeit mit dem Archäologischen Museum Hamburg entstanden und im Büro des channel hamburg e.V. in der Harburger Schloßstraße 14, in der „Harburg-Info“ (siehe auch Seite 7), an den Empfangsbereichen der großen Channel-Gebäude sowie auf der Website des Channels als Download erhältlich: www.channel-hamburg.de



Volle Ladung Leistung: die Qualitätsversprechen für Junge Sterne Transporter.

Junge Sterne Transporter. So Mercedes wie am ersten Tag.

-  24 Monate Fahrzeuggarantie*
-  12 Monate Mobilitätsgarantie*
-  Garantierte Kilometerleistung
-  Attraktive Finanzierungs-, Leasing- und Versicherungsangebote
-  Inzahlungnahme Ihres Fahrzeugs möglich
-  HU-Siegel jünger als 3 Monate
-  Wartungsfreiheit für 6 Monate (bis 7.500 km)
-  10 Tage Umtauschrecht
-  Probefahrt meist innerhalb von 24 Stunden möglich

*Die Garantiebedingungen finden Sie unter www.junge-sterne-transporter.de

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.



Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart, Partner vor Ort:

hans tesmer

Hans Tesmer AG & Co. KG, Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service
Lüneburger Schanze 14, 21614 Buxtehude, Tel. 04161 738-205, Fax: 04161 738-215
juergen.haase@tesmer.de, www.tesmer.de



Die Unternehmensbetreuung der Volksbank Lüneburger Heide eG – Partner für den Erfolg ihrer Kunden

Als regionales mittelständisches Unternehmen ist die Volksbank Lüneburger Heide eG für ihre Kunden ein Ansprechpartner auf Augenhöhe. Die Bank übernimmt seit über 150 Jahren Verantwortung in ihrem Wirtschaftsraum. Die Kredite, die sie ausgibt, refinanziert sie nicht am Kapitalmarkt, sondern aus den Geldanlagen ihrer Kunden. Die qualifizierten Mittelstandsbetreuer der Volksbank sind in der Region verwurzelt und beraten ihre Kunden in geprüfter Qualität.

■ An dieser Stelle stellt B&P in lockerer Folge die Unternehmensbetreuer der Volksbank vor – hier die Spezialisten, die im Baurägergeschäft engagiert sind.

Kontakt: Volksbank Lüneburger Heide eG, Telefon: 0800 0965 100, www.vblh.de



Bei der Überprüfung der Gebäudehöhen vor Ort: Katrin Senfleben (von links), Christel Frege, Marc-Oliver Mahnke, Volker Eggers und Rolf Scheibel. Foto: Hans-Jürgen Wege

Projektbegleitung mit Professionalität und Leidenschaft

Von der Erschließung bis zum Einzug: Kompetente Beratung und Betreuung für Bauräger und Bauherren

Der Startschuss fällt häufig am Telefon: „Mein Grundstück gehört zu einer Fläche, die zu Bauland werden soll. Wann könnten Sie sich das bitte mal anschauen?“ Oder: „Wir haben hier ein Gebiet, das sich ideal für Wohnbauzwecke nutzen lässt. Würden Sie die Erschließung übernehmen?“ Es sind Privatleute, Gemeindevertreter oder Kommunen, die sich an die Gesellschaft für Bauen und Entwicklung (GEB) wenden, sagt Geschäftsführer Rolf Scheibel. Der Bauingenieur leitet die Erschließungsgesellschaft der Volksbank Lüneburger Heide eG zusammen mit Volker Eggers (Baurägerbetreuung) und Hans-Hermann Broocks (Finanzen). Zuvor war er 17 Jahre lang für die Baulandentwicklung der EWE AG tätig.

„Man braucht bei der Erschließung einen langen Atem“, sagt Rolf Scheibel. Da die Flächen häufig nicht nur einem Eigentümer gehören, sind Verhandlungen unabdingbar. Alle müssen ins Boot geholt werden. Parallel sind Gespräche mit der Gemeinde und den Landkreisverwaltungen zu führen. Hinzu kommt: Jedes Stück Land hat seine eigene Geschichte und muss sorgfältig untersucht werden. Wie ist der Boden beschaffen? Ist die Ent-

wässerung der Oberflächen geregelt? Gibt es Altlasten, die zu entsorgen sind? Welche Lärmschutzlösungen sind in der Nähe von vielbefahrenen Straßen und Bahnlinien nötig? Wie steht es um die örtliche Infrastruktur – gibt es zum Beispiel Kindergärten, Schulen, Geschäfte, Ärzte und eine gute Verkehrsanbindung? „Diese Fragen prüfen wir in allen Einzelheiten, sprechen dazu auch mit den Vorbesitzern und mit der jeweiligen Gemeinde. Schließlich wollen wir alles geklärt haben, bevor wir Bauinteressenten die Grundstücke anbieten“, so Scheibel.

Langjährige Expertise

Für die Unternehmensbetreuer der Volksbank Lüneburger Heide eG ist das prosperierende Baurägergeschäft eine spannende Herausforderung. Die Finanzierungsspezialisten Katrin Senfleben, Christel Frege, Marc-Oliver Mahnke und Volker Eggers begleiten ihre Projekte mit Professionalität und Leidenschaft. Im Idealfall sind sie von Anfang an in die Vorhaben eingebunden. Mit ihrer langjährigen Expertise unterstützen sie die Investoren nicht nur bei der Beurteilung der Planungsunterlagen, sondern auch bei der Einschätzung der Lage des Baugrundstückes, der geplanten Grundrisse sowie bei der gesamten Konzeption.

„Unsere Kunden schätzen unsere Ortskenntnisse und erwarten eine klare Bewertung des Gesamtprojekts“, sagt Volker Eggers, der überwiegend Baurägerprojekte im Landkreis Harburg begleitet.

Die oft intensiven Diskussionen münden dann in einen Finanzierungsvorschlag, der für jeden Kunden und jedes Vorhaben individuell erstellt wird. „Bei uns gibt es keine Finanzierung von der Stange“, betonen Christel Frege und Marc-Oliver Mahnke, Ansprechpartner für Projekte im Heidekreis beziehungsweise in der Region und Stadt Lüneburg. Eben weil kein Vorhaben dem anderen gleicht. „Als erfahrene Partner sind wir von der frühesten Planung über den ersten Spatenstich bis hin zur Übergabe an die Erwerber dabei“, erläutert Katrin Senfleben. Sie betreut vor allem das Baurägergeschäft in unmittelbarer Nähe zur Hansestadt Hamburg.

Die beiden regionalen Immobiliengesellschaften VBN Immobilien und VB FinanzService sind gefragt, wenn es dann um die Erstellung eines schlüssigen Vermarktungskonzeptes geht: Welche Zielgruppe wird angesprochen, ab wann wird das Objekt in welchen Medien beworben, wann finden vor Ort Beratungstage statt? „Dabei ist es keinesfalls Bedingung, dass die Investition über die Volksbank finanziert sein muss“, unterstreicht Rolf Scheibel. Bauherren wissen es allerdings zu schätzen, wenn ihnen eine individuelle Finanzierung angeboten wird, die alle öffentlichen Fördermittel und zinsgünstige Darlehen berücksichtigt. Sodass ihnen, angesichts überschaubarer Tilgungsraten, die Freude an ihren eigenen vier Wänden erhalten bleibt. „Unser Ziel sind zufriedene Kunden, die auch in zehn oder zwanzig Jahren noch gut über uns und die Volksbank sprechen.“ jm



AUS DEN WIRTSCHAFTSVEREINEN



Von Michel Rausch & Gerd Hubert (links)

KOLUMNE

Was hat Jork, was andere nicht haben . . . ?

Wenn man den Namen Jork hört, denkt man fast schon automatisch an Äpfel, Obstplantagen, Hofläden und Fachwerkhäuser. Kein Wunder, ist die Gemeinde Jork doch das Zentrum der Obst- und Kulturlandschaft Altes Land. Doch Jork hat noch mehr zu bieten: In enger Kooperation mit der Werbegemeinschaft Jork, der Gemeinde Jork und der Wirtschaftsförderung Landkreis Stade GmbH wird an der Weiterentwicklung als Arbeits- und Wirtschaftsstandort gearbeitet.

Unternehmen, die sich in der Gemeinde Jork neu ansiedeln oder die expandieren wollen, erwarten attraktive Standortbedingungen. Das Gewerbegebiet Ostfeld, das in den vergangenen Jahren um sieben Hektar erweitert wurde, gilt unter Insidern als „Sahnestück“ (siehe auch Seite 15). Die ausgeprägte Wirtschaftsstruktur der Gemeinde Jork, die sich nicht nur durch den Obstanbau hervorhebt, bietet Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen die Möglichkeit, mit vorhandenen Wirtschaftszweigen zu kooperieren.

Innovation trifft Tradition

Neben Innovation wird in Jork auch Tradition großgeschrieben. So werden sehr viele traditionelle Familienbetriebe über mehrere Generationen weiterbetrieben, althergebrachte Handwerkstechniken mit modernen Fertigungsweisen verbunden oder aber ganz neue Geschäftsfelder aufgezogen. Daher ist es nicht überraschend, dass in den vergangenen Jahren immer wieder Jorker Unternehmen wie die Mühle Jork, die Nordik Edelbrennerei, die Gräfenhof Teemanufaktur oder das Fleischerfachgeschäft Röhrs mit dem „Gründerstar“ des Gründungsnetzwerks für die Stader Region ausgezeichnet wurden. Die Gemeinde Jork punktet ebenfalls mit ihrer guten Lage zwischen den drei Hansestädten Stade, Buxtehude und Hamburg. Eine gut ausgebaute Infrastruktur mit einer Vielzahl von Angeboten bietet einen hohen Wohn- und Freizeitwert und macht sie für Bewohner und Touristen gleichermaßen lebens- und erlebenswert.

Aufgrund der hohen Kaufkraft, aber auch durch die zahlreichen Touristen, die die Gemeinde Jork jährlich besuchen, ist Jork attraktiv für den Einzelhandel und die Gastronomie. In der Werbegemeinschaft Jork haben sich zahlreiche Gewerbetreibende zusammengefunden, um Jork als Wirtschaftsstandort über seine Grenzen hinaus bekannt zu machen. Hier kann gemeinsam mit der Gemeinde ansiedlungswilligen Unternehmen Hilfestellung bei der Standortauswahl gegeben werden. Zusätzlich zum Netzwerkgedanken untereinander organisiert die Werbegemeinschaft Jork jährlich das Blütenfest mit ihrer Blütenkönigin, die deutschlandweit bekannt ist.

➔ Kontakt zur Werbegemeinschaft Jork erhalten Sie unter www.werbegemeinschaft-jork.de. Weitere Information über den Wirtschaftsstandort Jork erhalten Sie bei der Gemeindeverwaltung Jork und der Wirtschaftsförderung Landkreis Stade GmbH. Web: <http://www.jork.de>



Heizungsinstallation | Sanitärinstallation | Bäder | Steuerungs- und Regelungstechnik

Qualität,
die verbindet.

HARTMANN
HAUSTECHNIK

König-Georg-Stieg 4
D-21107 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 | 42 93 47 17 - 0
E-Mail: info@hartmann-haustechnik.info
www.hartmann-haustechnik.info

... bewegen, fließen, leben ...

IDA.HH: Neues Hamburger Online-Portal hilft bei Wertermittlung von Immobilien

Eigentümer von Hamburger Immobilien, die eine amtliche Auskunft über den Wert ihres Grundstücks einholen möchten, haben ab sofort die Wahl: Sie können weiterhin ein genaues Verkehrswertgutachten beim Gutachterausschuss für Grundstückswerte in Hamburg beauftragen oder für einen ersten „vorläufigen Vergleichswert“ das neue Online-Portal IDA.HH nutzen.

Die „vorläufigen Vergleichswerte“ werden aus den veröffentlichten Daten des Gutachterausschusses abgeleitet, über IDA.HH können sie nun für die meisten Hamburger Immobilien ermittelt werden – zum Beispiel für Eigentumswohnungen, Ein- und Zweifamilienhäuser, Mehrfamilienhäuser sowie Büro- und sonstige Wirtschaftsimmobilien. Alternativ gibt IDA.HH Auskunft darüber, welchen Wert die Immobilie in den vergangenen Jahren hatte. Die Informationen stehen für die Jahre ab 2011 zur Verfügung. Dazu werden in mehreren Schritten wesentliche Parameter eines Grundstücks wie Lage, Größe, Baujahr sowie Ausstattungsmerkmale (Keller, Fahrstuhl, Garagenstellplätze sowie Mieterträge) abgefragt. Besondere objektspezifische Grundstücksmerkmale wie Bauschäden oder überdurchschnittlicher Erhaltungszustand sind nicht Bestandteil dieser Wertermittlung.

Schnell und rund um die Uhr

Rolf-Werner Welzel, Geschäftsführer des Landesbetriebs Geoinformation und Vermessung, zur Idee von IDA.HH: „Mit IDA.HH haben wir für Hamburger Immobilienbesitzer eine Online-Anwendung entwickelt, die schnell und rund um die Uhr Auskunft über den vorläufigen Vergleichswert gibt und damit eine erste Einschätzung des aktuellen Grundstückswertes bietet.“

Die Online-Abfrage über IDA.HH kostet eine Gebühr von 16 Euro und kann mit Kreditkarte oder Lastschrift einzug bezahlt werden. Der Immobilienwert und der Gebührenbescheid stehen danach sofort als PDF zum Download bereit. Übrigens: Das neue Online-Portal ist nicht nur für Immobilienbesitzer interessant. Sachverständige, die für ihre Wertermittlung Daten wie beispielsweise Gebäude- und Ertragsfaktoren oder Liegenschaftszinssätze benötigen, erhalten diese ebenfalls kostengünstig und schnell über IDA.HH.

Web: www.geoportal-hamburg.de/ida



Die anhaltenden Niedrigzinsen sorgen dafür, dass sich die Entwicklung auf dem Immobiliensektor immer weiter hochschraubt – so wie das Treppenhaus in der Zentrale der Hamburger Volksbank in Hammerbrook. Eine passende Kulisse für Geschäftsführer Wolfgang Voß (links) und Prokurist Daniel Richrath von der Hamburger Volksbank Immobilien GmbH. Foto: Wolfgang Becker

Das Geschäft beginnt im Kopf

So stellt sich die Hamburger Volksbank im Immobilienbereich neu auf – Partnerschaft auf Maklerebene

Die anhaltende Niedrigzinsphase stellt das traditionelle Geschäftsmodell von Banken und Sparkassen zunehmend auf den Kopf. Einfach ausgedrückt: Mit der Vergabe von Krediten ist allein kaum noch Geld zu verdienen. Die schwindenden Margen werden zwar zum Teil an anderer Stelle wieder ausgeglichen, doch nur mit Vermittlungsprovisionen beispielsweise für Versicherungen lassen sich die neuen Verhältnisse nicht ausgleichen. Das Kuriose: Die Zinsen an der Nulllinie sorgen zugleich für einen anhaltenden Boom im Bauträgergeschäft, wie Wolfgang Voß, Bereichsleiter Unternehmenskunden der Hamburger Volksbank, bestätigt (siehe auch B&P-Ausgabe September 2017). Jetzt hat Voß als Geschäftsführer aus der bisherigen hauseigenen Immobilienmarkt Hanse GmbH die Hamburger Volksbank Immobilien GmbH gemacht. Damit wird deutlich, dass auch die Hamburger Volksbank einen offensiv-ganzheitlichen Ansatz verfolgt und im Immobiliengeschäft neue Wege beschreitet.

Ziel ist es, die gesamte Wertschöpfungskette auszunutzen, die beim Immobilien-Geschäft anfällt. Das beginnt klassisch mit der Finanzierung eines Grundstücks und beispielsweise eines Wohnhauses für einen Bauträger bis hin zum Vertrieb der Eigentumswohnungen und – wenn es gut läuft – auch noch der Darlehensvergabe an die einzelnen Käufer. Dieses Prinzip beginnt allerdings nicht damit, dass die Bauträger einfach mal anrufen und einen Partner suchen, sondern in den Köpfen der 450 Mitarbeiter. Voß: „Wir sind jetzt intern dabei, die Mitarbeiter zu sensibilisieren. Jeder Berater ist gefordert, seinen Kundenbestand dahingehend zu analysieren, ob sich Immobiliengeschäfte entwickeln lassen.“

Von der alten Villa zum schicken Penthouse

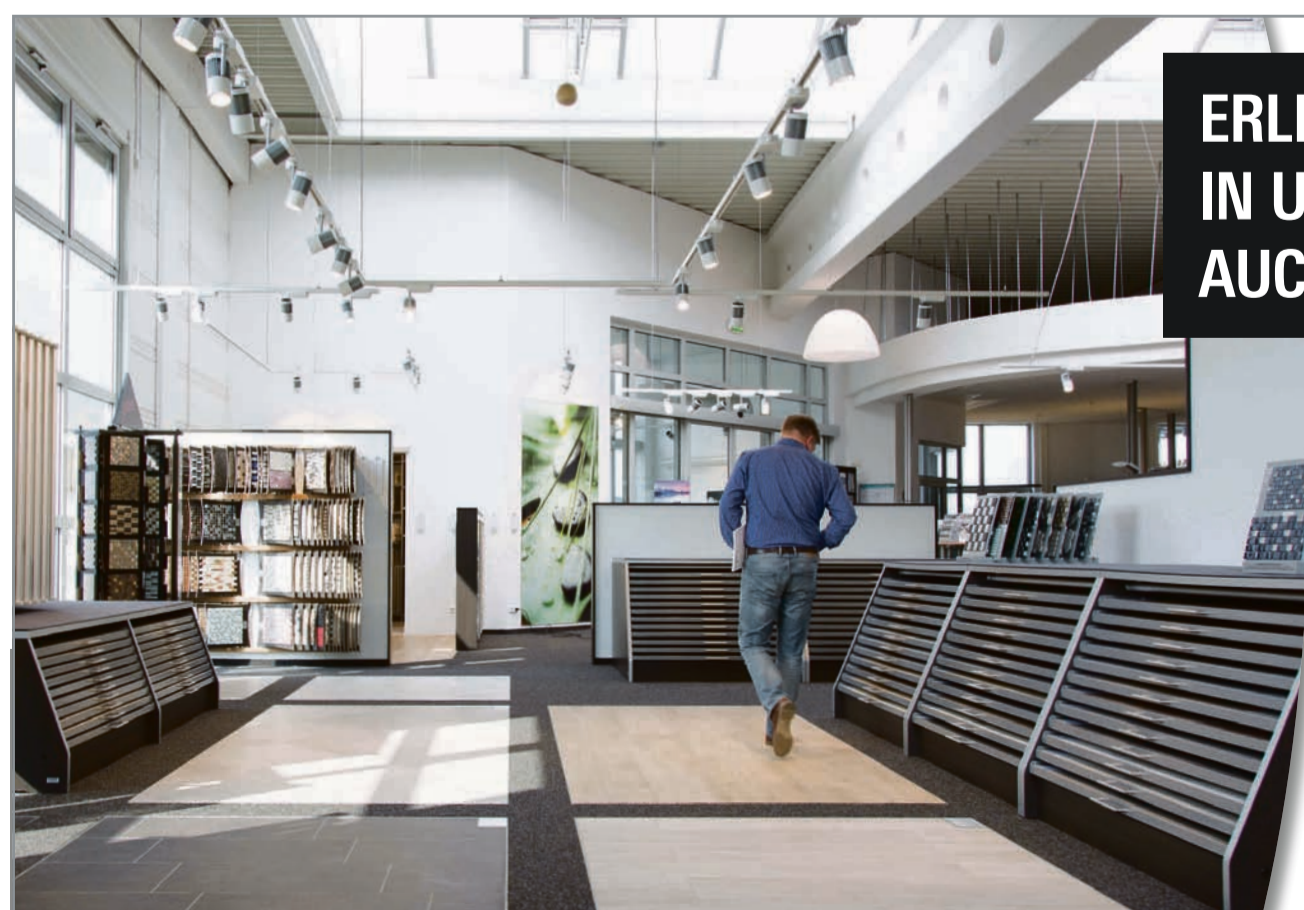
Kurz: Geschäfte kommen zumeist nicht von allein „angeflogen“, sie müssen proaktiv entwickelt werden. Auf Hamburg bezogen passt es in die Nachverdichtungspolitik des Senats, wenn Senioren ihr 2000-Quadrat-

meter-Grundstück mit einem 50er- und 60er-Jahre-Häuschen aus Altersgründen aufgeben möchten, um in eine bequeme Eigentumswohnung möglichst im gewohnten Umfeld zu ziehen. So eine Entwicklung wäre künftig ein Fall für Daniel Richrath, der mit seinen Makler-Kollegen als Prokurist in der Hamburger Volksbank Immobilien GmbH die Vertriebsstrategie umsetzt. Wolfgang Voß: „Im ersten Schritt haben wir die Gesellschaft umbenannt. Damit verbinden wir auch im Namen die Seriosität und Sicherheit, die eine Volksbank ausstrahlt, mit der Kompetenz im Immobilienvertrieb. In der zweiten Ausbaustufe werden wir in die Grundstücksentwicklung einsteigen – das wäre dann der Weg von der alten Villa hin zum schicken Penthouse.“

Die neue Immobilien-Strategie der Hamburger Volksbank zeigt bereits erste Erfolge, wie Daniel Richrath sagt: „Wir merken, dass die Zahl der Objekte steigt, die aus dem Bestand der Kundenbetreuer kommen.“ Um den Vertrieb, der in der Regel beginnt, bevor der Grundstein für ein neues Wohnprojekt gelegt wird, auf breitere Füße zu stellen, hat sich die Hamburger Volksbank Immobilien GmbH mit den großen Hamburger Maklergesellschaften Stöben-Wittlinger und Wenzel Dr. zwei versierte Partner ins Boot geholt. Voß: „Das sind angesehene Gesellschaften, die gut zu uns passen. Da haben sich quasi drei Hamburgensien zusammengetan.“

Die Kooperation ist seit September unterschrieben. Sie betrifft Objekte, die ein Investment von 20 Millionen Euro überschreiten. So wie derzeit am Reinbeker Redder in Lohbrügge/Bergedorf. Hier werden die drei neuen Partner erstmals gemeinsam aktiv, um die 30 Eigentumswohnungen zu verkaufen – was als Kooperation auch bei Bauträgern gut ankommt, wie Voß sagt. Für ihn ist wichtig: „Wenn wir eine Finanzierung begleiten, dann setzen wir auf Sicherheit und Augenmaß. Und das mit Erfolg – wir haben noch kein einziges Mal eine Finanzierung gegen die Wand gefahren.“ wb

Web: www.hamvobainmobiliendebestimmungen.de, www.hamburger-volksbank.de



ERLEBEN SIE 5.000 QM AUSWAHL
IN UNSEREN AUSSTELLUNGEN -
AUCH SONNTAGS.*

HAMBURGS
BESTER
BAUSTOFFHÄNDLER

Hamburger Abendblatt

349 Unternehmen
im Test 11/2017
abendblatt.de/beste

Viele Markenprodukte für den Innen- und Außenbereich
an 8 Standorten in der Metropolregion Hamburg.

*Sonntags in Seevetal (10 Min. südlich vom Elbtunnel) und Buchholz.

Tel. 040-769 68-0
www.bauwelt.eu

bauwelt
DELMEs • HEITMANN

BAUSTOFFE FÜR GENERATIONEN.



Foto: silvae - Fotolia

Wie viel Halle brauche ich wirklich?

Logistikimmobilien: Lösungen so individuell wie das Unternehmen selbst

Von Erik Alexander Peuschel

Bauen, kaufen oder mieten? Spätestens wenn sich Unternehmen mit dieser Frage auseinandersetzen, ist offensichtlich, dass neue strategische Entscheidungen anstehen. Auslöser sind nahezu ausnahmslos sich beschleunigende, technologische Entwicklungen, die Globalisierung der Märkte, Deregulierungen ganzer Branchen sowie erhebliche Veränderungen im Konsumentenverhalten. So wie sich das gesamte Unternehmen, die Mitarbeiter und die Prozesse auf die Veränderungen einstellen müssen, muss auch das Gebäude den neuen Anforderungen gerecht werden.

In der Praxis zeigt sich, dass die reine Vermittlung von Industrieflächen und -grundstücken für die überwiegende Zahl der Unternehmen nicht zielführend ist. Heute sollten Kunden von Immobilienberatungsunternehmen auch Flächenkonzepten, Materialflussanalysen und Nachnutzungslösungen erwarten. Am Anfang steht dabei eine unerlässliche, detaillierte Bedarfsanalyse, um sich in die Lage der Unternehmensprozesse versetzen zu können. Braucht der Kunde tatsächlich 10.000 Quadratmeter Hallenfläche – oder gibt es Optimierungspotenzial im Betrieb? Nach eingehender Analyse und einem objektiven Blick in die Prozessabläufe eines Unternehmens konnten wir in einem konkreten Fall durch eine intelligente Umstellung schließlich rund 5.000 Quadratmeter vorgesehene Lagerfläche sparen. Danach wurden dann die aktualisierten Kundenanforderungen mit unserem Angebots-Portfolio sowie aktuell geführten Grundstücken abgeglichen.

Szenarien durchspielen

Auch wenn in zahlreichen Fällen von Unternehmensseite die Entscheidung für Anmietung oder Eigennutzung einer Produktionsimmobilie bereits gefallen zu sein



Erik Alexander Peuschel ist Diplom-Architekt und Mitglied der Geschäftsleitung bei Engel & Völkers Commercial Hamburg. Als Bereichsleiter Industrie hat er vorzugsweise mit Gewerbeimmobilien zu tun.

scheint, können anhand von konkreten Objekten nochmal verschiedene Szenarien durchgespielt werden. So sind bei dem heutigen geringen Fremdkapitalzins die laufenden Finanzierungskosten oft geringer als die entsprechenden Nettokaltmieten. Zudem fallen die Finanzierungskosten nach Rückzahlung des Darlehens komplett weg. Mietkosten steigen jedoch über die Vertragslaufzeit an, wogegen der Kapitaldienst bei Wahl eines Annuitätendarlehens normalerweise stabil bleibt. Allerdings wird durch die Eigennutzung erhebliches Kapital in der Immobilie gebunden, was bilanziell und unter Rating-Gesichtspunkten teilweise zu Nachteilen führt. Bei einem eigenen Objekt besitzt man jedoch eine deutlich höhere Flexibilität, die Immobilie an betriebliche Anforderungen anzupassen. Zudem verbleibt ein Großteil des gebundenen Kapitals im Unternehmen und ist bei einem Wiederverkauf aktivierbar. Bei Anmie-

tungen erfolgt ein Kapitalabfluss an den Grundstücksinvestor, um dessen Renditeanforderungen zu erfüllen.

Maßgeschneiderte Immobilienkonzepte

Bereits hier zeigt sich, dass die Lösungen so individuell sein müssen wie die Unternehmen selbst. Grundsätzlich kann man jedoch festhalten: Für langfristig am Standort planende Unternehmen ist die Eigentumsoption gegenwärtig sowohl langfristig kaufmännisch als auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten von Vorteil. Für Unternehmen mit höheren Flexibilitätserfordernissen an Vertragslaufzeiten und Eigenkapitaleinsatz scheint eine Anmietung von Vorteil. Immens wichtig für alle folgenden Entscheidungen ist die Herstellung von Markttransparenz.

Kreativität in engen Märkten

Kreativität und ein klarer Blick sind insbesondere in Märkten wichtig, in denen das Flächenangebot knapp ist. Was ist eigentlich mit den Nachbargrundstücken? Können Flächennutzungskonzepte weiterentwickelt oder Gebäude revitalisiert beziehungsweise umgenutzt werden? Bei der Erkennung von Flächen ist es immer wichtig, sowohl die Sicht eines Projektentwicklers zu berücksichtigen als auch die Nutzerbrille aufzuhaben sowie den lokalen Markt und seine Protagonisten detailliert zu kennen.

So erwies sich für die MEGA eG in Hannover ein teilbebautes Gewerbegrundstück (etwa 37.000 Quadratmeter) in unmittelbarer Nachbarschaft, das offiziell gar nicht auf dem Markt war, als ideale Lösung für die Zusammenlegung mehrerer Standorte. Nach intensiver Beratung und den immer wieder kritisch betrachteten Standortalternativen konnte das Unternehmen von den Vorteilen des Kaufs des ehemaligen Lagers der Stadtwerke Han-

nover überzeugt werden. Hier hatte Engel & Völkers Commercial bereits vor mehr als sechs Jahren erfolgreich für den Eigentümer einen Mietvertrag geschlossen. Letztlich wurde auch der Mieter, ausgestattet mit einer Kaufoption, davon überzeugt, von einer Vertragsverlängerung abzusehen. Für den Eigentümer standen vor dem Verkauf noch kostenintensive Arbeitsschritte wie Gebäudeabriss, Altlastenentsorgung und Bodendekontamination auf der Agenda. Die mehrmonatigen Verhandlungen sowie die Koordination dieser Arbeitsschritte wurden ebenfalls von unseren Consultants erfolgreich begleitet und vorangetrieben.

Eine andere Lösung wurde für den Internet-Händler „kfzTeile24“ in Berlin gefunden. Das Unternehmen betreibt in der Bundeshauptstadt bereits zwei Standorte mit Versandlager und Werkstattservice. Da viele Kundenanfragen aus den westlichen Stadtteilen Berlins kommen, wurde in Spandau ein zusätzlicher Standort gesucht. Nach einigen vergeblichen Bemühungen um Bestandsobjekte oder Grundstücke an gut frequentierten Lagen empfahlen die Berater aus unserem Hause ein leerstehendes Produktionsgebäude am Brunsbütteler Damm.

Bestehende Eigenschaft des 4.400 Quadratmeter großen Gebäudes war seine 100 Meter lange Gebäudefront, die bei dem starken Verkehrsaufkommen eine ideale Werbeplattform bietet. Allerdings erforderte die Aufgabe, aus dem Produktionsgebäude ein effizientes Logistikgebäude zu entwickeln, Investitionen in Millionenhöhe. Da auch bei einer Mietvariante die Investitionskosten zu berücksichtigen gewesen wären, war unter kaufmännischen Gesichtspunkten schnell klar, dass hier nur eine Entscheidung vernünftig war: das Gebäude samt Grundstück zu kaufen. Nach vier Monaten Planungszeit, Erlangung behördlicher Genehmigungen und intensiven Vertragsverhandlungen, die von Engel & Völkers Commercial gesteuert wurden, wurde der Kaufvertrag beurkundet.

Eigenschaften Mietobjekt

PRO:

- Geringe Liquiditätsanforderung / geringe Anfangsinvestitionen
- Geringe Kapitalbindung
- Gut planbare Ausgaben über den Mietzeitraum
- Zeitlich begrenzte Bindung an das Objekt (auftragsbezogen) durch mietvertragliche Verlängerungs-Optionen
- Schnelle Reaktionsgeschwindigkeit bei Expansionsbedarf

CON:

- Langfristig steigende Ausgaben aufgrund indizierter Miethöhe
- Begrenzte Flexibilität bei der baulichen Anpassung der Gebäude
- Neuwertige Objekte oft nur mit längerfristigem Mietvertrag anmietbar

Eigenschaften Eigentumsobjekt

PRO:

- Aktuell sind die Finanzierungsaufwendungen geringer als die mögliche Mietbelastung
- Planbarer, stabiler Kapitaldienst mit langfristig geringerem Kostenaufwand
- Hohe bauliche Flexibilität und kurzfristige Anpassungsmöglichkeit an betriebliche Erfordernisse und ggf. ergänzende Nutzungs- / Ertragspotenziale (z.B. PV-Anlagen auf dem Dach)
- Identifikationsmöglichkeit des Nutzers mit dem Standort, unter anderem repräsentativere Ausstattung und Nachhaltigkeitsaspekte

CON:

- Hohe Anfangsinvestition – notwendiges Eigenkapital muss vorgehalten werden und wird langfristig in der Immobilie gebunden
- Das Entwicklungrisiko für die Einhaltung von Baukosten und Bauqualität trägt der Eigentümer
- Zusätzliche Aufwendungen für die Instandhaltung und Verwaltung der Immobilie sind einzuplanen, die langfristig ansteigen
- Längerer Vorlauf als bei Miete von Bestandslösungen

NT

BEREIT FÜR DIE DIGITALE ZUKUNFT?

www.nithh.de/thinktank



Maack Feuerschutz®

Feuerlöscher • Verkauf • Beratung • Schulung • Vermietung
Instandhaltung von Brandschutzeinrichtungen
RWA-Anlagen • Wandhydranten • Löschwassertechnik
Feststellanlagen • Rettungspläne

Maack Feuerschutz GmbH & Co. KG
Sinstorfer Weg 70
21077 Hamburg
Telefon: 040 / 790 15 40
Fax: 040 / 790 15 454
E-Mail: maack@maack.com

www.maack.com

Mitglied im



Die eigene Immobilie als Altersvorsorge – das ist eine immer wieder empfohlene Strategie, die helfen soll, im Alter möglichst finanziell unabhängig zu sein. Zumindest soll das eigene bezahlte Haus dazu beitragen, finanzielle Belastungen gering zu halten. Die Grundidee ist gut, doch eine Immobilie bedeutet auch Verpflichtungen und Kosten. Und wem nützt es, im Alter auf den Verpflichtungen zu sitzen und nicht an das Geld heranzukommen? Mit dieser Frage hat sich Karen Ulrich, Maklerin in Maschen, über Jahre intensiv beschäftigt und einen Weg gefunden, der zwar die üblichen Makleraktivitäten übersteigt, aber am Ende ein Erfolg für alle Beteiligten ist. Das Ulrich-Modell basiert darauf, ältere Immobilieneigentümer mit jungen Anlegern zusammenzubringen. Karen Ulrich: „Die Situation ist ja häufig dieselbe: Die eigene Immobilie ist ein liebgewordener Ort, den man auch im Alter nicht gern aufgibt. Zugleich bindet dieser Ort aber auch das Kapital. Auf der anderen Seite gibt es viele junge Leute, die nach Anlageobjekten suchen, ohne selbst einziehen zu wollen. Sie stehen dann vor dem Problem, einen verlässlichen Mieter zu finden, der das Haus oder die Wohnung pflegt und pünktlich zahlt. Da das nicht immer gegeben ist, besteht ein gewisses Risiko, vor dem viele potenzielle Anleger zurückschrecken.“ Karen Ulrich hat



Karen Ulrich sorgt mit dem Modell der Immobilien-Rente dafür, dass in Eigenheimen festsitzendes Kapital frei wird, ohne dass der Eigentümer sein gewohntes Zuhause aufgeben muss.

Das Ulrich - Modell

So kommen ältere Immobilieneigentümer an das Kapital und können trotzdem weiterhin in ihrem Zuhause leben

es sich zur Aufgabe gemacht, beide Seiten zusammenzubringen. Und das mit Erfolg: „Ich habe zahlreiche Referenzschreiben von zufriedenen Kunden, die froh sind, dass wir so eine Lösung gefunden haben.“

Das Ulrich-Modell funktioniert so:

Das Objekt wird nach Marktpreisen bewertet – damit steht der Kaufpreis fest. Zudem wird der marktübliche Mietzins ermittelt, der für die Immobilie zu zahlen ist. Der Anleger zahlt den vollen Marktpreis an den Verkäufer, der damit sofort das volle Kapital zur Verfügung hat. Der Verkäufer unterschreibt im Gegenzug einen Mietvertrag und kann weiterhin in seinem Zuhause leben.

Karen Ulrich: „Zehn Jahre lassen sich auf diesem Weg vertraglich problemlos absichern. Ich habe Kunden, die planen, in wenigen Jahren in ein betreutes Wohnen oder ein Stift zu ziehen und wollen bis dahin noch große Reisen machen. Andere möchten vielleicht zu Lebzeiten auf das Kapital zurückgreifen, um ihre Kinder beim Bauen zu unterstützen. Es gibt viele Möglichkeiten, das frei gewordene Geld sinnvoll und selbstbestimmt einzusetzen. Das ist allemal besser, als irgendwann ein Erbe zu hinterlassen und sich bis dahin den einen oder anderen Wunsch nicht erfüllt zu haben.“ Das Ulrich-Modell hat noch weitere Vorteile: Die Hauseigentümer, die nach dem Vertrag zu Mietern ihrer vormals eigenen Immobilie werden, haben ein ganz anderes Verhältnis zu dem Haus oder der Wohnung. Da beste-

hen emotionale Bindungen, die sich positiv auf den Umgang und die Pflege auswirken. Die Altersklasse, für die das Modell idealerweise passt, beginnt bei Ende 60 bis hinein in die 80er, sagt die Maklerin. Sie steht allerdings vor eigenen Herausforderungen: „So ein Objekt kann eben nicht frei verkauft werden – Käufer und Verkäufer müssen zueinander passen, denn sie bleiben ja in einem Geschäftsverhältnis miteinander verbunden. Meine Aufgabe ist es, die passenden Partner zu finden. Das benötigt Zeit“, sagt Karen Ulrich. Und: „Hinzu kommt, dass es sich eben nicht um Neubauten handelt – da muss ich als Maklerin auch den Pflegezustand der Immobilie einschätzen oder beispielsweise den Sanierungstau. Bestandsobjekte sind nicht katalogisierbar.“ wb

■ **Zweiter Standort.** Karen Ulrich ist seit 1987 Maklerin und somit seit mehr als 30 Jahren erfolgreich am Markt. Sie beschäftigt vier Mitarbeiter und ist in ganz Norddeutschland mit Schwerpunkt im Hamburger Süden tätig. Ihre Geschäftsräume sind in Maschen. Zum Ende des Jahres wird eine Filiale eröffnet. Das Unternehmen Karen Ulrich Immobilien wird dann auch in den ehemaligen Räumen der Sparkasse Harburg-Buxtehude an der Winsener Landstraße 18 in Fleestedt präsent sein. **Web:** www.ulrich-immobilien.eu

5 Jahre¹ Garantie kostenlos.

Ford Umwelt-Initiative

Bis zu 7.500,- Euro² Umweltbonus sichern.

FORD FOCUS TREND

Audiosystem CD mit USB-Anschluss und Audio-Fernbedienung, Außenspiegel, beheizbar, Fahrersitz mit einstellbarer Lendenwirbelstütze, Kartentasche an Fahrer- und Beifahrersitzrückenlehne

Unser Kaufpreis
€ 19.700,00

- Umweltbonus
€ 7.500,-²

Bei uns für
€ 12.200,-³

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

Unsere Initiative für mehr Luftqualität.

Wir gewähren einen zusätzlichen Umweltbonus bei Kauf eines Ford Neufahrzeuges bei gleichzeitiger Übernahme der Verschrottung Ihres Dieselfahrzeuges bis Euro 4 und älter. Sprechen Sie uns an.



FORD FIESTA TREND

(15") 38,14 cm-Stahlräder 6 J x 15 mit 195/60 R15 Reifen und Radzierblenden, Fahrspur-Assistent inkl. Fahrspurhalte-Assistent, Außenspiegel in Wagenfarbe lackiert, elektrisch einstellbar, beheizbar und mit integrierten Blinkleuchten, MyKey-Schlüsselsystem

Unser Kaufpreis
€ 13.800,00

- Umweltbonus
€ 4.000,-²

Bei uns für
€ 9.800,-⁴

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach VO (EG) 715/2007 und VO (EG) 692/2008 in der jeweils geltenden Fassung): Ford Focus: 8,3 (Innerorts), 4,6 (außerorts), 5,9 (kombiniert); CO₂-Emissionen: 136 g/km (kombiniert). Ford Fiesta: 6,1 (innerorts), 3,9 (außerorts), 4,7 (kombiniert); CO₂-Emissionen: 107 g/km (kombiniert).

Tobaben
www.fair-und-freundlich.de

Fair und
Freundlich!

Autohaus Tobaben GmbH & Co. KG · Buxtehuder Str. 84-92 · 21073 Hamburg
Harsefeld Buxtehuder Str. 2 Tel. 04164 - 89 99 0
Stade Altländer Straße 9-11 Tel. 04141 - 95 37 0
Buxtehude Westende 4 Tel. 04161 - 7 25 40
Hamburg-Harburg Buxtehuder Str. 84-92 Tel. 040 - 76 62 61 0

¹Zwei Jahre Neuwagengarantie des Herstellers sowie Ford Protect Garantie-Schutzbrief (Neuwagenanschlussgarantie) inkl. Ford Assistance Mobilitätsgarantie für das 3.-5. Jahr, bis max. 50.000 km Gesamtauflistung (Garantiegeber: Ford-Werke GmbH) kostenlos. Gültig für Privatkunden beim Kauf eines noch nicht zugelassenen Ford Fiesta oder Ford Focus Neufahrzeuges innerhalb von drei Wochen nach erfolgter Probefahrt und Vorlage des von uns ausgestellten Original-Gutscheins. Es gelten die jeweils gültigen Garantiebedingungen. ²Bei Abgabe und zertifizierter Verschrottung Ihres Dieselfahrzeuges bis Euro 4 und älter erhalten Sie bei uns bei Neufahrzeugbestellung eines Ford Focus eine Prämie von € 7.500,- bzw. bei Neufahrzeugbestellung eines Ford Fiesta eine Prämie von € 4.000,-. Zulassungsdauer Altfahrzeug mindestens 6 Monate auf den Käufer des Neufahrzeuges. Die Prämie wird auf den Kaufpreis angerechnet. Angebot gilt für Privatkunden und Gewerbetreibenden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Nicht kombinierbar mit anderen Angeboten. ³Gilt für einen Ford Focus Trend 1,6-l-Ti-VCT-Benzinmotor 63 kW (85 PS). ⁴Gilt für einen Ford Fiesta Trend 3-Türer 1,1-l-Benzinmotor 52 kW (70 PS).

MAHNS MEINUNG
KOLUMNE

Von **Martin Mahn**, Geschäftsführer der Tutech Innovation GmbH und der Tutech Hamburg GmbH

„Guten Flug“: Zwischen Ganzkörperscanner und Massentierhaltung

Ich bin längere Zeit nicht mehr interkontinental geflogen. Und ich habe es auch nicht wirklich vermisst. Es hat sich in den vergangenen vier, fünf Jahren nicht so viel verändert. Nichts Überraschendes zumindest. Die Flughäfen sind noch voller, die Flüge selber auch – die Slots noch enger und die Sitze ebenso. In der Economy ist Arbeiten nun gar nicht mehr möglich. Kippt der Sitz vor mir in Schlafposition, kann ich mein Notebook nicht mehr aufklappen. Da nützt mir dann die LAN-Buchse in der Rückenlehne auch wenig. Extended Leg Room oder Business auf Langstrecken ist nur noch für den Preis eines Kleinwagens zu haben. Weniger Komfort, weniger Service, dafür aber höhere Preise, das Geschäftsmodell funktioniert – mangels Alternativen – trotzdem. Aber warum so wenig Innovation? Drei Vermutungen drängen sich auf. Erstens: In der Branche wird nach wie vor gutes Geld verdient. Zweitens: Die Sicherheitsanforderungen und die damit verbundenen Zulassungsprozesse bremsen. Drittens: Die Zyklen der Erneuerung sind mit rund 15 bis 20 Jahren Betriebsdauer einer Maschine sehr lang. Alle drei Aspekte führen dazu, dass sich die Luftfahrtbranche mit disruptiven Neuerungen schwer tut. Da könnte Hamburg – als drittgrößter Luftfahrtstandort der Welt – seine Chancen nutzen. Neue Konzepte in der Luft wie am Boden sind gefragt. Neue Materialien und Fertigungsprozesse, bessere Kraftstoffe und Antriebe, alternative Air-Ports und Mobilitätsansätze im Luftraum werden gebraucht. Denn auch von der inzwischen eigentlich allgegenwärtigen Digitalisierung ist für den Reisenden wenig bis nichts zu sehen.

Gut, mit einem RCR-Code auf dem Handy boarden ist fein, aber auch schon ein alter Hut. Die Technik an Bord (zumindest die für den Passagier sicht- und nutzbare) ist gefühlt immer noch auf dem Entwicklungsstand von vor zehn Jahren. Inzwischen fliegen moderne A350 mit ersten bionisch konstruierten und 3D-gedruckten Kabinenhaltern (übrigens eine Hamburger Entwicklung), aber das nehme ich als Passagier nun eher weniger wahr. Dafür umso mehr die steigenden Delays. Der Air Traffic nimmt zu, und wir haben – obwohl seit den 90ern in Diskussion – immer noch keinen Single Sky in Europa. Dafür (und hier zeigt sich, Krisen sind immer ein Treiber von

Innovation) kann ich an inzwischen vielen Flughäfen die Immigration Control per Gesichtsscanner absolvieren, sofern ich einen biometrischen Pass habe und der inzwischen gewachsene Vollbart mir nicht einen Strich durch die Rechnung macht. Und werde beim Sicherheitscheck durch einen Ganzkörperscanner auf potenzielle Gefahren hin durchleuchtet. Dem entgeht nichts.

Das System Mülltonne

Schade nur, dass sich viele Passagiere noch immer nicht merken können, was sie an Bord nehmen dürfen und was nicht. Menschlich eben. So wandern nach wie vor sündhaft teure Parfumflakons, wertvolle Körperlotionen und elegante Aftershaves unter bitterlichen Tränen unerbittlich in die bereitgestellte Mülltonne. Aber in den immer vornehmer werdenden Airport-Shopping-Areas kann ja jederzeit Nachschub beschafft werden. Das kurbelt das Geschäft an. Böse, böse, wer hier etwa ein System vermutet. Auch habe ich hier inzwischen, wie in den Malls überall auf der Welt, die Auswahl aus unzähligen Coffee Shops, die gefühlt jeweils 50 Kaffeevarianten anbieten. Nur dauert der Bestellprozess mit dem Durchdeklinieren der Optionen für mein Heißgetränk inzwischen so lange, dass mir – last Call to Gate – leider keine Zeit mehr zum Trinken bleibt.

Ich würde es deshalb sehr begrüßen, wenn sich denn mal wieder mehr mit dem eigentlichen Thema beschäftigt werden würde. Nämlich dem Fliegen. Wie man es einfacher, angenehmer, umweltfreundlicher, wirtschaftlicher und vielleicht auch schneller machen kann. Denn das mit dem Teleportieren liegt ja doch noch in ferner Zukunft. Und auch virtuelle Meetings über Facetime, Whatsapp, Skype oder was auch immer, werden ein reales Treffen weder heute noch morgen ersetzen können. Um in einer globalisierten Gesellschaft und Wirtschaft persönlich zueinander zu kommen, werden wir also noch eine Weile fliegen (müssen). Hoffentlich, ohne dass ein Flug immer weiter zu temporären Massentierhaltung verkommt.

PS: Alles klar? Nicht? Dann connecten Sie sich gerne mit uns

WIR SIND NOCH ZU HABEN

Ausgesuchte **GEWERBE-IMMOBILIEN**
aus der Metropolregion Hamburg Süd

Die deutsche Wirtschaft erlebt derzeit einen Hochlauf, der nicht nur für die Staatskasse erfreulich ist, sondern auch für Wachstumsschübe in den Unternehmen sorgt. Die Gewerbe-Immobilie ist zum begehrten Gut geworden – wenn die Lage und der Preis stimmen. Gute Zeiten also auch für Makler. Vor dem Hintergrund, dass wirtschaftliches Wachstum auch einen erhöhten Raumbedarf auslöst, hat Business & People Makler eingeladen, ihren Geheimtipp beziehungsweise ihre Top-Immobilie vorzustellen. Auf dieser Seite finden Unternehmen ausgesuchte Beispiele für Gewerbe-Immobilien und mit etwas Glück den Ort, an dem sie den nächsten Wachstumsschritt gehen können.



Idealer Wirtschaftsraum für Ihre Pläne

Hier ist noch Platz für den ersten Schritt Ihrer Erfolgsgeschichte. Legen Sie Ihren Grundstein in einem unserer Gewerbegebiete. Direkt neben Airbus oder Bacardi. Direkt in der Metropolregion Hamburg. Und von überall gut erreichbar.

Unser Gewerbegebiet. Ihre Chance.

Kontakt:
Hansestadt Buxtehude, Wirtschaftsförderung
Bahnhofstr. 7, 21614 Buxtehude
www.buxtehude.de
Tel. +49/4161/501-8010
wirtschaftsfoerderung@stadt.buxtehude.de



HANSESTADT
BUXTEHUDE



Freie Grundstücke im neuen Gewerbegebiet Ostfeld 2 verfügbar

Das Gewerbegebiet Ostfeld in der Gemeinde Jork liegt zentral und verkehrsgünstig im Zentrum von Jork. Es wurde in den letzten Jahren um ca. 7 ha erweitert und bietet Unternehmen, die expandieren oder sich neu ansiedeln möchten, ideale Gewerbeflächen zu attraktiven Grundstückspreisen an. Die Gewerbeflächen sind ab einer Grundstücksgröße von ca. 1.000 m² verfügbar und sofort bebaubar.

Die Gemeinde Jork bietet Unternehmen mit der Lage des Gewerbegebiets eine ideale Infrastruktur an. Die Lage zwischen Stade und Hamburg ermöglicht gute Verkehrsanbindungen wie die A26, die B73 und die Nähe zum Hafen Hamburg, sowie die neue Ortsumgehungsstraße.

Weitere Informationen: <https://gewerbegebiet-jork.de/>

Kontakt
Gerd Hubert
Telefon 04162/914720
Mail Hubert@jork.de



Gewerbegrundstücke in Apensen

in bester Lage, direkt an der L 130 und der Ortskernlastungsstraße zwischen der L 130 und der L 127, sowie nördlich des Bahnhofes in Apensen im Landkreis Stade. Gute Verkehrsanbindung zu den Autobahnen A 1, A 7 und A 26 sowie zur B 73.

Grundstücksgrößen von ca. 1.350 bis 74.825 m² individuell wählbar auf einer Gewerbefläche von ca. 24 ha von denen noch 9,93 ha (grüne Fläche) verfügbar sind. Die innere Gewerbegebieterschließung zwischen der L 130 und der Neukloster Straße wird im Jahr 2018 fertiggestellt.

Die Festsetzungen des Bebauungsplanes stehen auf der Homepage der Samtgemeinde Apensen unter <http://www.apensen.de/wirtschaft/bauleitplanung/bebauungsplan/> zur Verfügung.

Kontakte:
Gemeinde Apensen
Frau Sabine Benden
Telefon: 04167 9127-60
E-Mail: Sabine.Benden@Apensen.de
Frau Kirsten Zegenhagen
Telefon: 04167 9127-64
E-Mail: Kirsten.Zegenhagen@Apensen.de
Buxtehuder Straße 27, 21641 Apensen



Attraktive, loftartige Laden-/Gewerbefläche in Lüneburg

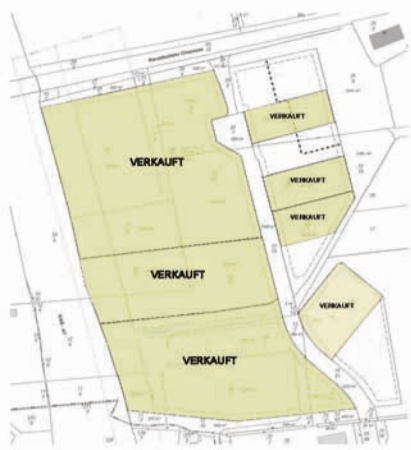
Im neuen Lüneburger Hanseviertel in zentraler Lage

295 m² Gewerbefläche in Neubau sind noch ab sofort frei zur Vermietung für Ärzte, Einzelhandel, Dienstleister, etc.. Die Fläche ist teilbar. Mindestgröße ca. 100 m² mit Aussenterrasse. In direkter Nachbarschaft zu Sparkasse, Bäcker und Friseur im Zentrum des Hanseviertels Lüneburg. Parkplätze befinden sich direkt vor der Tür. Barrierefreier Zutritt von der Straße. Individueller Ausbau möglich.

Kontakt und weitere Informationen
Frau Schroeder
Telefon: 040-8195190
E-Mail: schroeder@lorenz.hamburg



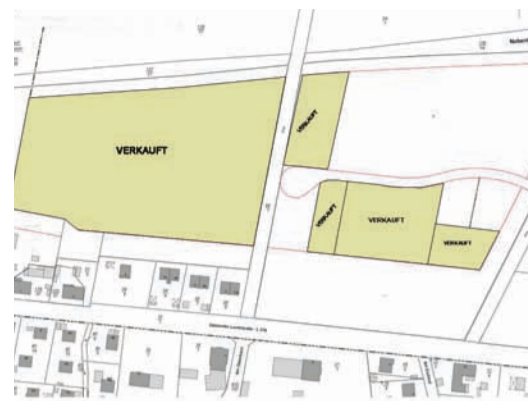
Hittfeld: 7 Hektar



Marxen: 5,6 Hektar



Salzhausen: 5,7 Hektar



Bispingen: 14,5 Hektar



Landkreis Harburg:
Cima-Studie liefert
Top-Daten

Jetzt liegt es schwarz auf weiß vor: Beim Datenmonitoring 2017 zeigt sich die führende Position des Landkreises Harburg in Niedersachsen. In vielen Bereichen weist die Statistik eine Entwicklung auf, die weit über dem Landes- und Bundesdurchschnitt liegt. Die Studie wurde von der Cima durchgeführt und liegt seit wenigen Tagen vor. In den vergangenen Jahren konnte der Kreis eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik mit deutlichen Zuwächsen in den Bereichen Bevölkerung, Bruttoinlandsprodukt, Erwerbstätige und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte erzielen. Der wirtschaftliche Schwerpunkt liegt auf dem Dienstleistungssektor. Im Gegenzug ist das produzierende Gewerbe schwächer vertreten, holt aber auf. Unterdurchschnittlich stark ist zudem der Anteil der Hochqualifizierten an der Gesamtbeschäftigung.

Bei den Unternehmensgründungen zählt der Landkreis Harburg bundesweit zu den Top Ten. Diese Entwicklung ist stabil und betrifft auch den Bereich der „höherwertigen Technik“. Insgesamt, so das Ergebnis der Studie, ist die Innovationskraft der Wirtschaft im Landkreis Harburg jedoch vergleichsweise schwach ausgeprägt – was nicht zuletzt daran liegt, dass es bislang keinen Wissenschafts- beziehungsweise Forschungsstandort gibt.

Die Ergebnisse des „Datenmonitoring Landkreis Harburg 2017“ sind in einem knapp 100-seitigen Heft zusammengefasst. Die Broschüre ist auf Nachfrage bei der Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg GmbH erhältlich. Kontakt unter Telefon 0 41 81/92360.

Das erfolgreichste Jahr
in der WLH-Geschichte

Fast 20 Ansiedlungen: Das Team um Geschäftsführer Wilfried Seyer verkauft 2017 so viele Flächen wie noch nie

Wirtschaftsförderung ist ein Geheimnis an sich, denn sie funktioniert nach unterschiedlichen Regeln. Nicht jeder Wirtschaftsförderer hat so komfortable Rahmenbedingungen wie Wilfried Seyer, Geschäftsführer der WLH. Die Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg GmbH darf eigene Flächen erwerben und zu Gewerbegebieten entwickeln. Und das tut sie mit großem Erfolg. 2017 ist laut Seyer das erfolgreichste Jahr in der WLH-Geschichte. Da trifft es sich gut, dass er gemeinsam mit den Bürgermeistern der A7-Gemeinden soeben die „Wirtschaftsregion Nordheide“ ins Leben gerufen hat. Sie vereint sechs Gewerbegebiete entlang der Autobahn vor den Toren der Hansestadt und stellt sich innerhalb der Metropolregion Hamburg Süd als eigene Marke dar.

Das Seyer-Konzept geht voll auf. Er sagt: „Die Metropolregion Hamburg ist mittlerweile so groß, dass sie eigentlich nur noch international wirkt. Wenn Unternehmen von außerhalb Flächen angeboten werden,



Wilfried Seyer hat die Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Harburg aufgebaut und arbeitet seit Jahren wirtschaftlich erfolgreich daran, mehr Jobs in die Region zu holen. Foto: WLH

wissen die im Zweifel nicht, ob sie in Buchholz, Wilhelmsburg, Norderstedt, Pinneberg oder in Schwerin landen. Deshalb haben wir mit der Wirtschaftsregion Nordheide einen geografisch klar definierten Raum geschaffen – mit dem Wissen, dass Flächen vor den Toren Hamburgs und noch dazu an der Autobahn absolut attraktiv sind.“

Ziel: Neue Arbeitsplätze

In der Wirtschaftsregion Nordheide haben sich die Gemeinden Salzhausen, Hanstedt, Seevetal, Marxen, Egestorf und Bispingen zusammengeschlossen – allesamt vergleichsweise kleine Standorte auf der nationalen Wirtschaftslandkarte. Die Heide ist indes ein Begriff. Und die Nordheide macht deutlich: Hier geht es direkt nach Hamburg, ins wirtschaftliche Zentrum Norddeutschlands. Ein geschickter Schachzug also, den die WLH da unternommen hat. Und der Erfolg gibt Seyer und seinem Team in Buchholz Recht: „Wir werden in diesem Jahr etwa 20 Unternehmen ansiedeln. Alles Mittelständler, die im Durchschnitt 3000



Quadratmeter Fläche gekauft haben. Das Spektrum reicht von der Tischlerei bis zum vorindustriellen Lebensmittelproduzenten.“

Ziel der WLH ist es, pro 1000 Quadratmeter etwa fünf neue Jobs zu schaffen. Das klappt mal besser, mal nicht so gut, da flächenintensive Bestandsentwicklungen nicht zwangsläufig auch viele Arbeitsplätze bedeuten. Das wird dann an anderer Stelle wieder ausgeglichen. Mittlerweile sind in den sechs Gebieten 650 bis 700 Jobs konzentriert, wobei Bispingen ganz neu am Start und folglich noch nicht so stark belegt ist. Wilfried Seyer sagt: „Tatsächlich haben wir extrem viele Bestandsbetriebe, die sich erweitern.“ Was gar nicht so einfach ist, wie das Beispiel Hanstedt zeigt: Dort will sich das ansässige Tierkrematorium erweitern, weil künftig auch Pferde nach ihrem Ableben verbrannt werden können – eine Vorstellung, die Haltern offenbar angenehmer ist als der Weg zum Abdecker. Prompt hat sich in der Nachbarschaft eine Anti-Feinstaub-Bürgerinitiative gegründet, die Stimmung gegen das Vorhaben macht. Nun heißt es für die WLH und den Unternehmer erstmal abwarten. Von den angesiedelten Unternehmen stammt jedes fünfte aus Hamburg. 50 Prozent entfällt auf Bestandsentwicklungen in den Gemeinden vor Ort, 20 Prozent der Käufer kommen aus der Metropolregion und zehn Prozent aus „dem Rest der Welt“, wie Seyer sagt und damit eher Deutschland meint. Der Blick auf die Flurkarten der Gewerbegebiete zeigt, welche Flächen noch verfügbar sind. Allerdings gibt es Unterschiede. Während das Hamburg-nahe Hittfeld in der Gemeinde Seevetal quasi sofort ausverkauft war, sind etwa 30 Kilometer weiter entfernt in Salzhausen noch Gewerbegrundstücke zu haben. Unter dem Strich erreicht die Wirtschaftsregion Nordheide laut Seyer bereits in ihrem ersten Jahr das erklärte Ziel: Ranrücken an Hamburg! wb

Web: www.wlh.eu

Hanstedt: 5,3 Hektar



Egestorf: 9,7 Hektar



TIP – Der Technologie- und Innovationspark

Für den geplanten Technologie- und Innovationspark der WLH GmbH in Buchholz liegt bereits ein zweiter abgestimmter Entwurf vor. Wie berichtet (B&P-Ausgabe Juni 2017), sollen südlich der Ortsumgebung Dibbersen 25 Hektar Fläche entwickelt werden. Kernpunkt ist die Schaffung eines Campus'. Die dazu eingeleiteten Gespräche mit Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen sind mittlerweile auf fruchtbaren Boden gefallen, wie WLH-Geschäftsführer Wilfried Seyer sagt: „Wir haben ein extrem hohes Interesse geweckt und sind mit verschiedenen Akteuren in konkreten Gesprächen; darunter zum Beispiel die bundesweit tätige Steinbeis GmbH, eine Transfergesellschaft im klassischen Sinne.“ Weitere Kontakte gibt es zum Campus Suderburg (Ostfalia Hochschule), zur Hochschule 21 in Buxtehude, zur Leuphana Universität in Lüneburg und zur Hochschule Osnabrück. Letztere könnte einen studentischen Gestaltungswettbewerb für die TIP-Außenanlagen durchführen. Den Hochbau-Part sollen Studenten der hs21 beisteuern. Das Bebauungsplanverfahren ist angeschoben. wb

Die Bank,
die zu Ihrem
Unternehmen
passt.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Wir stehen für nachhaltiges Wirken und sind Ihr starker Partner in allen Finanzfragen. Unsere Philosophie ist die ganzheitliche Betreuung Ihres Finanzmanagements. Professionell und maßgeschneidert von der Existenzgründung bis zur Unternehmensnachfolge. Erleben Sie es selbst!



www.vblh.de

Volksbank
Lüneburger Heide eG

Europa im Rüttelmodus

Wenig Hoffnung
auf steigende Zinsen10. Investmenttag der Sparkasse Harburg-Buxtehude –
Dr. Ulrich Kater, Udo von Kampen und Heinz Lüers über
die Rolle Deutschlands in der EU

Hier der enthusiastische Europa-Journalist, da der analytische Kapitalmarktexperte – mit Udo von Kampen, ZDF-Studiodirektor a. D., und Dr. Ulrich Kater, Chefvolkswirt der Deka-Bank, bot die Sparkasse Harburg-Buxtehude zu ihrem zehnten Investmenttag gleich zwei prominente Impulsgeber auf, die sich gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden der Sparkasse, Heinz Lüers, in der Buchholzer Empore vor gut 500 Gästen den Fragen von Andreas Franik (ehemals ntv) stellten. Ein informativer Abend in politisch bewegten Zeiten zum Thema „Deutschland – Lokomotive Europas?“.

Bewegt sind die Zeiten gleich in mehrfacher Hinsicht: In Deutschland versuchten sich CDU/CSU, Grüne und Liberale über Wochen bei der Regierungsbildung. Doch die Sondierungsgespräche sind gescheitert. Alle Beteiligten schieben sich den Schwarzen Peter zu, und es drohen Neuwahlen mit ungewissem Ausgang – der Frust ist groß, vor allem bei den Wählern. In Europa sorgen neonationalistische Tendenzen in vielen Mitgliedsländern für Unruhe. Ob Brexit, Katalonien-Konflikt oder der politische Rechtsruck in den osteuropäischen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union – es rumort gewaltig. Und die Situation in den USA mit einem Präsidenten, der seine Wähler mit „America first“ mobilisierte und Nordkorea mit der

„totalen Zerstörung“ droht, ist ebenfalls ein Faktor, der die gewohnte Weltordnung ins Wanken bringt. Vor diesem Hintergrund diskutierten von Kampen, Kater und Lüers über die Situation in Deutschland und über die Auswirkungen auf die Kapitalmärkte. Die betrübliche Nachricht für Sparer: An dem niedrigen Zinsniveau wird sich in absehbarer Zeit nicht viel ändern, so die Prognose.

Ein weltoffener Markt

Die nach wie vor wirtschaftlich hervorragende und politisch stabile Lage ist aus Sicht von Ulrich Kater eine Folge verschiedener Faktoren: „Wir haben gut funktionierende Strukturen und einen hohen Ausbildungsstandard. Zudem wurde die deutsche Industrie über Jahre hinweg stark begünstigt – wir profitieren von einem weltoffenen Markt. In anderen Ländern ist es häufig so, dass die Eliten Großteile der Bevölkerung nicht am Wirtschaftsgeschehen teilhaben lassen. Dort herrscht keine Stabilität.“ Deutschland gehe es aber nicht so gut, weil es anderen Ländern schlechter gehe. Kater warnt indes davor, sich in Sicherheit zu wiegen: „Der Einfluss der Industrie nimmt ab, im Gegenzug steigt der Anteil der Dienstleistungen an. Und dort gelten andere Gesetze. Ein Problem: Die großen Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor kommen nicht aus Deutschland.“

Auch die nationalistischen Tendenzen in vielen Staaten und der US-amerikanische Protektionismus unter Trump kamen zur Sprache. Dazu Udo von Kampen: „Auslöser dieser Debatte war unter anderem der hohe deutsche Leistungsbilanz-Überschuss. Das kann man ja irgendwie noch verstehen. Auch in der EU wird mit gewissem Neid auf die politische und wirtschaftliche Situation in Deutschland geschaut. Das alles hat aber nationalistische Ambitionen hochgespielt, die ich nicht für möglich gehalten habe.“ Die Europa-Analyse der beiden Experten: Ulrich Kater geht davon aus, dass es innerhalb der EU dazu kommen muss, dass die Starken auf lange Sicht auch für die Schwachen da sind. „Immer wenn sich Länder zusammenschließen, ist das so. Selbst innerhalb Deutschlands. Wenn wir uns anschauen, wie viel Geld da umverteilt wird, dann wird einem schwindelig. Das lässt sich kaum ausrechnen.“ Diese Umverteilung sei ein Grundprinzip, lasse sich aber nicht mal eben auf die gesamte EU übertragen. Kater: „Das braucht Zeit. In den USA hat es 100 Jahre gedauert, bis das heute fein austarierte System zwischen den Staaten erreicht wurde.“ Udo von Kampen plädiert für ein Europa der zwei Geschwindigkeiten. Schon heute sei es so, dass die reichen Länder für die ärmeren bezahlen – nämlich durch die restriktive Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank. „Die Zinsen werden

nicht erhöht, weil dies die Staaten mit hoher Verschuldung zu stark belasten würde“, so der Journalist. De facto finanzierten die reichen Länder damit die armen Länder. Es gebe allerdings positive Tendenzen in Italien, Spanien, sogar Griechenland. Dazu Kater: „Das ist alles relativ. Wenn es bei 30 Grad minus um zehn Grad wärmer wird, haben wir immer noch minus 20 Grad.“ Es wäre aber dennoch falsch zu sagen, die Italiener trügen die Schuld an der Nullzinsphase. Kater: „Auch in den USA und in Japan sind die Zinsen im Keller. Wir haben ein ganz anderes Problem: Weltweit werden Überschüsse erzielt, selbst in den Mittelschichten ist Kapital da, das investiert werden will. Dieses weltweite Überangebot zwingt die Zinsen ein, denn es gibt auf der Gegenseite zu wenig Nachfrage. Dieses Phänomen trifft auf alle Länder zu. Außerdem haben wir jetzt die starken Jahrgänge, die das Überangebot noch verschärfen. Die demografische Grenze erreichen wir etwa 2030.“ Und: „Wenn wir in den Jahren 2020/21/22 nicht in der Lage sind, aus den Negativzinsen herauszukommen, läuft etwas schief.“ Wie sich die Niedrigzinsen auf eine regionale Sparkasse auswirken, beantwortete

Heinz Lüers: „Darauf haben wir uns eingestellt. Auch in dieser Phase stehen die Sparkassen für Stabilität. Kommunen, Finanzminister und Aktien-Käufer freuen sich über die niedrigen Zinsen, Sparer und das Rentensystem leiden. Für Bauherren ist die Situation im Grunde neutral. Die Finanzierungen sind zwar äußerst günstig, aber im Gegenzug sind die Baukosten und die Grundstückspreise stark gestiegen.“

„Wir stehen für Stabilität“

Sowohl Kater als auch von Kampen gehen davon aus, dass die EU moderat weiter wachsen wird. Trumps Politik und der Brexit haben aus ihrer Sicht eher zu einem Aufwärtstrend geführt. Von Kampen setzt zudem auf die deutsch-französische Achse als entscheidender Motor für die europäische Entwicklung: „Das war immer so. Mit dem Duo Merkel/Macron haben wir allen Grund, optimistisch nach vorn zu schauen.“ Kater hofft auf eine Festigung des Euros: „Inwieweit die Gemeinschaftswährung hält, werden wir bei der nächsten Krise sehen. Jede Krise macht den Euro stärker.“

Foto: Wolfgang Becker

Business
& Health

KOLUMNE

Von DR. MED. GIOVANNI DI FAVERO,
Chefarzt der GynäkologieFür eine gesunde Zukunft:
Vorsorge nicht vergessen!

Das alte Jahr neigt sich dem Ende, ein neues steht in den Startlöchern: Zum Jahreswechsel fassen viele Menschen gesunde Vorsätze. Ein Rat, den ich meinen Patientinnen nicht nur zum Jahresende mit auf dem Weg gebe, lautet: Achtet mehr auf euch selbst! Im Alltagsstress geraten Vorsorgeuntersuchungen manchmal in Vergessenheit. Doch wie wichtig Vorsorge wirklich ist, zeigt sich an kaum einer Krankheit so deutlich wie an Krebs. Eierstockkrebs, oder auch Ovarialkarzinom, ist die dritthäufigste Krebserkrankung der Frau. Allein in Deutschland erkranken jährlich 8000 Frauen, das Risiko ist bei den 50- bis 74-jährigen am höchsten. Der Tumor kann sich lange unbemerkt in der freien Bauchhöhle ausbreiten. Erst wenn er so groß wird, dass er Druck auf andere Organe ausübt, zeigen sich Beschwerden. Das erschwert eine frühe Diagnose, dabei liegt nach nur fünf Jahren die Mortalitätsrate bei 60 Prozent. Wird die Erkrankung in der Frühphase festgestellt, sinkt das Risiko auf 15 Prozent. Dieser Vergleich spricht für sich. Zur Früherkennung eines Ovarialkarzinoms eignen sich Ultraschalluntersuchungen allerdings nur bedingt – zumindest für Frauen, die keine Beschwerden aufweisen. Ihnen kann die Maßnahme sogar schaden, darüber ist man sich unter Experten einig. Zum Beispiel, wenn es durch eine Falschdiagnose nach einem Ultraschall zu einer unnötigen Operation kommt. Das

bedeutet Stress für Körper und Psyche. Es gibt Alternativen, um Eierstockkrebs bereits frühzeitig zu erkennen: Ein regelmäßiger Bluttest zum Beispiel kann den bösartigen Tumor früher als herkömmliche Diagnostikmethoden aufspüren. Dabei werden vor allem die CA-125-Werte beobachtet, ein Tumormarker, der typisch für Ovarialkarzinome ist. Sofern hierdurch Anzeichen der Erkrankung festgestellt werden, kann ein transvaginaler Ultraschall als weitere Maßnahme zur Früherkennung hinzugezogen werden. Natürlich sind regelmäßige gynäkologische Untersuchungen beim behandelnden Frauenarzt auch wichtige Vorsorgemaßnahmen. Hier in der Helios Klinik Mariahilf ist es unser oberstes Gebot, betroffenen Patientinnen die bestmögliche medizinische Versorgung zu garantieren und sie bei ihrer Heilung zu begleiten und zu unterstützen. In unserem Haus arbeiten Experten aus unterschiedlichen Fachrichtungen interdisziplinär Hand in Hand. Das ermöglicht unseren Patientinnen eine umfassende Betreuung unter einem Dach und kurze diagnostische Wege. Auch Sport und gesunde Ernährung halten unseren Körper fit und können dabei helfen, Eierstockkrebs vorzubeugen. Daher rate ich allen Patientinnen, bei den guten Vorsätzen fürs neue Jahr am Ball zu bleiben und die Möglichkeiten zur Vorsorge wahrzunehmen. Ihr Körper wird es Ihnen danken!

SCHLARMANNvonGEYSO

Wir stehen Ihnen
beim Kauf von
Immobilien zur Seite

SCHLARMANNvonGEYSO

Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft mbB
Schützenstr. 31a, 21244 Buchholz i.d.N.
Tel. +49 4181 2898-0
Büro Harburg, Veritaskai 3, 21079 Hamburg
Tel. +49 40 697989-0
www.schlarmannvongeyso.de



Das Klima-Ass im Ärmel . . .

Sie kommt auch in die Firma: Buxtehude beschäftigt mit Ann-Kathrin Bopp eine eigene Klimaschutzmanagerin

Menschen wie Donald Trump, die den Klimawandel als Teil einer weltweiten Verschwörungstheorie und Schwächungsattacke auf die großen Industriestaaten deuten, sind rar geworden und im globalen Kontext schnell isoliert. Ihnen steht zumindest in den westlichen Ländern eine breite Mehrheit von Staaten, Städten und Kommunen gegenüber, die erkannt hat, dass die weltweiten teils verheerenden Klimaereignisse durchaus hausgemacht sein dürften. Teil dieser Mehrheit ist beispielsweise der Stadtrat von Buxtehude, der bereits 2014 ein kommunales Klimaschutzkonzept verabschiedet hat. Und da Papier geduldig ist, wurden sogleich Nägel mit Köpfen gemacht: Mit Ann-Kathrin Bopp beschäftigt die Stadt seit zwei Jahren eine Klimaschutzmanagerin. Ihre Aufgabe ist die Umsetzung des Klimaschutzkonzeptes. Klimaschutz, das klingt per se schon nach einer unerfüllbaren Aufgabe, denn Klima ist ein globales Thema – was kann Buxtehude da schon ausrichten? Tatsächlich beginnt der Kampf gegen den Klimawandel eben auch im Kleinen – zum Beispiel beim Thema Beleuchtung. Ann-Kathrin Bopp: „Aktuell haben wir ein Förderprogramm aufgesetzt, das noch bis Ende August 2018 läuft. Unter dem Titel ‚Clever leuchten in Buxtehude‘ können Unternehmen beim Austausch her-

kömmlicher Leuchtmittel gegen energiesparende LED-Leuchten 50 Prozent ihrer Investitionssumme fördern lassen – bis maximal 1500 Euro.“

Clever leuchten

Konkret heißt es: Gefördert wird der Einbau hocheffizienter LED-Beleuchtung inklusive nutzungsgerechter Steuerungs- und Regelungstechnik in Buxtehuder Gewerbegebäuden mit einer Einsparung von mindestens 50 Prozent gegenüber der Altanlage. 50 Prozent Einsparungen sind ein durchaus realistischer Wert (siehe auch Seite 34).

Karin Kahnenbley von der Wirtschaftsförderung in Buxtehude sagt: „Die Gesellschaft ist sensibilisiert und will den Wandel. Das registrieren wir. Das Problem ist jedoch häufig, dass der Klimaschutz als globales Thema gefühlt so weit weg ist.“ Dazu Ann-Kathrin Bopp: „Deshalb ist es so wichtig, die Kommunikation aufrechtzuerhalten und Anreize zu bieten.“ Und da hat die 30-jährige gleich noch ein Klima-Ass im Ärmel: „Noch bis zum 18. Dezember können sich Unternehmen aus Buxtehude an unserem Wettbewerb ‚Mein Buxtehude, mein Klima! Meine



Grüne Kulisse im Buxtehuder Stadthaus: Klimamanagerin Ann-Kathrin Bopp (links) und Karin Kahnenbley von der Wirtschaftsförderung wenden sich mit den Angeboten zur Nachhaltigkeit direkt an die Unternehmen der Hansestadt. Foto: Wolfgang Becker

Firma, mein Klima!‘ beteiligen. Wir suchen beispielhafte Leuchtturmprojekte, die Unternehmen im Bereich Klimaschutz bereits umgesetzt haben. Wichtig: Die Projekte müssen adaptionsfähig sein und CO₂ einsparen. Der Sieger erhält 2000 Euro und wird im Rahmen des Gewerbe-Forums Anfang 2018 gekürt. Thematisch sind wir ganz breit aufgestellt: Es kann um ein klimafreundliches Produkt gehen, eine Dienstleistung, Abfallentsorgung, den Einsatz von Erneuerbaren Energien, Ressourceneffizienz oder auch Mobilität. Wir sind da ganz offen.“

Ein paar Spitzen-Beispiele hat die Hansestadt bereits zu bieten – unter anderem das Carsharing-Projekt von Tobaben (Ford, Opel). Die Tobaben-Initiative gilt als Vorzeigeprojekt und beispielgebend für andere Städte von der Größe Buxtehudes. Derzeit verfügt Buxtehude über drei Stationen, an denen Autos bereitstehen (Stadthaus, Bahnhof, Altstadtparkplatz). Noch handelt es

sich um Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor, aber die Standorte sind bereits teilweise prophylaktisch mit E-Ladesäulen ausgestattet worden. Im Bereich der Ladeinfrastruktur für Elektromobilität arbeitet die Stadt eng mit den Stadtwerken Buxtehude zusammen, die sowohl beraten als auch technisch umsetzen, was realisiert werden soll. Weitere Ladesäulen finden E-Mobilisten am „Aquarella“, am Geslerweg (Schützenplatz/Wohnmobilparkplatz), P&R-Parkplatz am Bahnhof, Altstadtparkplatz und bei Stackmann (Parkhaus). An der Viverstraße ist von Stackmann zudem eine Ladestation für E-Bikes eingerichtet worden. Stichwort Stackmann: Das Modehaus nutzt klimaschonende Geothermie sowie LED-Beleuchtung – und ist damit ebenfalls ein Beispiel für Nachhaltigkeit in Buxtehude. Ebenso wie das Unternehmen WeSustain, das Software für das betriebliche Nachhaltigkeits-Management entwickelt und vertreibt

(Lösungen für professionelles CSR-Management – corporate social responsibility steht für unternehmerische soziale Verantwortung).

Firmen, die sich im Bereich der Nachhaltigkeit besser aufstellen wollen, können sich an Ann-Kathrin Bopp wenden. Sie kommt auch ins Unternehmen, bietet Workshops an und hält auf Wunsch Vorträge.

Kontakt: 0 41 61/501-61 25, klimaschutz@stadt-buxtehude.de
Web: www.buxtehude.de/wettbewerb



Auch diese Art lebt auf Hamburger Stadtgebiet: der Feld-Sandlaufkäfer. Das Foto zeigt die scheuen Insekten bei der Paarung. Fotos: Wolfgang Becker



Diese Art ist bislang nur im Museum für Kunst und Gewerbe gesichtet worden: ein Huhn mit VR-Brille. Virtuelle Realität für Hühner in Legebetrieben hat sich allerdings noch nicht wirklich durchgesetzt . . .

Beim Bau der A26 Ost (Hafenquerspange) könnte beispielsweise ein Biotop inmitten der Hafennutzung betroffen sein – es wurde eingerichtet, um den Bestand der streng geschützten Feuersalamander zu sichern, wie aus Baukreisen berichtet wird. Oder: Bevor die ersten Abschnitte für den Bau des Hub-Neuland mit Sand aufgefüllt wurden, mussten Pflanzen und Tiere, darunter auch sel-

Unterstützung für Wachtelkönig & Co.

Auswertung nach Natur-Inventur: Seltene Arten erstmals in Hamburg entdeckt – Sammler finden Käfer, Schrecken, Zittergras und mehr

tene Fische wie die „Furzgrundel“ (siehe Bericht im B&P-Immobilien-Spezial 2017) eingesammelt und umgesiedelt werden. Nun stellt sich heraus: Das Biotop Hamburg ist vielfältiger als gedacht. Das Centrum für Naturkunde (CeNak) der Universität Hamburg hat jetzt entsprechende Ergebnisse vorgelegt. Insgesamt hatten die 500 Bürger im Rahmen des GEO-Tages der Natur und des Langen Tages der StadtNatur am 17. und 18. Juni 2017 mehr als 2400 Tiere und Pflanzen in Hamburg gesammelt und dokumentiert, die 1522 unterschiedlichen Arten angehören – manche wurden erstmals gesichtet.

„Die Anzahl der erfassten Tier- und Pflanzenarten hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“, sagt Martin Kubiak, Insektenforscher am CeNak. „Dieser Erfolg ist auf das ehrenamtliche Engagement zahlreicher Spezialisten, aber auch auf den Einsatz naturinteressierter Hamburger zurückzuführen. Es wird deutlich, wie vielfältig die Natur in der Stadt sein kann. Dies verdanken wir insbesondere einem abwechslungsreichen

Lebensraummosaik auf vergleichsweise kleiner Fläche.“

Besonders groß war der Tierartenreichtum beispielsweise auf der unter Naturschutz stehenden Elbinsel Neßsand, die von Hamburg verwaltet wird. Die sonnenexponierten, vegetationsarmen Magerrasen-Standorte bieten offenbar zahlreichen wärmeliebenden Insektenarten ideale Lebensbedingungen. Allein hier konnten 366 Tierarten (allein 332 Käferarten) nachgewiesen werden, darunter einige bedrohte Arten wie die Scheinbockkäferart Oedemera nobilis (auch Blaugrüner Schenkeltäfer genannt), die Wildbienenart Lasioglossum sexnotatum und die stark gefährdete Zauneidechse Lacerta agilis. Ein Exemplar der winzigen Kurzflügelkäferart Carpelimus punctatellus wurde zum ersten Mal im nordwestdeutschen Raum gefunden. Im Mittelpunkt der Sammelaktion zum GEO-Tag der Natur stand zudem der Energieberg Georgswerder, eine ehemalige Deponie für industriellen Sondermüll und Haushaltsabfälle auf der Elbinsel. Auf dem für gewöhnlich nicht frei zugänglichen und durch die Behör-

de für Umwelt und Energie (BUE) verwalteten Gelände überraschte Botanikerinnen und Botaniker der Fund des Gewöhnlichen Zittergrases (Briza media); bisher waren in Hamburg nur drei Fundorte dieser Pflanzenart bekannt, die auf ungedüngten Wiesen wächst. „Der Fund unterstreicht eindrucksvoll, welche große Bedeutung sekundär geschaffene Stadtlebensräume mitunter für den Erhalt von seltenen und gefährdeten Arten haben können“, betont Kolja Dudas, Master-Student am Biozentrum Klein Flottbek der Universität Hamburg. Neben der bislang wenig erforschten Nitrophilen Kleinsporflechte (Acarospora nitrophila) wurde auf Findlingen des Energieberges außerdem die Gewöhnliche Dotterflechte (Candelariella vitellina) gesichtet. Auffällig war die Farbe, die auf die Anreicherung von Schwermetallen hinweist. Auch bei den Tieren konnten auf dem Gelände des Energieberges Georgswerder seltene und in Hamburg gefährdete Tierarten wie etwa die in Norddeutschland seltene Westliche Beißschrecke, (Platycleis albopunctata) nachgewiesen werden.

BUSINESS & PEOPLE

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG

- » **Wie oft?** B&P erscheint vier Mal im Jahr
- » **Wie viel?** B&P hat eine Auflage von mehr als 60 000 Exemplaren
- » **Warum?** Weil Wirtschaftsthemen immer spannend sind
- » **Welche Zielgruppe?** Wirtschaftsinteressierte Leser, Unternehmer, Geschäftsleute, Investoren

Die nächsten Ausgabe von Business & People erscheinen am: **23. 3., 22. 6., 28. 9. und 7. 12. 2017**
Interessiert? Nehmen Sie Kontakt auf!

Kontakt: Wolfgang Becker (Objektleiter), Telefon: 0 41 81/92 89 408, E-Mail: becker.wirtschaftsforum@gmail.com
Sönke Giese (Objektleiter Anzeigen), Telefon 0 41 61/51 67 518, E-Mail: giese@tageblatt.de





ELBE KLINIKEN STADE • BUXTEHUDE
AKADEMISCHE LEHRKRANKENHÄUSER
DES UNIVERSITÄTSKLINIKUMS EPPENDORF



Zertifiziertes
Pankreaskarzinom Zentrum



Gemeinsam gegen den Bauchspeicheldrüsenkrebs

B&P-GESPRÄCH Elbe Klinikum Stade ist zertifiziertes Pankreaskarzinom Zentrum – Das sagen die verantwortlichen Ärzte

Wir können dem Leben nicht mehr Tage geben, aber den Tagen mehr Leben.“ Vielleicht ist es dieser vielzitierte Satz von Cicely Saunders, der Begründerin der modernen Hospizbewegung, der Patienten Hoffnung und Kraft gibt, den Kampf nach dieser niederschmetternden Diagnose aufzunehmen: Bauchspeicheldrüsenkrebs. Auch Professor Dr. med. Benno Stinner, Chefarzt Chirurgische Klinik, Visceral-, Thorax- und Gefäßchirurgie, Proktologie, zitiert die britische Krankenschwester, denn die Patienten, die im Elbe Klinikum Stade mit dieser Erkrankung konfrontiert werden, haben aus vielerlei Gründen keine gute Prognose. Stinner: „Wir können diesen Patienten helfen, sie aber oft nicht heilen.“ Gemeinsam mit seinen Chefärztkollegen Professor Dr. med. Jan Konturek (Innere Medizin, Gastroenterologie, Stoffwechsel- und Infektionskrankheiten), Professor Dr. med. Stefan Frühauf (Hämatologie, Onkologie und Palliativmediziner an der Hancken Klinik in Stade) und Dr. Joachim Pelz (Gastroenterologie am Elbe Klinikum Buxtehude) erläuterte er vor dem Hintergrund des Weltpankreaskrebs-Tages im B&P-Gespräch die besonderen Herausforderungen für die Diagnostik, die Therapie und für alle beteiligten Menschen – Patienten, Angehörige, Pflegekräfte und Ärzte gleichermaßen. Stinner: „Dieser Tag soll noch einmal deutlich auf die besondere Problematik aufmerksam machen. Das Pankreaskarzinom steht auf Platz vier der krebserkrankten Todesursachen. Trotzdem fließen in Europa nur zwei Prozent der Krebsforschungsmittel in diesen Bereich. Wenn wir da nicht gegensteuern, wird dieses Karzinom bereits 2020 auf Platz zwei stehen.“ Seit 2016 gehören die Elbe Kliniken in Stade in den Kreis von bundesweit 90 Pankreaskrebszentren, die Abteilung für Gastroenterologie am Klinikum Buxtehude soll 2018 dazu kom-



Vier Chefärzte sitzen sinnbildlich im Wartezimmer: Dr. Joachim Pelz (53, von links) sowie die Professoren Dr. Jan Konturek (58), Dr. Benno Stinner (59) und Dr. Stefan Frühauf (53) hoffen darauf, dass künftig mehr in die Forschung zur Bekämpfung des Pankreaskarzinoms investiert wird.

Foto: Wolfgang Becker

men. Die entsprechende Zertifizierung nimmt die Deutsche Krebsgesellschaft vor – und die stellt hohe Anforderungen. Unter anderem

Das Ziel: Es geht darum, die Lebenszeit mit gezielten Therapien zu verlängern, aber wesentlich auch Lebensqualität zurückzugewinnen und mit psychischer Stabilität die unheimlichen Herausforderungen dieser lebensbedrohlichen Krankheit anzupacken.“

Deutsche Krebsgesellschaft

mus die Klinik mindestens 20 Operationen pro Jahr nachweisen. Das klingt nach wenig. Allerdings: Pro Jahr erkranken in Deutschland gut 16 500 Menschen an Bauchspeicheldrüsenkrebs. Da die Erkrankung zumeist erst im fortgeschrittenen Stadium erkannt wird, sind die weitaus meisten Fälle nicht mehr operabel (siehe Infokasten). Nur jeder fünfte Patient kann operativ behandelt werden, allen anderen bleibt eine Chemotherapie, vereinzelt auch Bestrahlung, als lebensverlängernde Maßnahme. Die Prognose bezeichnet Stinner als „extrem schlecht“. Nur 2,5 Prozent der Patienten haben eine Überlebensrate von fünf Jahren. Im Elbe Klinikum Stade werden pro Jahr rund 30 Pankreaskrebs-Operationen durchgeführt. Vorgeschaltet ist die Diagnostik der Gastroenterologen, die im Einzelfall auch therapeutisch aktiv werden – beispiels-

weise durch das Setzen von Stents, wenn ein Tumor etwa den Gallengang abdrückt und durch den entstehenden Stau massive Schmerzen erzeugt. Pelz: „Wir sind ja froh, wenn wir operieren können. Die Erfahrung zeigt, dass die operierten Patienten länger leben.“ Begleitend und in den inoperablen Fällen kommen die Onkologen der Hancken-Klinik zum Einsatz. Frühauf: „Hier geht es einerseits um die Reduktion des Tumors, andererseits aber auch um die Schmerztherapie. Der Patient soll möglichst wenig Beschwerden haben.“

Die Tumorkonferenz

Jeder onkologische Fall (etwa 15 bis 25 Fälle pro Woche) wird unabhängig vom befallenen Organ auf einer wöchentlich stattfindenden Tumorkonferenz interdisziplinär diskutiert. In dieser Runde von etwa einem Dutzend Spezialisten sind zwingend die Pathologie, die Radiologie, die Gastroenterologie, die Strahlentherapie, die Viszeralchirurgie (von lateinisch viscera = „Eingeweide“) und die Systemische Therapie (Onkologie) vertreten. Hinzu kommen niedergelassene Ärzte und Vertreter aus weiteren medizinischen Disziplinen wie beispielsweise der Psychoonkologie. Die Zertifizierung als Pankreaskrebszentrum hat nicht nur das Ziel, medizinische Expertise zu konzentrieren, es werden auch weitere Aspekte gefordert: Vorsorge, Aufklärung und Öffentlichkeitsarbeit sowie Informationsveranstaltungen. Die Mediziner kämpfen quasi im Verbund gleich an mehreren Fronten. Hinzu kommt: Jeder Fall liegt anders, jede Behandlung ist individuell abgestimmt und ergibt sich aus dem Zusammenspiel der Disziplinen. Der Vollständigkeit halber: Die Elbe Kliniken sind auch zertifiziertes Darmkrebszentrum – wobei die Prognosen hier deutlich besser sind. wb

Daten und Fakten

- Weltweit erkranken pro Jahr 340 000 Menschen an Bauchspeicheldrüsenkrebs. Die jährliche Erkrankungsrate in Deutschland (gut 16 500 Fälle) liegt bei ein Promille. Männer und Frauen sind gleichermaßen betroffen.
- Unter allen Krebsarten hat das Pankreaskarzinom die schlechteste Überlebensrate. Frühe Anzeichen gibt es kaum. Gürtelförmige Oberbauchschmerzen, Rückenschmerzen, Verdauungsstörungen wie Durchfall, Übelkeit und Erbrechen, Appetitverlust, schlechende Gewichtsabnahme und in manchen Fällen eine Gelbsucht können Indizien sein.
- Bei fast jedem zweiten diagnostizierten Patienten ist die Krankheit bereits weit fortgeschritten und es sind Metastasen vorhanden (Leber, Knochen).
- Die Risiken reichen von der genetischen Disposition (ein Fall in der Familie verdoppelt das Risiko, selbst zu erkranken) bis hin zur chronischen Bauchspeicheldrüsenentzündung (relevanter Risikofaktor). Rauchen ist etwa für ein Drittel der Erkrankungen verantwortlich, Übergewicht erhöht das Risiko um gut zwölf Prozent. Diabetiker haben ein doppelt so hohes Risiko.
- Zum Pankreaskarzinom Zentrum Stade gehören das Elbe Klinikum, die Strahlenklinik Dr. Hancken sowie zwei weitere Praxen von niedergelassenen Ärzten. Jedes Jahr erfolgt eine ganztägige Überprüfung durch einen unabhängigen Auditor.
- Operationen an der Bauchspeicheldrüse unterliegen in Deutschland der klinikbezogenen Mindestmengenregelung (zehn OPs pro Jahr). Für die bundesweit 90 Zentren gilt das Doppelte: 20 Operationen pro Jahr, mehr als 50 Patienten. In Stade werden von dem erfahrenen Team um Dr. Benno Stinner pro Jahr 30 Pankreaskrebs-Operationen durchgeführt.
- 2013 trafen sich verschiedene Organisationen, darunter auch TEB e.V. Selbsthilfe, in Genf, um über eine stärkere Sensibilisierung der Öffentlichkeit für diese schwerwiegende Erkrankung zu beraten – die Geburtsstunde des World Pancreatic Cancer Day. 2016 wurde der internationale Arbeitskreis in World Pancreatic Cancer Coalition umbenannt. Heute setzen sich weltweit 60 Organisationen aus 27 Ländern für eine intensivere Forschung ein, um den Bauchspeicheldrüsenkrebs schneller erkennen und besser behandeln zu können. Die Farbe der Bewegung: Lila. Aus diesem Grund und zur öffentlichen Bewusstmachung wurden Mitte November das Stader Rathaus und das Elbe Klinikum in Lila illuminiert.

Darum ist das Pankreaskarzinom so gefährlich

Entgegen der landläufigen Meinung, dass der menschliche Körper ohne die Bauchspeicheldrüse nicht überlebensfähig ist, liegen die Gründe für die hohe Mortalitätsrate woanders. Dr. Stinner: „Wir könnten die Bauchspeicheldrüse tatsächlich sogar komplett entfernen, aber die Problematik ist vielschichtig. Zum einen liegt das Organ sehr weit hinten im Körper – man kommt also nicht ohne weiteres heran. Das ist aber operationstechnisch lösbar, jedoch ebenso wie die Diagnostik durch die Gastroenterologen sehr anspruchsvoll. Das eigentliche Problem: Die Bauchspeicheldrüse ist eng eingebettet zwischen den Organen und durchzogen beziehungsweise umgeben von einem engen Geflecht aus Gefäßen, Nerven und Lymphbahnen. Entfernt man die Drüse vorsichtig, bleibt das Problem der sehr dichten Verbindung zu diesen Strukturen, große Sicherheitsabstände gesunden Gewebes gibt es oft nicht. Eine Biopsie als letzte Bestätigung der Diagnose ist ebenfalls nicht ratsam, da die Bauchspeicheldrüse sehr sensibel reagiert und sich schnell entzündet, wenn sie zu hart angefasst wird. Punktieren bringt oft kein sicheres Ergebnis. Zusätzlich erschwert wird die Situation dadurch, dass der Krebs zumeist bereits weit fortgeschritten ist, bevor er erkannt wird.“

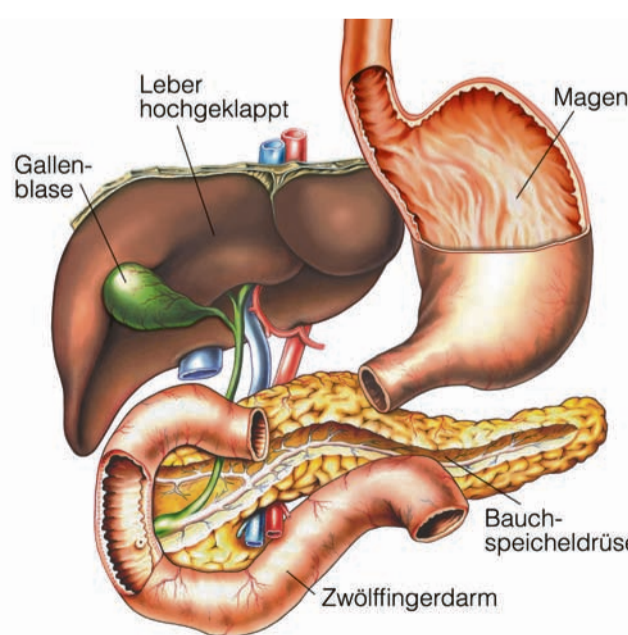


Foto: Henrie - Fotolia

Das heißt: Das umliegende Gewebe und benachbarte Organe sind zumeist ebenfalls betroffen.“ Pankreas-Operationen dauern zwischen drei und sechs Stunden. Der Chirurg muss sich dazu durch den Körper vorarbeiten, den „Magen hochklappen, den Dickdarm herunterklappen“, um dann hinter der Milz und

vor der Bauchschlagader an die Bauchspeicheldrüse heranzukommen. Stinner: „Diese Operation ist sehr aufwendig und fordert auch die Patienten sehr – in der Regel brauchen sie eine ganze Woche, um sich davon zu erholen.“ Durch die OP, bei der im besten Fall befallene Teile der Drüse entfernt werden können, oder eine Tumorreduktion durch eine ambulante

Chemotherapie (Tabletten und/oder Infusion) kann eine Lebensverlängerung erreicht werden, die je nach Fall auch über gewisse Strecken beschwerdefrei sein kann. Die Chefärzte wissen aus eigener Erfahrung, dass der Lebensvorteil des Patienten einen entscheidenden Einfluss hat. Wer aufhört zu kämpfen, hat bereits verloren. Stinner: „Aber der Weg bis zum Aufgeben ist lang.“

Betroffen, aber nicht gelähmt

Das Pankreaskarzinom ist nicht nur für die Patienten eine starke Belastung, auch an den Ärzten, die die schlechte Nachricht überbringen müssen, geht die Diagnose nicht spurlos vorbei, wie alle vier bestätigen. Dr. Stinner: „Na klar ist das eine belastende Situation. Für uns gilt: Man darf betroffen sein, aber nicht gelähmt. Der Patient erwartet zu Recht, dass der behandelnde Arzt professionell seine Arbeit macht und ihm hilft so gut es irgend geht.“ Dr. Joachim Pelz und sein Stader Kollege Dr. Jan Konturek sind als Gastroenterologen und Internisten häufig in der Rolle des Nachrichtenüberbringers. Pelz: „Das muss gut vorbereitet sein, so eine Diagnose erteilt man nicht mal eben auf dem Flur.“ wb



Team des MVZ Klinik Dr. Hancken im Elbe-Klinikum Stade



Team des Zentrums für Mammadiagnostik, MVZ Klinik Dr. Hancken, Harsefelder Straße



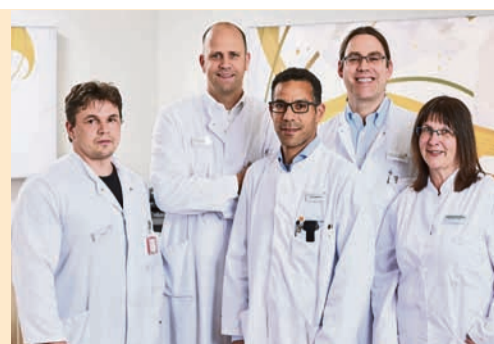
MRT/CT-Team im MVZ Klinik Dr. Hancken, Harsefelder Straße



Ärzteamt des MVZ Klinik Dr. Hancken Buxtehude



Ärzteamt des Zentrums für Strahlentherapie/Radioonkologie, MVZ Klinik Dr. Hancken, Harsefelder Straße

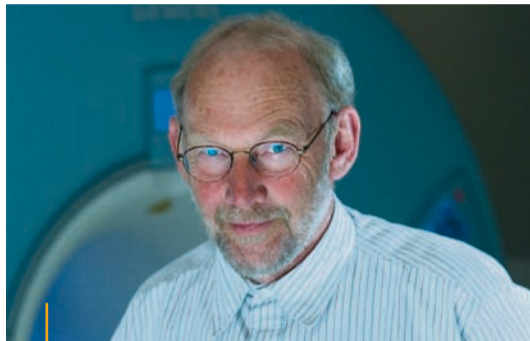


Ärzteamt der Hämatologie und Palliativmedizin, MVZ Klinik Dr. Hancken, Harsefelder Straße



MRT und CT-Diagnostik

Die Kernspintomographie oder Magnetresonanztomographie (MRT) liefert Schnittbilder der Körperorgane mit hohem Weichteilkontrast und zeichnet sich durch eine sehr genaue Darstellung anatomischer Strukturen aus. Im MRT werden Magnetwellen eingesetzt. Spezielle Spulen registrieren die sehr schwachen Echos, die im Computer zu Bildern zusammengesetzt werden. Untersuchungen im MRT kommen ohne Röntgenstrahlen aus und dauern länger als im CT. In den MVZ Klinik Dr. Hancken wurden die MRT-Kapazitäten in den vergangenen Jahren stetig erweitert und auf dem neuesten Stand gehalten: In Buxtehude, Cuxhaven, Bremervörde und Lilienthal steht jeweils ein MRT, im Stammhaus an der Harsefelder Straße und im Elbe Klinikum Stade wurden jeweils zwei Geräte installiert, um die Wartezeiten für die Patienten zu verringern. In der 3-Tesla-Anlage an der Harsefelder Straße können auch spezielle Untersuchungen, für die ein stärkeres Magnetfeld benötigt wird, durchgeführt werden. An allen Standorten der Klinik Dr. Hancken GmbH werden moderne Computertomographen eingesetzt. Im CT können Körperorgane überlagert dargestellt werden. Dabei wird der Körperbereich schichtweise mit Röntgenstrahlen untersucht. Ein Hochleistungscomputer errechnet aus den empfangenen Daten die Bilder. Die in der Hanckenklinik und den MVZ installierten Spiral-



Dr. Wilhelm Rümler, Ltd. Arzt, MRT/CT-Abteilung MVZ Klinik Dr. Hancken, Stade

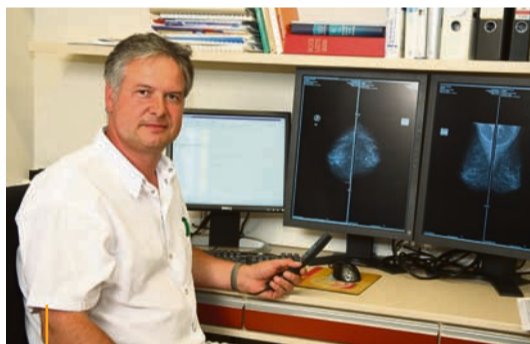
computertomographen ermöglichen die Darstellung von großen Körperbereichen zum Beispiel der kompletten Lunge oder den Bauchorganen in sehr kurzer Zeit. Schwerpunkte der CT-Diagnostik sind die gesamte Unfallchirurgie inklusive Hirn- und Gesichtschädel sowie die Diagnostik von Tumorerkrankungen und die Kontrolle von Tumortherapien.

Weitere Informationen erhalten Sie auch im Internet unter www.hancken.de und telefonisch unter:

**Stade, Harsefelder Straße: 0 41 41/60 43 00
Elbe Klinikum: 0 41 41/97 15 51
Buxtehude, Elbe Klinikum: 0 41 61/74 050**

Mammadiagnostik

Das Zentrum für Mamma-Diagnostik des MVZ Radiologie und Nuklearmedizin in Stade, das seit der Gründung 2005 von Dr. Thilo Töllner geleitet wird, ist für die Früherkennung von Brustkrebs und die Abklärung von auffälligen Befunden zuständig. Für die Mammographie, die Röntgenuntersuchung der Brust, werden moderne Niedrigdosis-Geräte eingesetzt und für die Abklärungsuntersuchungen stehen hochleistungsfähige Ultraschalltechnik, MRT, Tomosynthese sowie Vacuumbiopsieanlagen zur Verfügung.



Dr. Thilo Töllner, Ltd. Arzt, Zentrum für Mammadiagnostik, MVZ Klinik Dr. Hancken

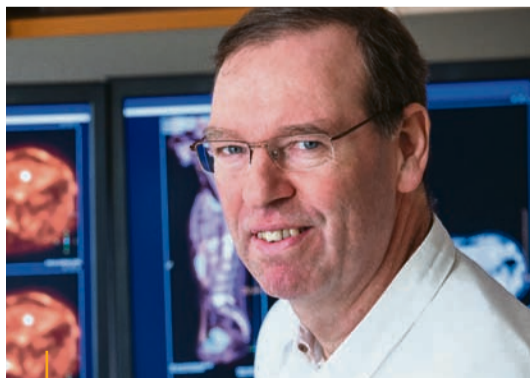
Brustuntersuchungen werden außer im Stader Mammazentrum auch in den MVZ in Buxtehude, Cuxhaven und Bremervörde durchgeführt.

Weitere Informationen zu den Leistungen in der Mamma-Diagnostik erhalten Sie im Internet unter: www.hancken.de oder telefonisch unter:

**Stade Harsefelder Straße: 0 41 41/604 440
Buxtehude: 0 41 61/740 50**

Nuklearmedizin/PET-CT

Seit Jahrzehnten gehört die Diagnostik und Therapie von Schilddrüsenerkrankungen zum Leistungsspektrum der Klinik Dr. Hancken. Abhängig von den Beschwerden und der Fragestellung des überweisenden Arztes werden Bluttests, Ultraschalluntersuchungen oder ein Szintigramm der Schilddrüsen durchgeführt. Für das Szintigramm wird den Patienten eine schwach radioaktive Substanz gespritzt und die Verteilung dieses Radiopharmakons in der Schilddrüse aufgezeichnet. Bei gutartigen Schilddrüsenvergrößerungen kann eine Radiojodtherapie die Methode der Wahl sein. In diesem Fall erhält der Patient eine genau dosierte Radiojodtablette und muss einige Tage in der nuklearmedizinischen Station verbringen. Die Radiojodtherapie wird auch eingesetzt bei einem Schilddrüsenkarzinom – in der Regel in der Nachsorge – um Metastasen oder Rezidive der Tumorerkrankung zu verhindern. Dr. Thomas Molwitz und seine Kollegen sind auch für die PET-CT-Diagnostik verantwortlich. Mit dieser Technik werden die Vorteile der Positronen-Emissions-Tomographie (PET) mit der Computertomographie (CT) kombiniert. Durch den meist deutlich veränderten Stoffwechsel der Tumore kann die PET Tumorgewebe von gesundem Gewebe präzise un-



Dr. Thomas Molwitz, Ltd. Arzt, Abteilung für Nuklearmedizin, MVZ Klinik Dr. Hancken, Stade

terscheiden, in der CT kann der Befund anatomisch zugeordnet werden.

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet unter: www.hancken.de oder telefonisch unter:

**Abteilung für Nuklearmedizin, Stade, Tel.: 0 41 41/604 454
Abteilung für Nuklearmedizin MVZ Klinik Dr. Hancken Buxtehude: 0 41 61/740 50**

„Wir arbeiten komplett digital“

INTERVIEW Dr. Christoph Hancken über technische Entwicklungen, Innovationspotenziale, das Patientenwohl und den Einsatz von Robotern

Die Klinik Dr. Hancken in Stade ist hochspezialisiert in der radiologischen Diagnostik, Nuklearmedizin und den onkologischen Therapien, bei denen sowohl radioonkologische Methoden wie auch systemische Behandlungen angewendet werden können, die ein breites Spektrum von therapeutischen Optionen bieten. Moderne Technik ist in diesen medizinischen Fachbereichen ein großes Thema: Ob bei Röntgen, Ultraschall, Computertomographie, Kernspin- beziehungsweise Magnetresonanztomographie, im PET/CT oder in der Strahlentherapie – alle modernen Verfahren kommen zum Einsatz. Digitalisierung gehört hier seit Jahrzehnten zum Alltag, wie Klinik-Inhaber Dr. Christoph Hancken im Gespräch mit B&P-Redakteur Wolfgang Becker erläutert.

Der Blick in die Geschichte der Hancken-Klinik zeigt, dass Technik immer eine große Rolle gespielt hat. Von den Gründerjahren bis heute sind auf technologischem Gebiet große Fortschritte erzielt worden. Wo stehen wir heute – ist der obere Level erreicht?

Ich denke schon, dass wir in der radiologischen Medizintechnik ein hohes Niveau erreicht haben, aber die technische Entwicklung wird auch jetzt nicht stehen bleiben. Gerade in der Radiologie entspricht ein Gerät nach acht Jahren nicht mehr dem technologischen Stand und muss aufgerüstet oder ausgetauscht werden. Das wird sicherlich so bleiben. Ein weiterer Durchbruch wurde vor 15 Jahren durch die Kombination von zwei bekannten Verfahren, der PET (Positronen-Emissions-Tomographie) mit der Computertomographie, erreicht. Die nuklearmedizinischen PET-Untersuchungen zeigten zwar schon früher aktive Tumorerde, aber die waren sehr schwer zu lokalisieren – auf dem Bildschirm sah der Arzt nur leuchtende Punkte, konnte sie aber nicht sicher einem Organ zuordnen. Durch die Kopplung mit der Computertomographie bekommen wir heute zusätzlich sozusagen eine genaue „Landkarte“, sehen also, wo genau der krankhafte Befund liegt. Das führt dazu, dass ein Tumor, beispielsweise in der Lunge, heute viel exakter eingegrenzt und damit behandelt werden kann.

Sind in den kommenden zehn Jahren noch bahnbrechende neue Technologien sowohl in den bildgebenden Verfahren als auch im Bereich der Therapie zu erwarten?

Ob es künftig gänzlich neue Entwicklungen geben wird, weiß ich nicht, aber die heute bekannten Technologien werden mit Sicherheit weiter ausgebaut und präzisiert werden. Die Kernspin- und Computertomographien haben beispielsweise in den vergangenen 20 bis 30 Jahren eine rasante Entwicklung genommen. Wir müssen und wollen in unseren Fachbereichen innovativ bleiben.

Gerade bei CT und MRT haben wir es mit sehr großen und teuren Geräten zu tun, deren Beschaffung im siebenstelligen Euro-Bereich liegt. Überall beobachten wir, dass Technik weniger Raum einnimmt, also kleiner wird. Ist das hier auch zu erwarten?

Die Geräte werden wohl nicht viel kleiner werden, aber die Technik, die eingebaut ist, wird diesen Raum besser ausnützen – also wird man mit gleich großen Geräten mehr erreichen können. Ein großes Thema ist für uns die Patientenfreundlichkeit. Wenn es heißt: „Ich muss in die Röhre.“, dann bedeutete das früher bei den Geräten der ersten Generation, dass die „Röhre“, die sogenannte Gantry, nur einen Durchmesser von 50 Zentimetern hatte. Das war schon sehr eng. Heute sind die Gantrys mit Durchmessern von 60 bis 70 Zentimetern deutlich größer und geräumiger geworden, sodass unsere Patienten viel seltener klaustrophobische Ängste bekommen. Außerdem haben sich die Untersuchungszeiten deutlich verkürzt, die Patienten müssen nicht mehr so lange im Gerät verweilen. Die technische Herausforderung besteht künftig darin, Geräte zu entwickeln, die patientenfreundlicher sind, ohne sich in der Qualität der Bildgebung zu verschlechtern.

Stichwort bildgebende Verfahren. Gibt es aus ärztlicher Sicht Ziele, die gerade im Bereich der Darstellung technisch noch nicht erreicht sind, aber wünschenswert wären?

Unsere Geräte sind heute schon sehr hochauflösend. Veränderungen, sogar kleine Auffälligkeiten in den Gewebe-



Dr. Christoph Hancken, Geschäftsführender Gesellschafter der Klinik Dr. Hancken GmbH.

strukturen können wir sehr genau erkennen. Damit können wir zwar die Histologie nicht ersetzen – da ist der Pathologe gefragt – wir liefern ihm aber die relevanten Gewebeproben, denn wir können mit unseren Techniken sehr zielgenau punktieren. Wir erzeugen also nicht nur Bilder, sondern nehmen auch bildgestützte interventionelle Punktionen vor – unter Ultraschall-Kontrolle ebenso wie CT-gestützt oder eben auch im MRT. Mit einer stereotaktischen Punction in der Mammadiagnostik können wir beispielsweise Herde im Millimeterbereich entfernen oder daraus Gewebe entnehmen, um Material für die histologische Analyse zu gewinnen. Hauptsächlich geht es hier um die Abklärung suspekter Befunde.

Wie funktioniert das technisch?

Die Probe wird computergestützt über einen Roboter exakt an der vorgegebenen Stelle durch eine Sonde entnommen. Dieses Verfahren wenden wir seit zehn Jahren an.

Das klingt fast ein bisschen nach Science Fiction... Keineswegs. Natürlich findet die Entnahme unter ärztlicher Aufsicht statt. Der Arzt steuert das Gerät. Die Punktionen werden auch im Kernspintomographen durchgeführt, was allerdings sportlich ist: Im MRT können Sie nur mit nicht-magnetischen Materialien arbeiten. In unserem Drei-Tesla-MRT (Einheit für die magnetische Flussdichte, d. Red.) wird schon ein starkes Magnetfeld erzeugt. Mit einer Uhr sollte man da nicht hineingehen, die ginge kaputt. Scheckkartentenden würden gelöscht. Es ist in der Anfangszeit dieser Untersuchungsmethode vorgekommen, dass jemand noch ein Schlüsselbund in der Tasche hatte – das klebte dann an der Röhrenwand, glücklicherweise aber nicht bei uns.

Mit einer künstlichen Hüfte kann man nicht im Kernspin untersucht werden?
Doch. Gelenkprothesen sind heute kein Problem, denn die Implantate sind nicht mehr magnetisch. Auch künstliche

graphie und in der Lungendiagnostik, aber auch hier gilt: Das menschliche Auge ist am Ende immer noch besser – deshalb hat sich diese Entwicklung nicht durchgesetzt. Unterstützend kann man die CAD aber einsetzen: Der Computer zeigt an, was er für suspekt hält, aber dann schaut sich der Radiologe die Auffälligkeit genau an. Die Gefahr dabei ist, dass sich der Mensch zu stark auf den Computer verlässt. Bislang ist das allenfalls ein Forschungsthema.

Welchen Vorteil hat die digitale Datenspeicherung für die Hancken-Klinik?

Für uns ist die Digitalisierung enorm wichtig. Wir haben demnächst acht Standorte im nördlichen Elbe-Weser-Gebiet und ein zentrales Speichersystem. Die Standorte sind alle mit Ein-, manche auch mit Zehn-GigaBit/s-Leitungen vernetzt. Da wir in der Region Stade, Buxtehude, Cuxhaven, bis kurz vor Bremen arbeiten, ist die Wahrscheinlichkeit ziemlich hoch, dass wir einen Patienten schon einmal untersucht haben und dann auf seine Vorfahrnahmen zurückgreifen können. Das hilft sehr bei der Diagnostik.

Wäre es eines Tages denkbar, dass der Arzt virtuell durch den Körper des Patienten marschiert und beispielsweise mal im Gallengang nach dem Rechten schaut?

Das können wir schon heute, zwar nicht durch den ganzen Körper, aber von den Hohlraumsystemen können wir Innenansichten liefern. Wenn die Gastroenterologen bei einer Darmspiegelung nicht weiterkommen, weil beispielsweise der Darm zu sehr verschlungen ist oder eben ein Tumor ihn einengt, dann füllen wir den Darm mit Luft und machen eine Computertomographie. Dabei können wir dann virtuell durch den Darm hindurchfliegen und alle Abschnitte anschauen, auch dort, wo das Endoskop nicht hinkam. Allerdings lassen sich dabei keine Proben entnehmen und auch keine Polypen abtragen. Gibt es einen Befund, muss der Gastroenterologe oder Chirurg noch einmal tätig werden.

Wir haben jetzt viel über Diagnostik gesprochen. Stellt sich die Entwicklung im therapeutischen Bereich anders dar?

Die Radioonkologie hat sich ständig weiterentwickelt. Die Strahlentherapie, die wir heute mit unseren beiden Linearbeschleunigern durchführen, können exakt auf das Behandlungsfeld ausgerichtet werden, dabei können selbst Atemverschiebungen während der Bestrahlung und auch Veränderungen des Herdes im Verlauf der Therapie genau berücksichtigt werden. Das Zusammenspiel von unseren Radioonkologen und Medizinzynophysikern und Hochleistungscomputern führt dazu, dass wir sehr präzise Tumorerde bei größtmöglicher Schonung der Umgebung bestrahlen können. Dank dieser Entwicklung und der bereits erwähnten diagnostischen Fortschritte wie der PET-CT stellt sich das Thema Bestrahlung heute sehr viel effizienter und verträglicher dar als noch vor zehn oder 20 Jahren.

Neben der Strahlentherapie sind die systemischen Tumortherapien ein Gebiet, in dem in vergangenen Jahren große Fortschritte erzielt wurden. Die Behandlungen mit Zytostatika sind nicht nur viel verträglicher, sondern durch die Kombination mit anderen Wirkstoffen und gegebenenfalls einer Strahlentherapie auch deutlich wirksamer geworden. In unserer hämatologischen Ambulanz und auf unseren Stationen setzen wir beispielsweise alle aktuellen Methoden wie Antikörper-, Hormon-, Immun- und Molekular-Therapien ein. Dank der Fortschritte in der Bestimmung der spezifischen Tumormerkmale und der Entwicklung entsprechender Medikamente können wir Patienten auch mit einer personalisierten Therapie behandeln, die exakt auf ihren speziellen Tumor ausgerichtet ist. Diese Therapie werden individuell auf den Gesamtzustand des jeweiligen Patienten abgestimmt und können bei uns ambulant wie stationär durchgeführt werden.

Erwarten Sie hier größere Fortschritte als im Bereich der Technik?

Eindeutig ja. In der Forschung nach Genmutationen und anderen Ursachen, die unkontrolliertes Zellwachstum auslösen, gibt es ständig neue Erkenntnisse. Die Entwicklung neuer Wirkstoffe zur Vernichtung von Tumorzellen, zur Verlangsamung des Wachstums wird rasant fortschreiten. Die bereits heute verfügbaren Therapeutika haben zu einer deutlichen Verlängerung der Lebenszeit geführt. Einige Krebserkrankungen können zwar nicht geheilt, aber oft in ein chronisches Stadium überführt werden. Diese Patienten können bei guter Lebensqualität viele Jahre leben. Und ich denke, das ist ein entscheidender Punkt für die Betroffenen.

Interventionelle Radiologie

Die interventionelle Radiologie (IVR) umfasst eine Vielzahl von Verfahren zur Behandlung von verschiedensten Erkrankungen. Zu den Hauptaufgaben gehört die Diagnostik und Therapie von Gefäß-Erkrankungen. Engstellen, Verschlüsse und Erweiterungen oder Risse in Arterien, Venen und Lymphgefäßen werden diagnostiziert und häufig in gleicher Sitzung behandelt. Bei akuten Schlaganfällen durch den Verschluss eines größeren Hirngefäßes ist es möglich, den Thrombus mittels eines Katheters zu entfernen und den Blutfluss und die Sauerstoffversorgung des betroffenen Hirnbereichs wiederherzustellen. Dadurch können schwere Folgeschäden verhindert oder gemildert werden. Arterienverengungen, sogenannte Aneurysmen, können durch den Einsatz eines Stents via Katheter minimal-invasiv behandelt und dem Patienten eine große Operation erspart werden. Aber auch in der Therapie von Gebärmuttermyomen bieten die interventionellen Radiologen eine schonendere Alternative. Darüber hinaus werden modernste Verfahren zum Beispiel zur Behandlung von Leberkrebs oder Metastasen wie die Radiofrequenzablation, die Einbringung von Medika-



Dr. K. Mückner, Chefarzt, MVZ Klinik Dr. Hancken im Elbe Klinikum Stade

menten in den Tumor (TACE) oder die selektive interne Radiotherapie (SIRT) durchgeführt.

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet unter: www.hancken.de oder telefonisch unter:

MVZ Klinik Dr. Hancken im Elbe Klinikum Stade: 0 41 41/97-15 51

Strahlentherapie/Radioonkologie

Die Strahlentherapie und Radioonkologie ist ein wichtiger Bestandteil in der interdisziplinären Behandlung von Tumorerkrankungen und darüber hinaus auch eine oft sehr wirksame Methode in der Behandlung einer Vielzahl gutartiger Erkrankungen wie Goller- oder Tennisarm, Fersensporn sowie Fibromatosen und gutartiger Tumore im Gehirnschädel. Dr. Markus Herrmann und seinem Team stehen zwei moderne Linearbeschleuniger zur Verfügung, mit denen sie alle aktuellen Verfahren der Strahlentherapie und Radioonkologie wie IMRT, VMAT, IGRT, Atem-gesteuerte Bestrahlung und stereotaktische Behandlungen im Bereich des Kopfes und des Körperstamms ausführen können. Die Patienten werden in der Regel ambulant behandelt, können aber – wenn es der Therapieplan oder das Befinden des Patienten erfordern – jederzeit in der Klinik Dr. Hancken stationär aufgenommen werden.



Dr. Markus Herrmann, Ltd. Arzt, Zentrum für Strahlentherapie/Radioonkologie, MVZ Klinik Dr. Hancken, Stade

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet unter: www.hancken.de oder telefonisch unter:

Zentrum für Strahlentherapie/Radioonkologie Klinik Dr. Hancken: 0 41 41/604 119

Systemische Tumortherapie/Palliativmedizin

Die Abteilung für Hämatologie im MVZ Klinik Dr. Hancken wird seit Anfang dieses Jahres von Dr. Johannes Meiler geleitet. Mit seinen Kollegen bietet er den ambulanten Patienten eine kompetente und umfangreiche Betreuung hämatologischer und onkologischer Erkrankungen. Unterstützt wird er dabei von Prof. Dr. Stefan Frühauf, der neben seiner Chefärztstätigkeit auf den Stationen für Onkologie und Palliativmedizin der Klinik Dr. Hancken auch ambulante Patienten versorgt. Den Onkologen ist es ein besonderes Anliegen, dass ihre Patienten stets von der Weiterentwicklung und besseren Verfügbarkeit der Krebsmedikamente (Chemotherapie, antihormonelle Substanzen, Immuntherapie z.B. mit Antikörpern und spezifische Target-Therapien) profitieren. Selbst wenn eine Heilung nicht möglich ist, werden alle palliativmedizinischen Optionen genutzt, um den Patienten selbstbestimmtes Leben bei guter Lebensqualität zu ermöglichen. Auch ambulant ist eine palliativmedizinische Betreuung von Patienten, die lieber in ihrer vertrauten Umgebung bleiben wollen, gesichert. Der SAPV der Klinik Dr. Hancken koordiniert die Versorgung der Patienten durch Hausärzte mit Palliativausbildung und Pflegedienste mit entsprechend ausgebildeten Pflegekräften im Landkreis Stade.



Prof. Dr. Stefan Frühauf, Chefarzt, Klinik Dr. Hancken, Stade



Dr. Johannes Meiler, Ltd. Arzt, Abteilung für Hämatologie, MVZ Klinik Dr. Hancken, Stade

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet unter: www.hancken.de oder telefonisch unter:

**Hämatologie MVZ Klinik Dr. Hancken 0 41 41/604 147
Onkologie und Palliativmedizin Klinik Dr. Hancken 0 41 41/604 0**

Botschafter
in Sachen
E-Mobilität:
Anne-Sophie
Scharrer,
Marketing-
und Event-
managerin
bei Sono
Motors, und
Christoph
Birkel nach
der Sion-
Proberunde.
Fotos: Horst Piezug



Direkt aus der Garage

„Sion“, das E-Auto mit Solarzellen-Haut

hit-Technopark präsentiert Prototyp made in München

Viele erfolgreiche Unternehmensgründungen haben den gleichen Ursprungsort: eine Garage. So war es auch vor vier Jahren, als Laurin Hahn und Jona Christians, Gründer von Sono Motors, begannen, ein Elektrofahrzeug zu entwickeln. Der Prototyp des „Sion“ wurde jetzt im hit-Technopark in Harburg vorgestellt. Drei Tage lang hatten potenzielle Käufer die Chance, eine Probefahrt zu machen – das Interesse war riesig. Dem Vernehmen nach war der „Sion“ quasi ausgebucht. Was ihn so besonders macht: das Solarzellen-Kleid und der Preis. Für nur 16 000 Euro zuzüglich Batterie-Pack soll das E-Fahrzeug angeboten werden. Ein Schnäppchen angesichts der Preise, die für vergleichbare Fahrzeuge aufgerufen werden, und zugleich eine Art „Anti-Tesla“, wie Laurin Hahn sagt. Immerhin kostet die US-Ikone unter den Elektroautos um die 100 000 Euro. Als Anne-Sophie Scharrer, Marketing- und Eventmanagerin bei Sono Motors, die Vorstellung in Harburg begann, hatte der „Sion“ bereits einige Stopps hinter sich – in Paris, Brüssel, Amsterdam, München, Nürnberg, Stuttgart, Frankfurt und Düsseldorf. Da passte Bostelbek als traditioneller Hamburger Auto-Standort bestens ins Bild. Im Schatten von Mercedes und auf dem Gelände des ehemaligen Tempo-Werks drehten die E-Fans ihre Proberunden. Scharrer beim Vor-Ort-Gespräch: „Die Tour läuft bestens. Wir haben bereits 2200 Reservierungen.“ Dabei gibt es den „Sion“ erst seit einhalb Jahren. Derzeit würden Gespräche mit

einem europäischen Auftragshersteller geführt, so die „Sion“-Botschafterin. Ziel sei es, ab 2019 zu einem bezahlbaren Preis 5000 Elektrofahrzeuge pro Jahr auf den Markt zu bringen. Die Batterie soll maximal 4000 Euro kosten. Damit bliebe das Auto (Höchsttempo 140) im 20 000-Euro-Rahmen. Und das bei einer Reichweite von 250 Kilometern sowie einer Schnellladezeit (auf 80 Prozent) von 30 Minuten, wie Scharrer sagt.

Sono Motors ist ein deutsches Unternehmen mit Sitz in München und beschäftigt zurzeit 22 Mitarbeiter. Der „Sion“ fällt äußerlich vor allem durch seine Solarzellen-Haut auf. Sie soll bei Sonne etwa Strom für 30 Kilometer pro Tag erzeugen. Das Startup Sono Motors sieht sich nicht als Konkurrent der großen Namen in der deutschen Automobilindustrie. Anne-Sophie Scharrer: „Wir wollen niemandem auf den Schlipps treten. Wir sehen uns eher als Nischenanbieter mit einer großen Leidenschaft für unser Projekt. Aber die Leute mögen das Auto und sind überrascht, wie groß es tatsächlich ist.“ Das Geld für die Entwicklung kam unter anderem durch eine Crowdfunding-Kampagne sowie den Einstieg von Investoren zusammen. Christoph Birkel, Geschäftsführer des hit-Technoparks: „Als Partner für technologieorientierte Unternehmen freuen wir uns, dieser völlig neuen Technik die Möglichkeit und den Raum zu geben, sich einer großen Öffentlichkeit zu präsentieren.“ Mittlerweile ist die „Sion“-Karawane weitergezogen – nach Berlin, Wien und Zürich. wb



BMW i3 im hit-Technopark mieten

Der hit-Technopark steht mit seiner Philosophie „hit goes green!“ für eine saubere Umwelt. Dazu gehört das Fahren ohne CO₂-Ausstoß. Aus diesem Grund hat Geschäftsführer Christoph Birkel eine Kooperation mit Starcar geschlossen. Der Autovermieter stellt einen BMW i3 mit Elektroantrieb auf dem Gelände des hit-Technoparks am Tempowerkring zur Verfügung. Dabei handelt es sich um ein stationäres Carsharing-Angebot – alle Fahrten mit dem E-Mobil starten und enden im hit-Technopark. Das hat den Vorteil, dass das Auto für interessierte Benutzer stets an der Ladesäule auf dem Gelände zum Einsteigen bereit steht. Ab 1,99 Euro pro Stunde können Mitarbeiter, Mieter und Gäste das im hit-Look gestaltete Elektroauto fahren. Dazu genügt eine einmalige Registrierung auf der Share-a-Starcar-Website.



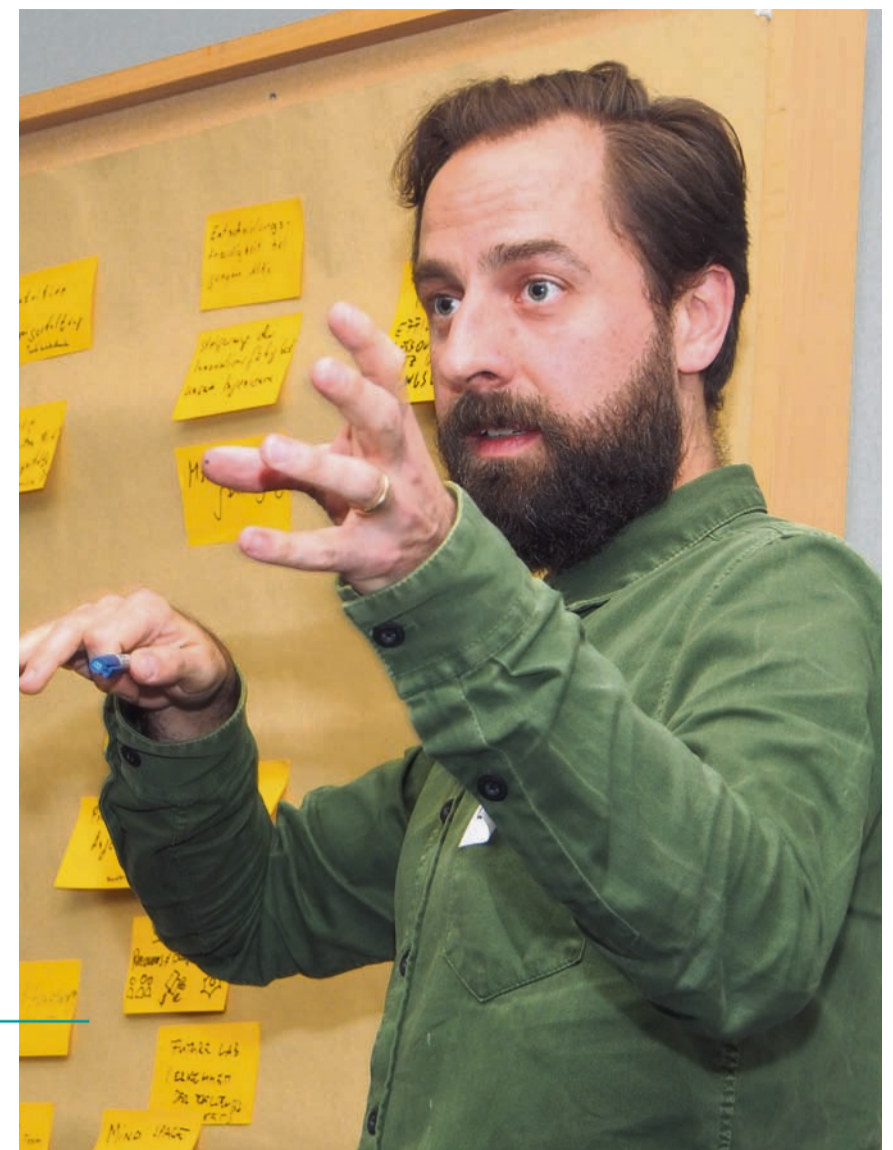
Dieser elektrifizierte BMW i3 steht jetzt an der Ladesäule im hit-Technopark und kann von den Unternehmen vor Ort gemietet werden.

Wir überwinden Grenzen für Ihren Erfolg.

Süderelbe
AG
Metropolregion Hamburg

**Starker Wirtschaftsstandort.
Exzellente Netzwerke.
Erfolgreiche Projekte &
Individuelle Beratung.**

www.suederelbe.de



Wolfgang
Wopperer
in Aktion:
„Wann
hattest Du
Deinen
letzten bran-
chenfremden
Kontakt?“

„Hallo, ich bin der Wolfgang...“

Innovationsförderung à la hit-Technopark:
Hamburg Kreativwirtschaft hilft bei der Suche nach dem
innovativen Ansatz – Technologie trifft Philosophie

Seit 2010 ist die städtische Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH im Einsatz, um Unternehmen auf die innovative Schiene zu setzen. Zum Programm des EU-Förderprojekts gehören unter anderem Workshops, die personell so geschickt gemischt werden, dass innovative Potenziale selbst in „stillgelegten Minen“ zu Tage gefördert werden. Der hit-Technopark in Harburg ist zwar alles andere als stillgelegt, dennoch fand es Geschäftsführer Christoph Birkel spannend, Jenny Kornmacher, Projektleiterin für branchenübergreifende Zusammenarbeit, und ihr Team zu engagieren. Beim zweiten Workshop trafen jetzt Vertreter aus den eher technologie-orientierten Unternehmen des Technoparks auf gezielt eingeladene Kreative – Designer, Filmemacher, Theaterleute und ein Vertreter aus dem Bereich der Virtuellen Realität. Das Ziel: neue Wege finden, um durch neue, vielleicht völlig artfremde Impulse alte oder hartnäckige Probleme zu lösen. Ein intensives Experiment mit Tiefenwirkung, geleitet von Wolfgang Wopperer, von Haus aus Philosoph. Jenny Kornmacher: „Zu unserem Portfolio gehören Workshops, Themen wie Finanzierung und Crowdfunding, Vorlesungen, die Vermittlung von Räumen, aber auch Quartiersentwicklung.“ Und die Suche nach Innovationen, wobei der Begriff als solches mittlerweile eher als dehnbar wahrgenommen wird. Auch Christoph Birkel sagt: „Was sind eigentlich Innovationen? Häufig gibt es da ganz unterschiedliche Vorstellungen.“ Er arbeitet derzeit an einem Zukunftskonzept für den Technologiepark – in der Überzeugung, dass die bloße Raumvermietung auf Dauer nicht ausreicht, um für Mieter interessant zu sein (siehe auch B&P-Ausgabe September 2017). Er sagt: „Was können wir unseren Mietern Gutes tun? Wie können wir helfen, Dienstleistungen und Produkte zu verbessern? Und welche Dienstleistungen brauchen wir eigentlich als hit-Technopark in Zukunft? Das sind die Fragen, die mich beschäftigen.“

Das Workshop-Du

Der Workshop bot einen Vorgeschmack. Und der Leiter setzte gleich zu einem Kunstgriff in Sachen Entspannung und Kommunikation an: „Hallo, ich bin der Wolfgang. Und ich führe jetzt als erstes das Workshop-Du ein.“ Per Du ist es eben einfach leichter, querzudenken. Die Rechnung ging auf: Nach der Vorstellungsrunde mit der Eingangsfrage „Wann hattest Du Deinen letzten branchenfremden Kontakt?“ sollten alle Teilnehmer eine oder mehrere Grundfragen bezie-



Lockere Runde zur Themenfindung:
Workshop-Leiter Wolfgang Wopperer
sorgte für die kreative Atmosphäre.

Fotos: Wolfgang Becker

ungsweise Herausforderungen formulieren, um Themen zu extrahieren, die möglichst vielen unter den Nägeln brennen. Erstaunlich: Als Topthema wurde die Mitarbeitermotivation geortet. Wie lassen sich Mitarbeiter in Eigenverantwortung führen? Was muss ich tun, um die Entscheidungsfreudigkeit der Mitarbeiter zu steigern? Wie schaffe ich es, die Innovationskraft meiner Ingenieure zu fördern?

Jede Menge Fragen

Auch die Kreativen hatten Fragen – beispielsweise diese: Wie kann ich als Designer meine Projekte besser strukturieren? Andere Teilnehmer hatten ganz konkrete Anliegen: Wie kann ich eine intuitive Bedienung von medizintechnischen Geräten erreichen? Oder eine Frage von Birkel: „Wie realisiere ich eine stabile und vor allem systemübergreifende Nebenkostenabrechnung für 18 Gebäude des hit-Technoparks? Dieses Thema kostet uns unheimlich viel Zeit und Nerven. Da hätte ich gern einen neuen Lösungsansatz.“

In vier Arbeitsgruppen wurden anschließend die wichtigsten Themenblöcke diskutiert. Birkel: „Wenn diese neue Art der Innovationsförderung gut ankommt und Ergebnisse hervorbringt, dann können wir das hier als Angebot im Technopark durchaus etablieren.“ Zweifelloso wäre allein dieses Angebot bereits ein innovativer Ansatz, der weit über die bloße Vermietung von Räumen hinausgeht. wb

➤ Web: www.hit-technopark.de,
<http://kreativgesellschaft.org/>



Mittlerweile sind Claas (von links), Nils, Marcel, Claudia, Lucas und Anna-Lena schon wieder in anderen Abteilungen: Dieses Azubi-Team, hier mit „Manni, der Maus“, war im Oktober in der Bergedorfer Filiale eingesetzt.



Wartezeiten gut genutzt: Die Auszubildenden Anna-Lena Wempfen (links) und Claudia Kluge zeigen auf dem iPad, wie einfach Online-Banking funktioniert.



Zum Kickern in die Azubi-Filiale: Regionalbereichsleiter Holger Knappe (Privatkunden) legt ein kleines Match mit Azubi-Filialeiter Lucas Wacker hin.

Das kommt dabei heraus, wenn aus Azubis Leiter werden...

B&P VOR ORT Fünf Wochen lang war Haspa-Auszubildender Lucas Wacker verantwortlich für die Filiale Sachsenwald in Lohbrügge – Ein Experiment mit Langzeitwirkung

Wenn „Mister Feelgood“ zum Obstmesser greift und einen Obstsalat für die Mannschaft schnippelt, wird die Stimmung garantiert noch besser als sie es ohnehin schon ist: Maik Trappmann ist nicht nur Roland-Kaiser-Fan, sondern auch ein erfahrener Filialeiter in Diensten der Haspa. Außerdem hat er sich aus eigenem Antrieb zum Feelgood-Manager ausbilden lassen. Seit gut einem halben Jahr hat er einen Job, der ihm auf den Leib geschneidert ist. Er hat ein Auge auf die erste Azubi-Filiale der Hamburger Sparkasse. Im ständigen Wechsel arbeiten am Binnenfeldredder in Lohbrügge (Bergedorf) angehende Bankkaufleute auf freiwilliger Basis eigenverantwortlich für die Kunden und das mit riesigem Erfolg. Einer ist Lucas Wacker. Der 25-Jährige hatte im September die Filialeitung übernommen. Er steht bereits kurz vor dem Ende seiner Ausbildungszeit und machte in Lohbrügge Karriere auf Zeit: „Ich habe schon damals beim Vorstellungsgespräch gesagt, dass ich nach der Ausbildung eines Tages gern in die Filialeitung gehen würde.“ So schnell kann das gehen... Für die Haspa-Regionalbereichsleiter Arent Bolte (Firmenkunden) und Holger Knappe (Privatkunden), die die Verantwortung für die Azubi-Filiale übernommen haben, ist das Experiment gelungen. Das Echo aus der Kundschaft und vor allem aus den Reihen der Auszubildenden sei überaus positiv, bestätigen beide unisono. Und für den Has-

pa-Vorstand gilt das ebenso – nach den vielen positiven Rückmeldungen wurde das Projekt soeben verlängert.

Verantwortung übertragen

Ende Juli war die erste Haspa-Azubi-Filiale an den Start gegangen. Arent Bolte: „Unter den regulären Mitarbeitern der Filiale Sachsenwald gab es durchaus Skepsis, doch das hat sich längst gelegt.“ Tatsächlich sind immer auch ein paar erfahrene Kollegen vor Ort – so wie Maik Trappmann, der sich allerdings bewusst im Hintergrund hält und die jungen Leute machen lässt. Den Azubis, die immer nur für ein paar Wochen in Lohbrügge eingesetzt sind, wird hier besonders viel Verantwortung übertragen. Holger Knappe: „Und dabei kommen dann tolle Aktionen zustande, die es unter normalen Umständen nicht geben würde.“

Ein Beispiel: Wenn Kunden in der Schlange stehen müssen, weil der Andrang so groß ist, kommen die Azubis mit dem iPad und erklären auf Wunsch, wie einfach Online-Banking funktioniert – ein Service, der nicht in Lohbrügge erfunden wurde, der hier aber gut umgesetzt wird und dazu führte, dass die Azubis interessierte Kunden zu einem „Kaffee- und Kuchen-Abend“ zum Thema Online-Banking in die Filiale einluden. Tatsächlich kamen fast ein Dutzend Interessierte und lernten, wie manche Transaktionen ganz einfach von zu Hause aus erledigt werden können. Rund 300 Auszubildende werden aktuell bei der Haspa

auf das Berufsleben vorbereitet. Ende Oktober hatten bereits 50 die Chance genutzt, für ein paar Wochen in der Azubi-Filiale zu arbeiten. Arent Bolte: „Manch einer nahm dafür weite Wege in Kauf – weil er unbedingt dabei sein wollte.“ Auch für Lucas Wacker stand fest, dass er sich hier als Filialeiter ausprobieren wollte: „Das habe ich gemacht. Eine tolle Zeit, allerdings bin ich leider schon ein Auslaufmodell. Mein Einsatz hier endet in Kürze.“

„Ich bin leider ein Auslaufmodell“

Die Azubi-Filiale ist übrigens keine Haspa-Erfindung, wie Holger Knappe sagt: „Das haben vor uns bereits Sparkassen in Köln-Bonn und Krefeld ausprobiert. Wir fanden die Idee spannend.“ Und die Kunden finden das offenbar auch, denn bisher hat es keine Beschwerde gegeben. Stattdessen setzt ein anderer Effekt ein: Die Kunden werden plötzlich von jemandem bedient, der ihnen nicht haushoch überlegen ist – „da finden Gespräche auf Augenhöhe statt“, wie Arent Bolte sagt. „Das kommt gut an.“ Dass der Nachwuchs bei der Haspa ernstgenommen wird, zeigt auch ein anderer Fall: Im Mai 2015 hielt ein Auszubildender bei einer Vorstandstagung eine flammende Rede und löste damit das Krawattensterben aus. Erst fanden Tests statt, heute ist die Krawatte bei der Haspa weitgehend Geschichte.

80 000 Internet-Aufrufe

Einen echten Coup landete das Azubi-Team nach dem Sommer. Lucas Wacker und Jacqueline Kohnert stellten im Rahmen einer Präsentation eine Idee zur Nutzung der Sozialen Medien als Marketing-Plattform vor, die dann auch umgesetzt wurde: Schulen wurden via Instagram aufgefordert, einen Flashmob zu initiieren und daraus ein einminütiges Video zu machen. Der Clip wurde bewertet und der Sieger attraktiv belohnt. 16 Schulen machten mit. Arent Bolte: „Diese Aktion erzielte im Internet sensationelle 80 000 Aufrufe. Das kommt dabei heraus, wenn man die Jungen einfach mal machen lässt. Im Vordergrund steht die Aktion, aber die Haspa ist immer dabei – das ist modernes Marketing.“ Ende September wurden die Preise vergeben: 2000 Euro für das beste Video, 1000 für das zweitbeste und jeweils 500 für die anderen 14 teilnehmenden Schulen.

Hinter der ganzen Azubi-Aktion verbirgt sich mehr als „nur“ ein didaktisch spannend gestalteter Ausbildungsauftrag. Es geht um neues Denken. Auch Sparkassen stehen im digitalen Zeitalter vor massiven Herausforderungen, denn zunehmende Markttransparenz, mediales Dauerfeuer und auch sich verändernde Erwartungen an einen Beruf erfordern eine Rückbesinnung auf Grundwerte. Maik Trappmann: „Mir geht es auch um zwischenmenschliche Beziehungen. Wenn die Arbeit und das Arbeitsumfeld Spaß machen, dann stellt sich der Erfolg von ganz allein ein.“ Holger Knappe nennt noch einen Punkt: „Früher kannte jeder Mitarbeiter alles, heute sind die einzelnen Themen so komplex, dass es viele Spezialisten geben muss. Bei der Haspa spielen die Akteure gut zusammen. Der Kunde spürt: „Das ist meine Bank.““ wb

Web: www.haspa.de

Im ISI Buchholz



hochschule 21 bietet Fachvorträge an

Themen für Praktiker: Die hochschule 21 und die Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg laden zu Fachvorträgen ins ISI nach Buchholz. Alle Veranstaltungen beginnen um 17 Uhr. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

18.01.2018

Autonome Robotik in sogenannten 4D-Umgebungen

Prof. Dr.-Ing Thorsten Hermes

Autonome Robotik ist ein wachsender Bereich, der im industriellen Sektor und in privaten Haushalten Einzug hält. Die aktuellen Entwicklungen reichen von selbstfahrenden Autos über Flugdrohnen bis hin zu autonom fahrenden Staubsaugern. Weitere Anwendungen sind denkbar, aber aufgrund der erforderlichen Autonomie auch mit deutlich höheren Anforderungen an die Sicherheit und an die künstliche Intelligenz verknüpft. Um eine Minimierung des Risikos für den Menschen zu gewährleisten, werden mobile Roboter in sogenannten 4D-Umgebungen in extremen Umgebungen eingesetzt. Ein Beispiel eines autonomen Roboters ist der an der hochschule 21 entwickelte Roboter „Marwin“. Dieser misst autonom die radioaktive Strahlung im neuen XFEL Beschleunigtunnel des DESY in Hamburg. Im Fachvortrag wird auf die verschiedenen Stufen der Autonomie eingegangen. Praktische Beispiele geben Hinweise für die Umsetzung von Autonomie in industriellen Anwendungen.

15.02.2018

CO₂ – Einsparung vs. Lebensqualität – Macht eine weitere Verschärfung der energetischen Gebäudestandards noch Sinn?

Dr. Ingo Hadrych

In diesem Jahr wird die Energieeinsparverordnung (EnEV) 15 Jahre alt. Sie gilt vielen Politikern als das Instrument der deutschen Energie- und Klimaschutzpolitik. Es stellt sich jedoch die Frage, ob wir mit den regelmäßig verschärften Anforderungen nicht ein Niveau erreicht haben, angesichts dessen man die Frage nach dem Sinn einer weiteren Verschärfung stellen muss. Inwieweit sind stets steigende Dämmschichtstärken über den Herstellungs- und Lebenszyklus der Baustoffe energetisch noch sinnvoll? Außerdem ist zu hinterfragen, ob Räume und Gebäude, die wir errichten, noch die Lebensqualität steigern und wann ein ausgewogenes Verhältnis von Energieeinsparung und Lebensqualität zulasten der Lebensqualität kippt (zum Beispiel kontrollierte Wohnraumbelüftung). Im Rahmen des Fachvortrags sollen der aktuelle Gebäudestandard erläutert und ausgewählte Themen im Zusammenhang mit der EnEV hinterfragt werden. Die hochschule 21 verfügt über besondere Kompetenz unter anderem zu komplexen Fragestellungen rund um die Wärmedämmung und Dichtigkeit moderner Gebäude.



Das Foto zeigt (von links) Hamburgs Bürgermeisterin und Wissenschaftssenatorin Katharina Fegebank, Leuphana-Präsident Sascha Spoun, TUHH-Präsident Garabed Antranikian und die niedersächsische Ministerin für Wissenschaft und Kultur, Gabriele Heinen-Kljaji, bei der Unterzeichnung in Lüneburg.

Jetzt ist es amtlich und besiegelt: Die in Harburg beheimatete Technische Universität Hamburg und die Leuphana Universität Lüneburg haben eine enge Kooperation unterzeichnet. Ziel: die Ausbildung des Ingenieurs 4.0. Aus Harburg kommt der technische Sachverstand, aus Lüneburg kommen die Fächer hinzu, die den technologischen Nachwuchs fit für den Arbeitsmarkt von morgen machen sollen. TUHH-Präsident Garabed Antranikian mit Anspielung auf die Größe der Unis: „Hier tun sich zwei schnelle Fлитzer zusammen, die gemeinsam noch schneller werden.“ Und: „Wir brauchen neue Ingenieure. Gut in Mathematik reicht nicht mehr aus.“ Ab 2019 soll es zudem einen gemeinsamen Bachelor-Studiengang „Technik & Gesellschaft“ geben.

Alles unter einem Dach...

In Seevetal: bauwelt
Delmes stellt
den Fachhandel
Dachbaustoffe neu auf



Die Niederlassungsleiter Andreas Helm (links) und Sebastian Joneleit schauen in der Dach-Ausstellung aus einem speziellen Dachflächenfenster, das sich zu einem Minibalkon entfalten lässt (Velux Cabrio).

Foto: Wolfgang Becker

Wer anderen aufs Dach steigt, ist selten willkommen – es sei denn, er ist Dachdecker. Speziell für diese Berufsgruppe bietet die bauwelt Delmes seit wenigen Monaten einen Prototypen für die neue Fachhandel-Strategie an (siehe auch B&P-Ausgabe September 2017). Aus Rath-Dachbaustoffe an der Maldfeldstraße in Seevetal ist jetzt der separate bauwelt Fachhandel Dachbaustoffe geworden. Hier finden nicht nur Dachdecker, sondern künftig auch Zimmerleute alles, was zum Bau eines Dachs nötig ist. Zurzeit wird kräftig umgebaut, wie die Niederlassungsleiter Andreas Helm und Sebastian Joneleit berichten.

Wer jemals gebaut hat, weiß um die besonderen Befindlichkeiten rund ums Dach. Sturmfest und dicht soll es sein, gut gedämmt und hübsch anzusehen. Dachpfannen in verschiedensten Formen und Ausführungen von Standard rot bis blau glasiert gehören ebenso dazu wie beispielsweise die Dachentwässerung sowie der Einbau von

Gauben und Dachfenstern. Kurz: Dach ist nicht gleich Dach – hier ist sorgfältige Planung ebenso notwendig wie die handwerklich korrekte Ausführung. Das buchstäbliche Dach über dem Kopf gehört übrigens zu den Grundbedürfnissen der Menschheit.

Haus im Haus

Dass es nicht von oben tropft, dafür sorgen die Dachspezialisten der bauwelt, die den Profihandwerker an der Maldfeldstraße mit rund 43.000 verschiedenen Artikeln versorgen können – beispielsweise mit Bauklebern, die den hübschen Namen „Wolfinator“ tragen, aber eben auch mit den wirklich handfesten Produkten wie Dachpfanne, Regenrinne und Co. Um das Dachthema perfekt zu machen, wird die Holzabteilung aus der benachbarten bauwelt künftig dem Fachhandel Dachbaustoffe zugeordnet. Dann bekommt die Dach-affine Handwerkerschaft tatsächlich alles unter einem Dach.

Sebastian Joneleit: „Wir entwickeln den

Standort weiter und bauen derzeit um. Fünf Mitarbeiter kommen hinzu – also brauchen wir mehr Bürofläche.“ Der Fachmarkt, in dem allerlei Artikel und Werkzeuge angeboten werden, wird dazu in einen neuen Raum verlegt, der innerhalb des Hallenkomplexes errichtet wird. Sozusagen als Haus im Haus. Bereits Anfang Februar 2018 will sich der Fachhandel neu präsentieren – Verkaufs- und Beratungsaktivitäten sind von dem Umbau nicht betroffen.

Das neue Zentrum für Dachbaustoffe ist bewusst für den Profihandwerker ausgelegt, wie Andreas Helm sagt. Das Spektrum reicht vom Steildach über das Flachdach bis hin zu vorgehängten und hinterlüfteten Fassaden. Auch das Thema Dachbegrünung gehört dazu. Private Kunden, die Material benötigen, sind aber ebenfalls willkommen. Da der „frühe Vogel“ auch gerne auf dem Dach sitzt, öffnet der Fachhandel Dachbaustoffe in der Saison montags bis freitags bereits um 6 Uhr. Samstags ist geschlossen. Privatkunden können sich allerdings auch in der bau-

welt-Ausstellung nebenan informieren und beispielsweise Dachfenster sowie eine große Auswahl an Dachsteinen und Dachziegeln ansehen.

Die bauwelt-Flotte steht bereit

Der Fachhandel Dachbaustoffe beliefert Kunden im Umkreis von Buxtehude, Soltau und Lüneburg sowie nördlich der Elbe bis nach Norderstedt und Quickborn. Während das Unternehmen Rath Dachbaustoffe nur über einen Lkw verfügte, können Helm und Joneleit jetzt auf die bauwelt-Flotte mit ihren 17 Lkw zurückgreifen, darunter auch Fahrzeuge mit Staplern und Hochkran, die das Material gleich auf 27 Metern Höhe abladen und dem Dachdecker damit viel Arbeit abnehmen. Der Quick-Service, der den Bestell-

vorgang optimiert, spart zusätzlich Zeit und Geld.

Und noch eine Besonderheit: Der technische Außendienst wird von einem Mitarbeiter wahrgenommen, der auf Flachdächer spezialisiert ist und gemeinsam mit den Handwerkern nach Lösungen sucht, wenn es mal kompliziert wird. Sebastian Joneleit: „Das wird gern und häufig in Anspruch genommen.“ Ein letzter Tipp für Handwerker: Vor Ort wird ein kostenloser Kant- und Schneid-service für Bleche angeboten, und nebenan in der bauwelt lassen sich Schichtstoff- und Holzwerkstoffplatten millimetergenau zuschneiden. Ein Service für kleine Unternehmen, die über keinen großen Maschinenpark verfügen.

Web: <http://www.bauwelt.eu/standorte/seevetal-dachbaustoffe>

Trendwende

Bereits seit rund fünf Jahren beobachtet Niederlassungsleiter Sebastian Joneleit, wie sich das Handwerk in Harburg verändert: „Immer mehr alteingesessene Betriebe schließen, stattdessen nimmt die Zahl von kleinen Dachdeckerbetrieben zu. Häufig sind das Einzelkämpfer, die sich auf das Dachthema spezialisiert haben und nicht selten mit Zimmerleuten kooperieren.“ Insgesamt sei festzustellen, dass es speziell im Dachdeckerhandwerk einen massiven Nachwuchsmangel gibt. Ein alarmierendes Signal, wie Joneleit sagt: „Die Lehrlinge von heute sind die Kunden von morgen.“ Halte die Entwicklung an, werde der Kunde irgendwann vier Monate lang warten – auf einen 70-jährigen Dachdecker... wb

Klimaschutz- Wettbewerb

„Meine Firma, mein Klima!“

- Gesucht werden Klimaschutzprojekte von Buxtehuder Unternehmen
- Alle Buxtehuder Unternehmen können bis zum **18.12.2017** eine kurze Projektskizze einreichen
- Infos unter www.buxtehude.de/wettbewerb
- Daumen drücken und mit Glück 2.000,- € gewinnen!

**SCHLAU,
WER DABEI
IST!**





**HANSESTADT
BUXTEHUDE**





horeis  consult

Personal
4 you

KOLUMNE

Von **CORINNA HOREIS**, Diplom-Kauffrau und Personalberaterin

Die unterschätzte Personalfrage: Passen wir eigentlich zusammen?

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine vielversprechende Verabredung mit einem – auf den ersten Blick – äußerst attraktiven Partner: Er hat ein sympathisches Auftreten, hat einen spannenden Job, spricht viele Sprachen und hat die Welt gesehen. Ihr Gegenüber zeigt sich insgesamt konventionell, konservativ und routiniert. Im Gegensatz dazu sind Sie eher neugierig, kreativ und offen für Unbekanntes. Es wird schnell klar: Der Funke springt nicht über.

Im Privatleben ist die Persönlichkeit ausschlaggebend dafür, ob wir uns mögen oder nicht. Im Arbeitsumfeld gelten dieselben Gesetze, dennoch wird die Frage der persönlichen Passgenauigkeit bisher eher stiefmütterlich behandelt. Zunehmend wird bei der Personalauswahl zwar die Hinzunahme von Persönlichkeitsanalysen registriert. Die Persönlichkeitsmerkmale werden im Hinblick auf das Anforderungsprofil ausgewertet. Es wird aber in den meisten Fällen nicht betrachtet, welche Persönlichkeitsmerkmale den Arbeitgeber auszeichnen.

Positionieren Sie sich als Arbeitgeber eher extrovertiert, enthusiastisch und „hipp“ oder eher stetig, traditionell und gewissenhaft? Der Kreative würde sich wohl eher im erstgenannten Profil wiederfinden, und der Genauer würde sich mit den anderen Eigenschaften identifizieren. So wie der Bewerber sich durch eine ganz eigene Persönlichkeit auszeichnet, verkörpert auch das Unternehmen bestimmte Charakteristika. Je höher die Übereinstimmung zwischen den Persönlichkeiten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer sind, desto po-

sitiver sind die Auswirkungen auf die Arbeitszufriedenheit, auf das Vertrauen sowie auf die Bindung zu dem Arbeitgeber. Das heißt, je ähnlicher Arbeitgeber und Arbeitnehmer sind, desto besser passen sie zusammen, desto erfolgreicher gestaltet sich die Zusammenarbeit und desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeiter bei diesem Unternehmen (langfristig) bleiben. Gerade im Zeitalter des Fachkräftemangels schaffen sich insbesondere mittelständisch geprägte Unternehmen einen herausragenden Wettbewerbsvorteil durch ein „Matching“ zwischen Unternehmen und Personal. Eine Randnotiz: Der Mangel an geeigneten Mitarbeitern führt im Mittelstand zu Umsatzeinbußen von jährlich etwa 50 Milliarden Euro (Mittelstandsbarometer 2017).

Die Personalauswahl wird sich zukünftig hinsichtlich der Passgenauigkeit potenzieller Kandidaten verändern. Es wird vornehmlich die Aufgabe sein, Mitarbeiter zu identifizieren, die in zentralen Punkten zu der Kultur des Unternehmens passen, als vielmehr einen optimalen Mitarbeiter für eine bestimmte Aufgabe zu finden. Mit Ihrer Arbeitgebermarke, die für Ihre zentralen Werte steht, ziehen Sie zum einen potenzielle Kandidaten an. Zum anderen erhöhen Sie die Voraussetzungen für eine langfristige Bindung dieser Kandidaten an Ihr Unternehmen. Genau wie im Privatleben sollten beide Seiten im Wesen zusammenpassen, wenn die Beziehung halten soll.

Fragen an die Autorin?
corinna@horeis-consult.de

Feueralarm?

Wir wollen vorher noch zu Budni...

INTERVIEW Nicole Maack über Brandschutz, den Faktor Mensch und die Verantwortung des Unternehmers

Brandschutz ist ein Thema, das auf jede To-do-Liste eines Unternehmers gehört. Nicole Maack, Geschäftsführerin von Maack Feuerschutz in Harburg, und ihr Vater, Firmengründer Peter-Jürgen Maack, gehen in den Firmen ein und aus. Sie bieten das Rund-um-sorglos-Paket, Beratung und Schulung vor Ort oder auf Wunsch auch in den nagelneuen Räumen am Sinstorfer Weg in Sinstorf sowie einen reichen Erfahrungsschatz und manche Anekdote aus dem Leben eines Brandschützers. Zu den zahllosen Kunden gehören unter anderem Kliniken, Hotels, Restaurants und große Unternehmen mit vielen Mitarbeitern, aber auch der private Haushalt – ein besonderes Thema, über das B&P-Redakteur Wolfgang Becker mit Nicole Maack sprach.

Früher reichte es aus, einen Feuerlöscher ins Büro oder in die Wohnung zu stellen – schon hatte man die Sache mit dem Brandschutz erledigt. Worauf müssen speziell Unternehmer heute achten?

Nicht nur auf den einzelnen Feuerlöscher, sondern vor allem auf die Gefährdung, die in verschiedenen Gebäuden vorhanden ist. Handelt es sich um ein Bürogebäude? Oder einen fertigen Betrieb? Wie viele Menschen arbeiten dort? Welche Voraussetzungen liegen vor? Dabei geht es nicht nur um Feuerlöscher, sondern um Brandschutzanlagen insgesamt – Wandhydranten, Brandschutztüren, Rauch- und Wärmeabzugsanlagen und vieles mehr. All diese Dinge müssen jährlich gewartet werden, Feuerlöscher alle zwei Jahre.

Im Brandfall kommt es nicht nur auf die funktionierende Technik, sondern auch und gerade auf den Faktor Mensch an...

... ein ganz wichtiger Punkt: die Schulung der Mitarbeiter. Mindestens fünf Prozent der Beschäftigten müssen geschult werden und im Falle eines Feuers wissen, wie man sicher aus dem Gebäude herauskommt und worauf es dann ankommt. Kurz: Wie räume ich das Gebäude?

Sind die Brandschutzbestimmungen, die ein Unternehmen beachten muss, abhängig von der Beschäftigtenzahl? Konkret: Gelten für einen Betrieb mit drei Mitarbeitern andere Regeln als für ein Unternehmen mit 300 Leuten?

Nein, grundsätzlich nicht. In einem kleinen Einzelbüro kann es genauso schnell brennen wie in einem großen Bürogebäude. Es ist natürlich ein Unterschied, ob sich drei Menschen in Sicherheit bringen müssen oder ob sich 300 durch ein Treppenhaus drängeln, die vielleicht gar nicht wissen, wie sie sich im Falle eines Alarms zu verhalten haben. Bei so einer großen Mitarbeiterzahl stellt sich die Frage, wo sich diese Menschen sammeln. Und wie kontrolliert wird, ob wirklich alle das Gebäude verlassen haben oder doch noch irgendwo jemand sitzt, der von dem Alarm nichts mitbekommen hat. All das muss geplant werden.

Wer ist dafür verantwortlich, dass die Brandschutzbestimmungen eingehalten werden – gibt es da eine staatliche Kontrolle?

Verantwortlich ist allein der Unternehmer. Festgelegt sind all die Regeln in der Arbeitsstättenrichtlinie. Die muss er kennen.

Feuer hat ja die dumme Angewohnheit, dass man immer denkt, es trifft einen nicht. Das führt zu Nachlässigkeiten. Sie



Hier hat Feuer keine Chance: Nicole Maack und Firmengründer Peter-Jürgen Maack in der knallroten firmeneigenen Feuerlöscher-Kulisse ... Foto: Maack

kennen den Markt und wissen, wie die Situation in vielen Unternehmen ist. Ist der Brandschutz ein präsent Thema?

Man wiegt sich immer in Sicherheit, denn es hat ja noch nie gebrannt. Und wenn, dann wird es schon nicht so schlimm – und außerdem ist ja einer der Mitarbeiter bei der Freiwilligen Feuerwehr... genauso ist es häufig. Aber nichts da: Ein Feuer kann jeden treffen. Und es kann jederzeit ausbrechen. Darauf muss man gut vorbereitet sein, denn was noch hinzukommt: Menschen ticken in Notsituationen anders. Oder die ganz simplen Fragen: Wer kümmert sich eigentlich um den Kollegen im Rollstuhl? Das muss vorher geklärt sein.

Es gibt also beim Brandschutz eine entscheidende menschliche Komponente. Der beste Feuerlöscher nützt nichts, wenn ihn keiner bedienen kann...

... ganz richtig! Den Feuerlöscher sollte jeder bedienen können. Aber wir lernen immer mehr, wie unterschiedlich Menschen in Stresssituationen reagieren. Neulich haben wir ein großes Einkaufszentrum zur Haupteinkaufszeit geräumt. Mit Kunden und allem Drum und Dran. Restaurantbetrieb, Friseurbetrieb, das volle Programm. Wir haben fünf Minuten gebraucht. Aber dann gibt es solche Situationen: Ein älteres Ehepaar diskutierte mit mir, dass sie vor dem Verlassen des Gebäudes noch schnell zu Budni wollten. Die nächste sprach mich an, ich sähe ja so aus, als

ob ich vom Brandschutz wäre – ob ich mich mal um ihre Kasse kümmern könnte. Manche Menschen werden frech und schimpfen rum, aber viele sind sehr verständnisvoll, wenn so eine Übung ansteht.

Fünf Minuten? Das ist doch eine Spitzenzeit für ein ganzes Einkaufszentrum, oder? Stimmt, das war wirklich super. Aber wir haben dort vor Ort auch ausgebildete Brandschutzhelfer, die genau wissen, was zu tun ist. Wir sind als Unternehmen nur der stille Beobachter bei solchen Übungen. Bei so einer Aktion ist sehr viel zu beachten. Ich sage mal: Das ist selbst ohne Feuer nicht ganz ungefährlich.

Das Harburger Unternehmen Maack Feuerschutz hat 25 Mitarbeiter, ist aber deutschlandweit unterwegs. Wie machen Sie das?

Wir haben zwei Niederlassungen – auf der Insel Sylt und in Berlin. Aber wir arbeiten auch mit Subunternehmen im Bereich München und anderswo.

Kommt es eigentlich mal vor, dass Sie einen Kunden mit neuen Brandschutzzeinstellungen ausstatten müssen, weil es dort gebrannt hat?

Das passiert kaum.

Das heißt: Wir haben eine latente Bedrohungslage, aber es passiert selten etwas, oder?

Nun, es passiert eigentlich immer etwas. Zurzeit haben wir das große Thema Fassadenbrände. Das Problem: Wenn es einmal brennt, dann richtig. Dann reden wir nicht mehr über einen qualmenden Aschenbecher oder einen Kabelbrand. Und dann treten diese großen Schäden auf. In Deutschland werden pro Jahr etwa 300.000 Entstehungsbrände gelöscht. Also kleine Brände, die sich noch mit dem Feuerlöscher bekämpfen lassen.

Gibt es Zahlen zu Großbränden in Deutschland?

Nein. Seit Jahren sind die Verbände hinter solchen Statistiken her, aber bislang gibt es diese Zahlen nicht. Aber nehmen wir mal einen vergleichsweise kleinen Wohnungsbrand oder einen Küchenbrand. Wenn dort ein Feuer ausbricht, dann brennt es richtig. Dann haben wir starke Verqualmung. Und dann wird es ganz schnell lebensgefährlich. Für Unternehmen gilt dasselbe.

» Web: www.maack-feuerschutz.de

Kunstverein Harburger Bahnhof bietet „Jahresgaben“ an

Bereits im sechsten Jahr präsentiert der Kunstverein Harburger Bahnhof vom 2. bis 17. Dezember 2017 seine sogenannten Jahresgaben. Jahresgaben sind Auflagenobjekte oder Unikate von Künstlern, die ihre Arbeiten im jeweiligen Jahr in den Ausstellungen des Kunstvereins gezeigt haben. Sie bieten zu günstigen Konditionen die Möglichkeit, vielversprechende junge Künstler zu einem frühen Zeitpunkt in ihrer Karriere zu fördern und für sich selbst etwas Einzigartiges zu erwerben. Die Jahresgaben sind den Mitgliedern des Kunstvereins vorbehalten, aber das ist nur

ein kleines Hindernis: Eine Mitgliedschaft kostet 50 Euro im Jahr (ermäßigt 25 Euro). Mit dem Beitrag wird der Kunstverein unterstützt, weiterhin außergewöhnliche künstlerische Projekte an einem besonderen Ort realisieren zu können. Im ehemaligen Wartesaal 1. und 2. Klasse (oberhalb der Gleise 3 und 4) des Bahnhofs Hamburg-Harburg an der Hannoverschen Straße beheimatet, finden dort seit seiner Gründung 1999 regelmäßig Ausstellungen zeitgenössischer Kunst statt. Die eindrucksvollen Räumlichkeiten bieten eine Bühne für die aktive und lebendige Auseinandersetzung mit dem künstlerischen

Schaffen aufstrebender junger Künstler. Seit dem 25. November 2017 zeigt der Kunstverein die Gruppenausstellung „I'm not here to make friends“ der Künstlergruppe Galerie BRD. Zu einem Besuch der Ausstellung und zu einer Besichtigung der diesjährigen Jahresgaben von Katja Aufleger, Bianca Baldi, Johannes Bendzulla, Jennifer Bennett, Balz Isler und Ofri Lapid lädt der Kunstverein ein. Öffnungszeiten: Mittwoch bis Sonntag, 14 bis 18 Uhr, und nach Vereinbarung

» Kontakt: 0 40/767 538 96, info@kvhb.de, Web: www.kvhb.de

Jennifer Bennett
Kann auch kriechen, 2017 (aus der Reihe „Steht auf allen Seiten“), Bronze.



Ofri Lapid, Ocopa (1) from the original copies series, 2017, Pflanzenfarbe und Schlamm auf Baumwolle, gerahmt.



Katja Aufleger
MONUMENT TO AN UNSTABLE STATE, 2017, Glas, Wachs, Kupfer.



Jennifer Bennett
Noblesse, 2017 (aus der Reihe „Steht auf allen Seiten“) Bronze.



hit-Technopark
Hamburg

Der Partner für
technologieorientierte
Unternehmen

Vermietung Service Beratung

hit-Technopark • Tempowerkring 6 • 21079 Hamburg
T 040 79012-0 • F 040 790 12 344
info@hit-technopark.de • www.hit-technopark.de



Ein Fall für

SCHLARMANN von GEYSO



KOLUMNE

Von **Gunter Troje**,
Fachanwalt für
Arbeitsrecht

Eine Lohn-
erhöhung der
besonderen Art

So langsam erwacht sie auch im Arbeitsrecht: die gesetzliche Verzugspauschale in Höhe von 40 Euro. Die vor einigen Jahren als Sanktion für unzuverlässige Schuldner eingeführte Pauschale ist grundsätzlich von jedem zu zahlen, der mit einer Geldschuld in Verzug gerät. Wird zum Beispiel die Rechnung vom Zahnarzt nicht rechtzeitig bezahlt, kann dieser 40 Euro zusätzlich verlangen. Ob in diesen Genuss auch Arbeitnehmer kommen, die ihren Lohn zu spät erhalten, war und ist bei Richtern und Gelehrten seit Einführung der Pauschale heftig umstritten.

Man stelle sich dazu folgenden Fall vor: Ist nichts anderes vereinbart, muss die monatliche Vergütung gesetzlich jeweils zum Monatsende gezahlt werden. Der Arbeitgeber überweist den Lohn jedoch an alle seine 30 Arbeitnehmer immer erst Anfang des Folgemonats. Nach drei Jahren kündigt er ein Arbeitsverhältnis. Der Arbeitnehmer klagt anschließend nicht nur gegen die Kündigung, sondern verlangt auch noch Zahlung von 1440 Euro, nämlich 36 Verzugspauschalen wegen verspäteter Lohnzahlung. Die übrigen 29 Arbeitnehmer blicken gespannt auf den Ausgang des Verfahrens. Überrascht erfährt der Arbeitgeber im Prozess, dass er mit einer Verurteilung bezüglich sämtlicher Pauschalen rechnen muss, da er sich zweifellos mit allen Lohnzahlungen im Verzug befunden hat. Denn die bislang mit der Streitfrage befassten Landesarbeitsgerichte gehen von einer Anwendbarkeit der Pauschale auch im Arbeitsrecht aus, ohne dass es dabei auf die Höhe der betroffenen Hauptforderung oder die Dauer des Verzuges ankäme. Zudem kann die Pauschale auch mehrfach und nicht etwa nur einmal anfallen.

Will man also ungewollte Lohnerhöhungen vermeiden, sollte man verspätete oder auch unzureichende Lohnzahlungen zumindest genau abwägen, um unangenehme Überraschungen zu vermeiden.

Fragen an den Autor?
troje@schlarmannvongeyso.de



Fototermin in Buchholz: Produktexperte Robin Hahn führt die neue X-Klasse vor.

Fotos: Wolfgang Becker

Der Alleskönner

Premiere bei Tesmer: Die neue X-Klasse ist da – Erstmals präsentiert Mercedes Benz einen Pick-up



1,81 Meter breit ist die X-Klasse: Wer viel transportieren muss, aber auf den hohen Mercedes-Ausstattungsstandard nicht verzichten möchte, sollte sich den neuen Pick-up anschauen.

Mitte September hatte er Premiere auf der IAA in Frankfurt: Dort stellte Mercedes Benz den ersten Pick-up der Unternehmensgeschichte vor – die neue X-Klasse. Die Stuttgarter haben sich dazu Unterstützung von Nissan geholt und auf Basis der langjährigen japanischen Pick-up-Erfahrung einen neuen Mercedes kreiert, den es in dieser Form noch nicht gegeben hat. Warum? „Mit diesem Fahrzeug besetzen wir eine Nische für einen bestimmten Kundenkreis, den wir bislang nicht bedienen konnten“, sagt Klaus-Günther Mohrmann, Geschäftsführer der Hans Tesmer AG & Co. KG. „Das Interesse und die Nachfragen sind da – die X-Klasse ist mit Spannung erwartet worden.“

Arbeit und Freizeit

Sven Wilde, Vertrieb Pkw bei Tesmer in Buxtehude, sagt: „Ich war auf der IAA in Frankfurt dabei – das Interesse war wirklich riesig.“ Mittlerweile hat die Markteinführung stattgefunden – der Neue ist also zu haben. Und kann auch Probe gefahren werden. Zurzeit wird der bullige Pick-up mit zwei Vier-Zylinder-Dieselmotoren (163 und 190 PS) sowie mit und ohne Allrad angeboten. Der Antriebsstrang stammt von Nissan, alles andere von Mercedes. Wilde: „Das ist ein komplett neues Fahrzeug. Und auf jeden Fall ein Mercedes.“ Wer auch einen Mercedes-Motor haben möchte, muss sich noch ein wenig

gedulden. Im kommenden Jahr soll die X-Klasse auch mit einem Zwei-Liter-Motor (OM 654) sowie dem dann relaunchten 350-D-Sechszylinder ausgestattet werden. Trotzdem die Frage, wie es um die Zielgruppe steht. Dazu sagt Mohrmann: „Das ist ein Fahrzeug, das beispielsweise auch für einen Handwerksbetrieb geeignet ist. Der Viertürer kann bequem vier Leute aufnehmen und hat noch dazu eine Ladefläche, um Material zu transportieren. Wir bieten den Pick-up deshalb über unsere Nutzfahrzeug-Sparte an.“ Und über die Pkw-Sparte, denn die X-Klasse kann beides: robust arbeiten und freizeitmäßig beeindruckend. Wilde: „Mit dem Auto kann ich auf eine Baustelle fahren, vor der Elbphilharmonie vorfahren, meinen Freizeitaktivitäten nachgehen und Spaß im Gelände haben. Das ist ein Alleskönner.“ Also ein Fahrzeug für Individualisten, wie Mohrmann sagt. „Es gibt zweifellos einen extrem starken Trend zur Individualisierung im Kfz-Bereich. Mit diesem Auto fügen wir einen weiteren Baustein hinzu.“

Die Maße sind indes nichts für kleine Parkplätze: Die X-Klasse ist 5,34 Meter lang und 1,81 Meter breit. Der Fahrer sitzt hoch und hat für den Einstieg eine integrierte Trittleiste (auch für die Fondspassagiere). Für die Ladefläche werden verschiedene Aufbauvarianten angeboten – je nach Nutzung. Der Einstiegspreis liegt bei 37 900 Euro. Für die Power-Edition werden rund 47 000 Euro berechnet. wb

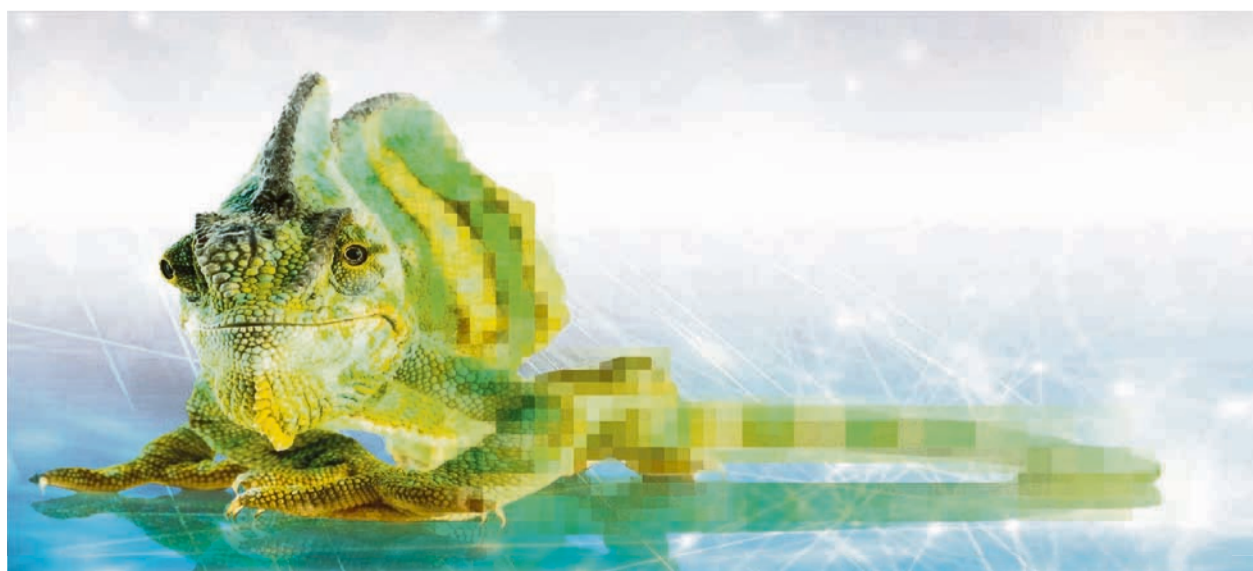
Web: www.tesmer.de

In Lüneburg: IHK-Weiterbildung zum Wirtschaftsfachwirt

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg bietet im kommenden Jahr eine Weiterbildung zum Geprüften Wirtschaftsfachwirt in Lüneburg an. Der Lehrgang startet am 19. Februar 2018 und endet am 30. November 2019. Der Unterricht findet montags und mittwochs, jeweils von 17.30 bis 20.45 Uhr, ab 2019 gelegentlich samstags, in der IHK, Am Sande 1, statt.

Wirtschaftsfachwirte arbeiten in allen Branchen und übernehmen anspruchsvolle kaufmännische Tätigkeiten im mittleren Management. Die Lehrgangsinhalte sind nicht auf einen bestimmten Wirtschaftszweig bezogen, sondern vereinigen Kompetenzen aus Handel, Dienstleistung und Industrie. Über das Aufstiegs-BAföG oder das Förderprogramm „Weiterbildung in Niedersachsen“ der NBank kann der Lehrgang gefördert werden.

Wer sich erweiterte kaufmännische Fertigkeiten, Kenntnisse rechtlicher Zusammenhänge und vertieftes betriebswirtschaftliches Fachwissen aneignen will, sollte sich bis zum 12. Januar anmelden bei IHK-Lehrgangsorganisatorin Isabel Gerber, Telefon 0 41 31/742-154, gerber@lueneburg.ihk.de, oder online unter www.ihk-lueneburg.de. Einfach die Nummer 15163069 in das Suchfeld auf der Startseite eingeben.



ARTIE
REGIONALES NETZWERK FÜR TECHNOLOGIE,
INNOVATION UND ENTWICKLUNG

ARTIE – Bündnis für eine innovationsorientierte Wirtschaftsförderung in Nord-Ost-Niedersachsen

Den neuen Imagefilm der ARTIE finden Sie unter
<https://www.youtube.com/watch?v=re646Qcz8cQ>
oder scannen Sie den QR-Code.



DIE ARTIE

1999 auf Initiative der Landschaft der Herzogtümer Bremen und Verden gegründet, steht die ARTIE, das Regionale Netzwerk für Technologie, Innovation und Entwicklung, mit aktuell 10 Mitgliedslandkreisen, drei Städten und einer Samtgemeinde für erfolgreiche interkommunale Kooperation. Die Koordinierung des Netzwerkverbundes erfolgt durch den Landkreis Osterholz. Die innerhalb der ARTIE verbundenen Partner verstehen sich als regionales Netzwerk zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen in der Region. Bereits seit 2006 ist das Transferzentrum Elbe-Weser (TZEW) mit der Umsetzung dieser Aufgabe beauftragt. Als neutrale Einrichtung übernimmt das TZEW die Verzahnung zwischen den Unternehmen der Region, Hochschulen und Forschungseinrichtungen.



Die Medienpartner von Business & People





Der Blick in das Zentrallager der Voß Edelstahlhandel GmbH & Co. KG in Neu Wulmstorf: Das Unternehmen ist Vorreiter im Online-Handel.

Foto: Voß

So geht digital

Progressive Zeiten machen auch vor konservativen Branchen nicht Halt. Der Handel mit Stahl gehört sicherlich zu den wirtschaftlichen Aktivitäten, die zurzeit noch eher traditionell abgewickelt werden – wäre da nicht zum Beispiel die Voß Edelstahlhandel GmbH & Co. KG in Neu Wulmstorf, die zu den wenigen Stahlhandelsbetrieben gehört, die ihre Ware im Online-Shop anbieten. Voß gilt damit als Vorreiter und „Online-Innovator“, wie es in einer Fallstudie des AGA Unternehmensverbands unter dem Titel „Geht Stahlhandel auch online?“ heißt. Beim 7. Norddeutschen Großhandelstag wurde der Fall Voß auf dem Podium mit Henrik Steffen und Sven Tietje diskutiert. Beide sind Gesellschafter des Harburger Unternehmens top concepts, das den Online-Shop für Voß und viele weitere namhafte Kunden konzipiert und realisiert hat. Voß wurde mit diesem Schritt zum Vorreiter der Branche und ist zugleich ein Beispiel dafür, dass der Online-Handel auch in unerwartete Wirtschaftszweige vorstößt.

Henrik Steffen gründete top concepts 1996 und beschäftigt heute 20 Spezialisten, von denen 16 im Channel-Tower (Harburger Binnenhafen) arbeiten, vier weitere in Warschau. Dort wird vor allem programmiert. Mittlerweile fokussiert sich top concepts stark auf Kunden im Bereich Groß- und Außenhandel. 2009 wurde für den Neu Wulmstorf Elektrogroßhandel Zajadacz die Online-Shop-Lösung angeschoben. Steffen: „Seitdem bauen wir das System ständig aus und halten es auf modernstem Stand. Es liegt in der Natur der Sache, dass wir langfristige Kundenbeziehungen haben.“ Über Zajadacz kam auch der Kontakt mit Voß zustande – beide Firmen sind Nachbarn.

Bestellung per App

Steffen: „Ein Großhandelsunternehmen wie Zajadacz hat etwa 270 000 Artikel im Sortiment. Wir bauten die digitale Architektur, die dafür sorgt, dass der Kunde seine Ware so schnell wie möglich erhält. Neu ist beispielsweise eine App, die der

top concepts baut Online-Shop für Stahlhändler

B&P-GESPRÄCH Henrik Steffen über Chancen und Herausforderungen im Groß- und Außenhandel



Henrik Steffen ist geschäftsführender Gesellschafter von top concepts und gefragter Experte im Handel.

Foto: top concepts

Handwerker auf seinem iPhone haben kann. Er kann dann auf der Baustelle beispielsweise den Barcode eines leer aufgefundenen Kartons scannen und sofort nachbestellen. Das erspart Wege und Zeit.“ Eine besondere Herausforderung beim Konzipieren der Online-Plattform sei zudem die Hinterlegung kundenspezifischer Preise. Überhaupt ist die Preisauszeichnung einer so großen Zahl von Artikeln ein besonderes Thema, da hier ständige Marktbewegungen für Veränderung sorgen. Das Preisgerüst ist nicht statisch, sondern wie ein lebender Organismus zu betrachten.

Steffen: „Den Voß-Online-Shop gibt es mittlerweile in sechs Sprachen. Wir haben hier sogar Bestellvorgänge mit Markierfunktionen hinterlegt, die es dem Kunden ermöglichen, individuelle Artikelnummern zu vergeben – ein Vorteil für die eigene Auftragsabwicklung.“ Und der Stahl-Shop kann noch etwas anderes: Er erstellt auto-

matistisch schematische Skizzen der Produkte anhand der hinterlegten Attribute, um so die Navigation zum gewünschten Produkt zu erleichtern. Steffen: „Mittlerweile haben wir weitere Kunden aus dem Stahlbereich gewonnen – allerdings eher aus Süddeutschland. Grundsätzlich gilt bei uns Exklusivität, denn wir bekommen durch unsere Arbeit tiefe Einblicke in die Unternehmen.“

Das System denkt mit

Was im digitalen Handel heute technisch möglich ist, zeigt auch das Beispiel Mager

& Wedemeyer, einem Ersatzteilhändler aus Oytten, der sich auf Bau- und Landmaschinen spezialisiert hat und 3,5 Millionen (!) verschiedene Artikel anbietet. Steffen: „Im Online-Shop haben wir eine interessante Suchfunktion hinterlegt. Wer seinen Fendt-Traktor warten muss, gibt nur das Fabrikat ein – der Shop schlägt dann alle Teile vor, die für die Wartung nötig sind. Das ist ein toller Service und erspart dem Kunden viel Zeit und Recherche.“ Zeitaufwendige Anfragen (Wo ist meine Ware? Wie viel Stück sind auf Lager?) werden automatisiert beantwortet.

top concepts erarbeitet die kundenspezifischen Shop-Lösungen auf einer Oxid-Plattform. Die Freiburger Oxid eSales AG gilt als einer der renommiertesten Anbieter von E-Commerce-Lösungen im deutschsprachigen Raum. Steffen und sein Team übernehmen auch die Schnittstellenanpassungen, damit sich ein Shop in die bereits vorhandenen Kunden-IT-Systeme einpasst. Eine eigene Designabteilung sorgt für individuelle Optik, und der Kunde genießt Exklusivität.

Henrik Steffen reist mittlerweile durch die Republik und hält Fachvorträge beispielsweise für Verbände. Seine Expertise ist gefragt in einem Markt, der sich immer stärker anschiebt, die digitalen Möglichkeiten auszuloten und auch zu nutzen. Ihn treibt ein anderes Thema um: „Wir haben zwar keine Vertriebsprobleme – der Flaschenhals ist aber auf dem Arbeitsmarkt zu finden. Es gibt einfach kaum Web-Developer. ‚Was mit Medien machen‘ wollen viele junge Leute, aber wir programmieren halt keine Computer-Spiele. Was wir machen, ist anspruchsvoll und abwechslungsreich, aber nur wenige haben eine konkrete Vorstellung davon, was wir eigentlich genau tun. Wir bilden mittlerweile selbst aus, sind auf Nachwuchs-Börsen unterwegs und suchen Mitarbeiter – vor allem Entwickler, aber auch Fachinformatiker und Mediengestalter.“ wb

» Web: www.topconcepts.de, Die Fallstudie zum Thema Stahlhandel finden Sie unter topconcepts.de/aga16

Stationärer Handel wird digitaler

Laut IHK-Umfrage nutzen Geschäfte zunehmend Online-Kanäle

„Der lokale Einzelhandel hat erkannt, wie wichtig es ist, sich weiterzuentwickeln, um bei der Online-Konkurrenz nicht das Nachsehen zu haben“, sagt Harald Kätker. Der Handelsexperte der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg zieht damit das Fazit aus einer Untersuchung, die sechs niedersächsische IHKs, darunter die IHK Lüneburg-Wolfsburg, bei der Universität Regensburg in Auftrag gegeben haben. Fast 600 Unternehmer, überwiegend aus dem inhabergeführten stationären Handel, haben sich beteiligt. „Die Ergebnisse zeigen, dass die Marktmacht von großen Online-Anbietern und digitalen Marktplätzen steigt und dass die veränderten Kundenanforderungen den stationären Einzelhandel stark beeinflussen.“, sagt Kätker.

So hat die Digitalisierung nicht nur das Einkaufsverhalten verändert, sondern auch ein Umdenken der Einzelhändler ausgelöst: Diese setzen neben dem Ausbau von Online-Marketing und -Services, die das stationäre Geschäft mit dem Internet verbinden, auch im Ladengeschäft auf zusätzliche Angebote wie Seminare oder Events. „Langfristig werden die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen“, bilanziert Kätker. Das sehen 83 Prozent der Umfrageteilnehmer so.

Das sind die Pläne

Der Erhebung zufolge planen 39 Prozent digitale Services, über die Kunden Produkte online reservieren können, um die Ware dann im Geschäft abzuholen. 37 Prozent der Händler wollen auf Click-and-Collect setzen, also online kaufen und im Geschäft abholen. Weitere 29 Prozent der Befragten bieten die Möglichkeit, die Verfügbarkeit von Waren online abzufragen. Kostenfreies WLAN für die Kunden gibt es bei einem Drittel der befragten Händler (34 Prozent). Und 72 Prozent der Betriebe verfügen mit einem elektronischen Warenwirtschaftssystem bereits grundsätzlich über die wichtigste Voraussetzung für produktbezogene Online-Services. Die Umsetzung scheitert allerdings gerade bei kleinen Händlern an fehlenden Zeit- und Personalbudgets (52 Prozent), den Anforderungen der IT-Sicherheit (38 Prozent) oder am Geld (36 Prozent) und am fehlenden Know-how (35 Prozent). Viele Händler haben sich deshalb bisher auf Marketing-Aktivitäten fokussiert: 63 Prozent nutzen Facebook für Kundenkommunikation und Marketing, 60 Prozent verfügen über eine eigene Homepage ohne Verkaufsfunktion und 35 Prozent sprechen ihre Kunden per E-Mail-Marketing und Newsletter an.

» Web: Die vollständige Studie „Der deutsche Einzelhandel 2017 – Sonderauswertung für die IHKs aus Niedersachsen“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ihk-lueneburg.de/handelsstudie



Mit uns haben Sie Zugang zu Hamburgs Gewerbeimmobilien.

Sie wollen sich innerhalb der Metropolregion Hamburg verändern? Hier suchen Sie den optimalen Standort für Ihre Geschäftsprozesse? Dann nutzen Sie uns als Türöffner zu Ihrer idealen Gewerbeimmobilie. In Hamburg zuhause und weltweit vernetzt erstellen wir gemeinsam mit Ihnen ein optimales Anforderungsprofil und entwickeln nachhaltige Lösungen für Sie. Rufen Sie uns an.

Engel & Völkers Gewerbe GmbH & Co. KG · Hamburg
Telefon 040-36 88 10 200 · HamburgCommercial@engelvoelkers.com
www.engelvoelkers.com/hamburgcommercial · Immobilienmakler

ENGEL & VÖLKERS
COMMERCIAL



„mit UNS digital . . .“

Premiere bei der WLH: Erster Themen-Tag im ISI Buchholz



Hans-Georg Conrady, Vorstand des Machining Innovations Network, hier mit Anne Schneider von der WLH, befasste sich in seinem Keynote-Vortrag mit dem Thema Industrie 4.0.

Foto: WLH



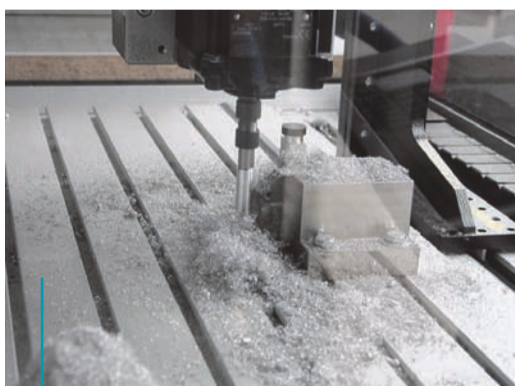
Machte Station in Buchholz: Die Roadshow des Mittelstand-4.0-Kompetenzzentrums Hannover, eines von bundesweit 17 Zentren, ist quasi eine mobile digitale Fabrik im Bus-Format.

Foto: WLH



André Heinke erläuterte interessierten Besuchern die digital gesteuerten Prozesse, die in diesem Fall zur individuellen Produktion eines Kugelschreibers führten: „Wir wollen kleine und mittelständische Unternehmen mit der Welt der Digitalisierung bekannt machen.“

Foto: Wolfgang Becker



Mini-Produktion im Bus: Vollautomatisch brennt der Laser eine Signatur in die Stifthülse. Auch variable Muster am Griffstück lassen sich digital gesteuert herstellen.

Wer die Augen vor der Digitalisierung verschließt, wird schneller den Anschluss verlieren, als er vielleicht heute vermutet.“ – Anne Schneider, Projektleiterin Innovation bei der Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg GmbH (WLH), verband den Auftakt zum Themen-Tag rund um Digitalisierung mit einem Aufruf an die Unternehmen und Gäste: „Nutzen Sie die Chance, den digitalen Wandel aktiv mitzugestalten, statt abzuwarten.“

Unter dem Motto „mit uns digital“ bot die Veranstaltung im ISI-Zentrum für Gründung, Business und Innovation Buchholz vielfältige Möglichkeiten, sich praxisnah über digitale Innovationen und Lösungen für Unternehmen zu informieren und branchenübergreifend zu Netzwerken.

So machte zum Beispiel die „mobile Fabrik“ des Mittelstand-4.0-Kompetenzzentrums Hannover mit einem Roadshow-Bus Station vor dem ISI-Zentrum. Am Beispiel einer voll automatisierten Fertigungskette von der Auftragsidentifikation bis zur Montage – in diesem Fall eines Kugelschreibers – führte die interaktive Ausstellung vor, wie sich Produkte mit modernsten Methoden effizient und individualisiert herstellen lassen.

Keynotebeitrag: Schöne neue Industrie-4.0-Welt

Begleitend dazu gab Hans-Georg Conrady, Vorstand des Machining Innovations Network, in einem Keynote-Vortrag Impulse für Unternehmen, die sich angesichts des technischen, wirtschaftlichen, politischen und demografischen Wandels neu ausrichten und sich dem Thema Industrie 4.0 zuwenden müssen. „Schöne neue Industrie-4.0-Welt. Aber wie bekomme ich sie in mein Unternehmen?“ lautete der Titel des Vortrags.

Auch innovative und technologieorientierte Unternehmen aus dem ISI-Zentrum für Gründung, Business und Innovation öffneten ihre Türen und boten Vorträge, Vorführungen und Beratungen an. „Der Themen-Tag hat ein Bild davon vermittelt, wie weitreichend die unterschiedlichsten Branchen von der Digitalisierung erfasst werden“, zog Projektleiterin Anne Schneider ihr Resümee. „Wir werden als Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg auch in Zukunft Angebote machen, die Unternehmen dabei unterstützen, den digitalen Wandel zu meistern.“

» Web: www.wlh.eu,
www.mitunsdigital.de

Digitale Wegbereiter: Zwei Beispiele aus dem hit-Technopark



Erst seit fünf bis acht Jahren ist es durch Satelliten-Kommunikation überhaupt möglich, Daten für die Schiffe auf den Weltmeeren zu übermitteln.

IT-Service für Containerriesen und Supertanker

ITE Information Technology Engineering im hit-Technopark: Frank Eggert hat eine maritime Nische gefunden

Frank Eggert war in seinem ersten Leben Diplom-Ingenieur für Schiffselektrotechnik und 25 Jahre lang bei einer Tankerreederei als Superintendent tätig. Als sich vor wenigen Jahren eine technische Revolution durchsetzte, mit der Schiffe sowie deren Reedereien auf den Weltmeeren durch moderne Satellitenkommunikation mit Daten in Echtzeit versorgt werden konnten, gründete

Frank Eggert seine eigene Firma und spezialisierte sich auf diese Nische. Heute ist er geschäftsführender Gesellschafter der Information Technology Engineering GmbH im hit-Technopark. Mit seiner Firma stattet er Reedereien, Schiffseigner und Schiffsmanager mit IT-Lösungen und Dienstleistungen aus. Zusammen mit seinem Team aus 14 Mitarbeitern – darunter Informatiker, Fachin-

formatiker, Elektrotechniker, IT-Spezialisten und Anwendungsentwickler – sorgt er dafür, dass inzwischen mehr als 200 Containerriesen oder Supertanker dank eigener Hard- und Softwarelösungen störungsfrei ihre Waren durch die ganze Welt transportieren.

„Die Reedereien haben durch schwierige Marktbedingungen und aufgrund von kürzeren Schiffslebenszyklen einen enormen Kostendruck und sind zu maximaler Effizienz und Transparenz gezwungen“, sagt Frank Eggert. Seine Lösungen helfen durch präventives Arbeiten sowie Monitoring und Analysen, die IT-Systeme an Bord langfristig und störungsfrei zu betreiben, ohne dass der Kunde sich mit dem Betrieb dieser komplexen Systeme auseinandersetzen muss. Neben den IT-Services und der Hilfe bei technischen Problemen im Bereich Elektrotechnik entwickelt die ITE auch eigene Produkte, um den immer komplexeren Schiffsbetrieb effektiver und sicherer zu machen. „Nur mit fachspezifischem Branchen-Know-how im Bereich der Schiffsbetriebstechnik ist es möglich, erfolgreiche Lösungen für den maritimen Markt zu entwickeln“, grenzt sich Eggert gegen die Konkurrenz ab. „Den Bereich Office IT können andere machen.“



Alles Tablet oder was: Die „Papierflut“ kommt heute als Datenflut auf die mobilen Rechner der Politiker.

Politiker brauchen kein Papier mehr . . .

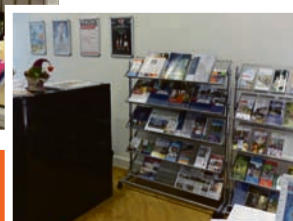
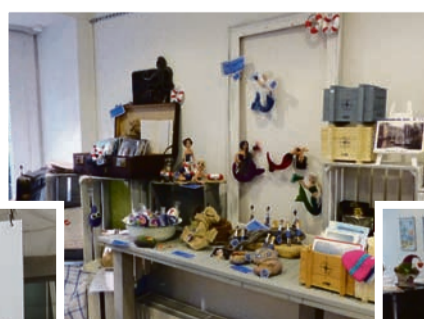
CC e-gov GmbH: Eigene Software für mehr als 600 Kommunen

Wenn die Verwaltung die Politiker für die nächste Kreistagsitzung einlädt, kommen leicht bis zu 1000 Seiten Papier zusammen – pro Gremienmitglied. Kurt Hüh-

nerfuß und Andreas Dyck, beide Geschäftsführer der CC e-gov GmbH im hit-Technopark, arbeiten mit ihrem zurzeit 41-köpfigen Team seit Jahren daran, dass die Gremien auf den Wust von Pa-

pier verzichten. Ein erster „Leuchtturm“ war bereits 2006 der Landkreis Harburg, seinerzeit arbeitete man noch mit Notebooks. Viele andere Verwaltungen zogen in den Folgejahren nach. Hühnerfuß: „Mit der Einführung der Tablet-PCs kam Schwung in die Sache, die Akzeptanz stieg damit sprunghaft an.“ Anstatt einer Papierflut erhält jeder Ratsherr jetzt einen Tablet-PC mit der ALLRIS-App. Mit dem Gremieninformationssystem der CC e-gov GmbH arbeiten bundesweit mehr als 600 öffentliche Verwaltungen jeder Größenordnung.

Unter den Anwendern sind aber nicht nur Kommunen und Städte – darunter Berlin und Hamburg –, sondern auch Kirchenverwaltungen und Universitäten. Soeben hat sich mit der Deutschen Rente ein weiterer Großkunde für ALLRIS entschieden. Auch im zweiten Produktbereich DMS/ECM steht mit der Umstellung auf die E-Akte ab 2020 ein Paradigmenwechsel für den Bereich der öffentlichen Verwaltung an.



HARBURG-INFO

Besuchen Sie uns
in der Hölertwiete 6
Mo. bis Fr. 10 bis 16 Uhr

NIT

„Hamburger Wirtschaftsdialog“ geht in die zweite Runde

INTERVIEW MIT NIT-CEO

Verena Fritzsche betont die gesellschaftlichen Aspekte der Digitalisierung

Seit Jahresbeginn veranstaltet das NIT Northern Institute of Technology Management einmal pro Quartal den „Hamburger Wirtschaftsdialog“. Dazu lädt das NIT regelmäßig Geschäftsführer und Unternehmer aus mittelständischen Unternehmen zum Austausch über aktuelle Themen wie Industrie 4.0, Digitalisierung, neue Geschäftsfelder und Arbeitswelten der Zukunft ein. Bei den Veranstaltungen geben Referenten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Start-ups Impulse. Drei Diskussionsrunden haben bereits stattgefunden, weitere sind für das kommende Jahr geplant. Verena Fritzsche, CEO am NIT, zieht im Gespräch mit B&P Zwischenbilanz.

Die steigende Zahl der Besucher belegt den Erfolg der Veranstaltungsreihe. Beim ersten Wirtschaftsdialog im NIT auf dem Campus der Technischen Universität in Harburg war die Teilnehmermerrunde noch sehr überschaubar. Beim zweiten Treffen in einem Eimsbütteler Buchladen platzte das kleine Lokal aus allen Nähten. Und im Herbst haben Sie sogar fast den Moot Court der Bucerius Law School füllen können. Wie erklären Sie sich das rasch wachsende Interesse?

Das NIT hat mit dem Thema „Veränderung der Gesellschaft durch die Digitalisierung“ den Nerv der Zeit getroffen. Themen wie Cyber-Security, Agilität, Robotisierung und Start-ups sind in aller Munde. Dennoch herrscht in allen Themenfeldern eine große Unsicherheit. Was passiert da genau? Ist künstliche Intelligenz eine Bedrohung? In welchem Ausmaß bin ich persönlich und ist mein Unternehmen davon betroffen? Mit dem interaktiven Format in unterschiedlichen Locations überzeugen wir Teilnehmer, wiederzukommen und ihren Bekannten davon zu erzählen. So wächst der Kreis der Interessenten von Abend zu Abend.

Nun ist das Feld der Digitalisierung ja sehr breit. Wie kristallisieren Sie die einzelnen Themen heraus, die zur Diskussion gestellt werden?

Wir wollen verschiedene Facetten des Themas beleuchten. Allerdings weniger aus einer technischen Sicht, sondern eher aus einer gesellschaftlichen Perspektive heraus. Was verändert sich durch die Digitalisierung für die Menschen, für Führungskräfte und für die Unternehmenskultur? Bei den Diskussionen landen wir schnell auch bei ethischen Fragestellungen. Zusätzlich suchen wir uns immer spannende Partner, mit denen wir verschiedene Aspekte der Digitalisierung veranschaulichen. Beim letzten Abend kooperierten wir mit dem Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), welches ein Buch zum Thema Digital Leadership veröffentlicht hat.



Digitalisierung ist längst Chefsache . . .

Als Markus Klimmer 2015 Führungskräfte zum Thema Digitalisierung interviewen wollte, verwies ihn jeder fünfte an den technikverantwortlichen CIO. Heute, zwei Jahre später, ist den allermeisten Unternehmern klar, dass sie um dieses Thema nicht herumkommen. Die Digitalisierung hat einen massiven Einfluss auf die Arbeitswelt und ist längst Chefsache. Darum ging es beim 3. Hamburger Wirtschaftsdialog, dieses Mal in den Räumen der Bucerius School of Law. Die Akteure (von links): Doreen Nowotne, Unternehmensberaterin auf den Gebieten Corporate Development, M&A und Finanzen; Dr. Markus Klimmer, Autor des Buches „#DigitalLeadership - Wie Top-Manager in Deutschland den Wandel gestalten“, bis 2016 als Managing Director bei der Accenture GmbH tätig, zuvor als Wirtschaftsberater des damaligen Bundesaußenministers und Vizekanzlers Dr. Frank-Walter Steinmeier aktiv; Verena Fritzsche, CEO NIT; Moderator Markus Kammer, Direktor DIVSI, Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet; Svenja Teichmann, Gründerin und Geschäftsführerin der crowdmedia GmbH, einer digitalen Beratungsagentur für Content- und Online-Marketing; Dr. Johann Bizer, Vorstandsmitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft der kommunalen IT-Dienstleister Vitako sowie Vorsitzender des Dataport-Vorstands.

Foto: Martina Berliner

Bei den Wirtschaftsdialogen entsteht der Eindruck, dass die Initiative zur Gestaltung des Wirtschaftsdialogs nicht nur vom NIT ausgeht, sondern dass Experten zunehmend auch ihrerseits auf Sie zugehen, um Kooperation anzubieten.

Ja, das ist richtig. Das NIT bekommt vermehrt Anfragen von Digitalisierungsexperten, die das Event gemeinsam mit uns gestalten wollen. Dazu gehören Vertreter aus Instituten, Unternehmen und Beratungen. Die nächste Veranstaltung wird in Kooperation mit dem Medienhaus Gruner + Jahr und deren Start-up AppLike im Schanzenviertel stattfinden. Das Thema lautet: „Der Zauber von Start-ups – warum sich Konzerne um Gründer reißen“ (Ort und Termin stehen noch nicht fest, d. Red.).

Wie sieht die Planung für das kommende Jahr aus? Wie wird es bezüglich des Hamburger Wirtschaftsdialogs weitergehen?

Die Veranstaltungsreihe wird auch künftig einmal im Quartal in attraktiven Locations in Hamburg stattfinden. Geplante Themen sind die Kommunikation digitaler Transformationsprozesse, die Entwicklung von smarten Geschäftsmodellen und der Gegensatz von künstlicher Intelligenz und menschlicher Intuition. Das NIT sucht spannende Kooperationspartner – melden Sie sich bei Interesse gern bei uns.

Web: <https://www.nithh.de/de/thinktank/hamburger-wirtschaftsdialog/>

Amazon zieht in den Hamburger Hafen

Ansiedlung auf der Peute: Goodman baut ein Verteilzentrum für den US-Online-Handelsriesen – Bis zu 220 neue Jobs signalisiert

Der US-Online-Handelsriese Amazon baut seine Infrastruktur in Deutschland weiter aus und wird deshalb im Hamburger Hafen ein Paketverteilzentrum für Kunden im Hamburger Stadtraum und südlich der Elbe errichten. Der Standort wird Teil des europäischen Liefernetzwerks. Die Hamburg Port Authority (HPA) und die städtische Wirtschaftsförderung Hamburg Invest (ehemals HWF) hatten gemeinsam nach einer Lösung gesucht, um das internationale Unternehmen nach Hamburg zu holen. Rund 18 000 Quadratmeter an der Peutestraße werden demnächst als Standort für Amazon bereitgestellt. Geplant ist der Bau eines Verteilzentrums mit bis zu 220 Mitarbeitern.

Wirtschaftssenator Frank Horch freut sich über diesen Erfolg: „Ziel unserer Hafenentwicklung ist es, Ladung durch die Erhöhung der Wertschöpfungsintensität innerhalb der Lieferkette stärker an den Standort zu binden. Schon in unserem Hafenentwicklungsplan haben wir gesagt, dass das sowohl durch industrielle Ansiedlungen als auch durch eine größere Wertschöpfungstiefe logistischer Dienstleistungen geschehen kann. Die Ansiedlung von Amazon ist ein hervorragendes Beispiel dafür.“

Das Unternehmen Goodman, ein global führender Eigentümer, Entwickler und Verwalter von Logistikimmobilien, realisiert das 1,8 Hektar große Logistikzentrum im Hamburger Hafen. „Das Areal auf der Peute bietet großes Potenzial für die urbane Logistik in Hamburg“, sagt Christof Prange, Entwicklungschef von Goodman in Deutschland. „Durch den direkten Anschluss an die Elbbrücke ist die Lage des neuen Logistikzentrums für schnellstmögliche Zulieferungen an den Endkunden prädestiniert. Der Standort ist daher eine sinnvolle Erweiterung unseres Portfolios in Hamburg.“

www.fintech-hamburg.com

Neues Informationsportal für Fintechs in Hamburg

Auf der neuen Webseite www.fintech-hamburg.com informiert der Finanzplatz Hamburg e.V. über den Fintech-Standort Hamburg. „Unsere Hansestadt gehört mit aktuell 41 Start-ups in der Finanzwirtschaft schon lange zu den bundesweit innovativen und attraktiven Standorten“, sagt Dr. Reiner Brüggelstrat, stellvertretender Vorsitzender des Finanzplatz Hamburg e.V. „Mit dem neuen Internetportal geben wir den Fintechs in Hamburg eine neue digitale Heimat, um sich zu präsentieren und zu kommunizieren.“ Die Webseite wurde bei der Fintech Lounge #4 im Rahmen der Fintech-Week Hamburg vorgestellt. Ein Angebot ist der erste Hamburg-spezifische Newsletter „Fintech Hamburg Monthly“, der das Geschehen in der Szene komprimiert darstellt. Für Fintechs und etablierte Finanzunternehmen steht zudem ein „Fintech-Lotse“ bereit, der Kontakte und Kooperationen vermittelt.

Der Finanzplatz Hamburg e.V. ist ein Zusammenschluss von rund 120 Unternehmen und Institutionen der Finanz- und Versicherungswirtschaft sowie von Wissenschaft und Verbänden in der Metropolregion Hamburg. Der Verein setzt sich für eine Stärkung des Finanzstandortes ein. Erklärtes Ziel ist es, die Vernetzung innerhalb der Finanzbranche, aber auch mit Unternehmen anderer Branchen sowie mit Institutionen aus dem Bereich Bildung und Wissenschaft zu stärken.

E-COMMERCE IM GROSSHANDEL

Online-Shops im B2B-Handel

Experten-Know-How und Beratung

Prozesse, Schnittstellen und Entwicklung

„Wir begeistern unsere Kunden durch digitale Innovationen“

Michael Barz, Leiter Marketing der Adalbert Zajadacz GmbH & Co. KG

Wir suchen
Web-Developer
Grafiker
PHP-Programmierer
Sys-Admin
(m/w)

Bewirb dich jetzt!

top concepts
e-commerce with passion

www.topconcepts.de

BUSINESS & PEOPLE IST MEDIENPARTNER DES ARTIE FACHKONGRESSES 2017 – UNTERSTÜTZT DURCH



Er steht am Anfang

Sebastian Vossmann geht erste Schritte in Richtung Digitalisierung

B&P VOR ORT So will die Scherenmanufaktur Paul in Harsefeld auf dem Weltmarkt bestehen – TZEW und ARTIE unterstützen und beraten

Wer an Scheren denkt, denkt an Solingen. Aber auf keinen Fall an Harsefeld. Genau genommen denkt so gut wie niemand an den Ort auf der Stader Geest, denn es ist kaum bekannt, dass hier Deutschlands mit Abstand größter Scherenhersteller seinen Sitz hat. Die Scherenmanufaktur Paul wurde zwar 1886 in Solingen gegründet, produziert aber seit fast 70 Jahren in Niedersachsen für Kunden in etwa 80 Ländern bis zu 10000 Scheren – pro Tag. Sebastian Vossmann, ursprünglich Unternehmensberater, übernahm das Industrieunternehmen 2010 und steht als geschäftsführender Gesellschafter nun vor großen Herausforderungen: Wenn die Manufaktur wettbewerbsfähig bleiben will, muss grundlegend modernisiert, das heißt automatisiert werden. Für Vossmann ist das der erste Schritt in Richtung Digitalisierung. Unterstützt wird er dabei von den Beratern des TZEW und des ARTIE-Netzwerks.

Ein Großteil der mehr als 60 Schleifmaschinen in der Produktionshalle ist schon recht betagt. Vossmann: „Die Maschinen sind zum Teil 30 Jahre alt, aber sie sind robust und können leicht repariert werden. Trotzdem sind für den Bau beispielsweise einer Küchenschere 62 einzelne Arbeitsschritte nötig – bei den geringen Margen in einem nicht gerade sehr dynamischen Markt ist das viel zu aufwendig. Vor allem wenn man bedenkt, dass so ein Produkt im Wesentlichen nur aus einer Handvoll Einzelteilen besteht.“

Neuer Kollege in Trumpf-Orange

Dass sich die Handfertigung reduzieren lässt, beweist ein relativ neuer Mitarbeiter in Trumpf-Orange: Der Roboter von ABB greift einen Rohling aus dem Magazin, setzt ihn in die Schleifmaschine, nimmt ihn heraus, wendet ihn und setzt in für einen zweiten Schliff

in eine weitere Schleifeinheit. Anschließend legt er das bearbeitete Teil zurück und holt sich das nächste. Vossmann: „Diese Maschine kann rund um die Uhr arbeiten. Das ist die Zukunft. Eine weitere werden wir im kommenden Jahr aufstellen.“ Der 46-Jährige ist sich bewusst, dass dieser Schritt zwar digitale Anteile hat – beispielsweise in der Steuerung und Sensorik des Roboters –, von den tatsächlichen Möglichkeiten der Digitalisierung ist das jedoch noch weit entfernt. Er sagt: „Eine neue Roboterstation übernimmt fünf bis sieben Arbeitsgänge, die wir heute noch überwiegend per Hand erledigen. Das würde ich noch als Automatisierung bezeichnen. Sobald die Maschinen und die vor- und nachgeschaltete Logistik vernetzt arbeiten, beginnt die Digitalisierung.“ Das Unternehmen beschäftigt derzeit 84 Mitarbeiter, muss den Personaleinsatz aber deutlich reduzieren: „Sonst sind wir in fünf Jahren nicht mehr da“, sagt Vossmann. Der



Das ist die Zukunft: Sebastian Vossmann setzt künftig verstärkt auf den Einsatz von Robotern, die bis zu sieben Arbeitsschritte automatisch erledigen. Künftig wird es um die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine gehen.

Foto: Wolfgang Becker

Markt ist beinhart, und die Billigkonkurrenz aus Asien macht Manufaktur-Unternehmen im Hochlohnland Deutschland zu schaffen. In Deutschland, vor allem in der Region um Solingen, gibt es eine Reihe weiterer Hersteller von Scheren, die aber deutlich kleiner sind als Paul. Vossmann: „Die Schneidwaren-Branche ist aus meiner Sicht sehr konservativ. Da sind zukunftsfähige Impulse nicht zu erwarten.“ Vielleicht ein Indiz dafür, dass die Scherenmanufaktur Paul in Harsefeld in eine gute Zukunft geht, denn Vossmann hat die Zeichen der Zeit erkannt. wb

Sie sind Vorreiter

„Wir entwickeln das zentrale Nervensystem“

B&P GESPRÄCH COO Andreas Böttner und CIO Jan Drömer von EK Automation über agile Prozesse, autonome mobile Roboter und cyber-physische Systeme

Wir lieben, was wir tun!“ Wer eine richtige Dosis Digitalisierung braucht, sollte sich unbedingt einmal mit Andreas Böttner unterhalten. Bei EK Automation in Nenndorf ist er als Chief Operating Officer (COO) für die interne Steuerung und Organisation der gesamten Betriebsprozesse verantwortlich und damit gleich in zweierlei Hinsicht mit der Digitalisierung vertraut – sowohl intern als auch extern, denn das vielfach prämierte Unternehmen EK Automation gilt als das Aushängeschild in Niedersachsen, wenn es um die Umsetzung des oft noch als diffus empfundenen Themas Digitalisierung in traditionellen Unternehmen geht. Auch intern hat EK ausgerüstet und mit CIO Jan Drömer einen IT-Spezialisten an Bord geholt. Ursprünglich wurde EK Automation bekannt durch sogenannte spurgeführte, fahrerlose Transportsysteme – beispielsweise mit Sensoren bestückte Gabelstapler und mobile Plattformen für den automatisierten Warentransport in der Produktions- und Lagerlogistik. Über eine zentrale Steuerung werden die Fahrzeuge in Bewegung gesetzt und manövriert. Böttner: „Das wird sich in der Industrie 4.0 grundlegend verändern. Heute arbeiten wir konkret an autonomen mobilen Transportrobotern. Das heißt: Die Intelligenz wird auf die Fahrzeuge übertragen. Sie finden ihren Wege selbst – autonome Pfadplanung – und leiten selbstständig Handlungen ab. Wir sind hier im Bereich künstlicher Intelligenz und Objekterkennung unterwegs. Das ist die Zukunft.“ Wichtig ist für EK Automation, dass die autonomen Systeme auch dort installiert werden können, wo Menschen arbeiten – auf das sichere und verlässliche Zusammenspiel von Mensch und Maschine kommt es an. Deshalb sind

die mobilen Einheiten gespickt mit Sensoren. Klingt futuristisch, wird aber am Beispiel deutlich: Für die Arla-Molkerei in England entwickelte EK Automation ein System, das handelsübliche Milchflaschen aus Kunststoff nach der Abfüllung und Palettierung aufnimmt und ins Kühlager oder direkt an den (richtigen!) Lkw transportiert. Die Zukunft sieht so aus: Die Roboter suchen sich ihren Weg, wissen aufgrund von Codierungen, wohin die Ladung gebracht werden soll „... und werden künftig nicht nur an die Lkw-Rampe, sondern direkt auf die Ladefläche fahren und die Milch-Palette dort abstellen“, sagt Böttner. Diese hochkomplexe Anwendung müsse allerdings noch als konventionelles zentral gesteuertes System verstanden werden. Die autonome Lkw-Be-

und -Entladung befinde sich derzeit noch im Konzeptstadium.

So kommt die Milch auf den Lkw

Geht die Akku-Ladung zur Neige, lädt sich das Fahrzeug selbstständig auf. Kurz: Die zukünftigen autonomen Transportroboter bewegen sich in einem dynamischen Umfeld wie ein Mensch – sie registrieren Hindernisse, Bewegungen, lesen Anweisungen, halten sich fit (Akku-Ladung) und bringen Dinge selbstständig, verlässlich und industrietauglich immer zielgenauer von A nach B. Durch die Verschmelzung der physischen und digitalen Welt zusammen mit der vollständigen Vernetzung aller am Prozess beteiligten Systeme entlang der gesamten Wertschöpfungskette entstehen sich selbst steuernde sogenannte Cyber-physische Systeme (siehe Stichwort).

Böttner: „Die heutigen Fahrzeugtypen werden wir natürlich weiterentwickeln, um die Möglichkeiten zur Interaktion ständig zu erweitern. Die eigentliche Revolution findet allerdings auf der Software- und Kommunikationsebene statt. Wir entwickeln uns zum zentralen Nervensystem in der Industrie 4.0. Ein Transportroboter weiß beispielsweise auch, wie er mit Brandschutztüren umzugehen hat und wie er den Aufzug benutzt. Unsere Kernkompetenz ist dabei die Verbindung der besten, weltweit verfügbaren, industrietauglichen Technologien und Komponenten zu einem hochverfügbaren Gesamtsystem.“

Virtuelle Fabrikplanung

EK Automation ist auf Intralogistik, also den Transport von Produkten, Bauteilen,



Andreas J. Böttner (links) und Jan Drömer vor einem handelsüblichen Gabelstapler, der gespickt ist mit Sensoren. Je nach Anforderung werden eigene Fahrzeuge entwickelt oder handelsübliche modifiziert und vor allem individuell mit Datenquellen ausgerüstet: Laserscanner, 3-D-Kameras, Wägetechnik, RFID-Scanner, Antennen und vieles mehr.

Foto: Wolfgang Becker

Aus Mechanik, Sensorik und Software schnüren die EK-Spezialisten ein digitales Gesamtpaket bis hin zur Vorhersage von Störungen. Stichwort „Predictive Maintenance“. Drömer: „Die Kunst besteht jetzt darin, Verknüpfungen über die Unternehmensgrenzen hinaus herzustellen und die Systeme zu verbinden. Ich denke, in wenigen Jahren werden wir in Deutschland so weit sein.“ Er ist eigentlich für die interne Digitalisierung bei EK zuständig und sieht das Unternehmen einerseits gut aufgestellt, andererseits gebe es aber auch noch viele Ansätze zur Optimierung – beispielsweise bei den Abläufen und an den Schnittstellen der komplexen Projektplanung. Drömer gehört zu einer Generation, die bereits anders denkt und arbeitet. Er spricht von agilen Prozessen. So werden abseits der formalen und ohnehin flachen Hierarchien im Unternehmen beispielsweise für jedes Projekt die passenden Spezialisten zusammengestellt und zu neuen Teams geformt. Ein absolut kundenorientiertes Handeln, das Mitarbeiter wie Führungskräfte zum Umdenken zwingt – auch hier ist EK Automation laut Drömer und Böttner „weit vorn“. wb

Web: www.ek-automation.de

Stichwort

Cyber-physische Systeme sind Systeme, bei denen informations- und softwaretechnische mit mechanischen Komponenten verbunden sind, wobei Datentransfer und -austausch sowie Kontrolle beziehungsweise Steuerung über eine Infrastruktur wie das Internet in Echtzeit erfolgen. Wesentliche Bestandteile sind mobile und bewegliche Einrichtungen, Geräte und Maschinen (darunter auch Roboter), eingebettete Systeme und vernetzte Gegenstände (Internet der Dinge). In der Industrie 4.0 haben cyber-physische Systeme eine zentrale Funktion.

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon

Hier wird das Autofahren der Zukunft getestet

DEKRA übernimmt den Lausitzring



Hochmodern, aber dennoch sanierungsbedürftig: Der Lausitzring in Brandenburg wird von der Rennstrecke zur Teststrecke für autonomes Fahren umgebaut. Foto: DEKRA

Alle reden vom autonomen Fahren, das deutsche Prüfunternehmen DEKRA macht Ernst: Zum 1. November hat DEKRA den Lausitzring in Klettwitz/Brandenburg von der EuroSpeedway Verwaltungs GmbH übernommen. Zusammen mit dem DEKRA Technology Center (DTC), seit 2003 in unmittelbarer Nachbarschaft zur Rennstrecke, entsteht hier das Innovationszentrum für die Prüfung der Mobilität der Zukunft. Die Übernahme des Lausitzrings und die Zusammenführung mit dem DEKRA Technology Center sind ganz entscheidende Schritte für den Aufbau des Testverbands. In Klettwitz steht der Aufbau von Testanlagen für alle Aspekte des automatisierten Fahrens im Mittelpunkt. Ergänzt wird dies mittelfristig durch das Thema Konnektivität, das innerhalb des DEKRA-Konzerns schwerpunktmäßig am Standort Málaga in Spanien angesiedelt ist. „In den Aufbau dieses Testverbands investieren wir im ersten Schritt insgesamt mehr

Aus der Rennstrecke wird ein Testgelände für autonomes Fahren und die digitale Kommunikation zwischen Fahrzeugen und Infrastruktureinrichtungen

als 30 Millionen Euro“, sagt Stefan Kölbl, Vorsitzender des Vorstands DEKRA e.V. und DEKRA SE. „Die Zukunftsthemen Automatisierung und Konnektivität werden für die Sicherheit der Mobilität immer wichtiger. Wir bieten unseren Kunden aus der Automobilbranche Prüf- und Entwicklungskompetenz für die autonome und vernetzte Mobilität der Zukunft. Die Übernahme des Lausitz-

rings und die Zusammenführung mit dem DEKRA Technology Center sind dafür ganz entscheidende Schritte.“

Am Standort Klettwitz investiert DEKRA einen zweistelligen Millionenbetrag. „Dabei geht es um Strecken und Anlagen, die das umfassende Testen von automatisierten Fahrfunktionen in innerstädtischen und außerstädtischen Umgebungen oder für Autobahnfahrten ermöglichen“, so Clemens Klinke, Mitglied des Vorstands DEKRA SE und verantwortlich für die „Business Unit Automotive“. Im Einzelnen werden zwei Citykurse, ein Überlandkurs sowie eine Autobahnstrecke auf dem bestehenden Test-Oval zur Verfügung stehen, dazu mehrere große Asphaltflächen, die für derartige Tests prädestiniert sind.

Die Infrastruktur wird außerdem alle nötigen Komponenten zur Einbeziehung von Vehicle-to-Vehicle- beziehungsweise Vehicle-to-Infrastructure-Kommunikation (V2V und V2X) beinhalten. „Zur messtechnischen

Ausstattung werden hochmoderne Systeme wie Fahrroboter, selbstfahrende Plattformen, diverse Soft-Targets (weiche Hindernisse, d. Red.) sowie mobile Verkehrsinfrastruktureinrichtungen gehören, mit denen wir kamera-, laser- und radarbasierte Umfelderkennungssysteme prüfen können“, kündigt Klinke an.

Historie

Der Bau einer Rennstrecke im ehemaligen Brandenburger Braunkohletagebau als Ersatz für die AVUS wurde bereits zu DDR-Zeiten favorisiert und wurde in den Fünfjahresplan aus dem Jahr 1986 aufgenommen. Die Öffnung der Berliner Mauer 1989 verzögerte zunächst den Bau, der seitdem aber zusätzlich noch einmal ansteigende Verkehr von der Berliner Innenstadt zum Berliner Ring beschleunigte die Suche nach einer alternativen Rennstrecke im Berliner Großraum. Im Jahr 1998 wurde

das Ende des Rennbetriebes auf der AVUS besiegelt und ein Jahr nach der Abschlussfeier der AVUS 1999 etwa 115 Kilometer südlich von Berlin der Euro-Speedway Lausitz eröffnet. Quelle: Wikipedia

Nach der Übernahme steht das Gelände den DEKRA-Kunden ab Anfang des Jahres 2018 zur Verfügung. Der geplante Ausbau von Strecken und Infrastruktur wird im Lauf des Jahres 2018 im Wesentlichen vollzogen. Im DEKRA Technology Center entstehen in den kommenden Jahren zahlreiche hochwertige Arbeitsplätze. „Der personelle Ausbau erfolgt schrittweise und folgt logisch den Notwendigkeiten zur Prüfung automatisierter Fahrfunktionen“, sagt Volker Noeske, Leiter des DTC. Aktuell sind am Lausitzring 48 Mitarbeiter beschäftigt, inklusive Saisonkräften. Die Planungen sehen vor, dass mittelfristig 70 hochspezialisierte Mitarbeiter hinzukommen werden – zusätzlich zu den bisher knapp 100 Mitarbeitern im DTC.



Ein attraktives Leasingangebot für Businesskunden¹
z. B. Audi A8 50 TDI quattro, tiptronic, 8-stufig*.

Bang & Olufsen Premium Sound System mit 3D Klang, Audi virtual cockpit, Audi phone box, Einparkhilfe plus, LED-Heckleuchten mit dynamischem Blinklicht, MMI Navigation plus mit MMI touch response, Sitzheizung vorn und hinten, u.v.m.

Monatliche Leasingrate

€ 669,-

Alle Werte zzgl. MwSt.

Leistung: 210 kW (285 PS)
Sonderzahlung: € 1.680,-
Jährliche Fahrleistung: 10.000 km
Vertragslaufzeit: 36 Monate
Monatliche Leasingrate: € 669,-

Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Straße 57, 38112 Braunschweig. Bonität vorausgesetzt. Überführungskosten werden separat berechnet.

* Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 6,5; außerorts 5,5; kombiniert 5,8; CO₂-Emissionen g/km: kombiniert 152; Effizienzklasse A. Angaben zu den Kraftstoffverbräuchen und CO₂-Emissionen sowie Effizienzklassen bei Spannbreiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz.

Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.

¹ Angebot gilt nur für Kunden, die zum Zeitpunkt der Bestellung bereits sechs Monate als Gewerbetreibender (ohne gültigen Konzern-Großkundenvertrag bzw. die in keinem gültigen Großkundenvertrag bestellberechtigt sind), selbstständiger Freiberufler, selbstständiger Land- und Forstwirt oder in einer Genossenschaft aktiv sind. Bei der vom Kunden ausgeführten Tätigkeit muss es sich um seine Haupteinnahmequelle handeln.

Ab jetzt bestellbar.

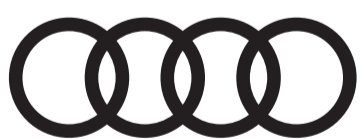
Kuhn+Witte
Ihr Vertrauen ist unser Antrieb

Autohaus Kuhn & Witte GmbH & Co. KG

Allerbeekring 2 - 12, 21266 Jesteburg
Tel.: 0 41 83 / 9 33-0
info@kuhn-witte.de, www.kuhn-witte-audi.de

Kuhn & Witte Buchholz GmbH & Co. KG

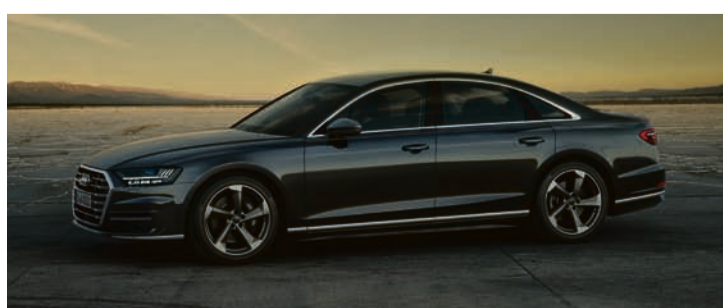
Lüneburger Str. 9, 21244 Buchholz
Tel.: 0 41 81 / 90 80-0
info.buchholz@kuhn-witte.de



Braucht ein Büro noch eine Adresse?

Der neue Audi A8.

Braucht man überhaupt noch ein Büro? Nicht mit dem neuen Audi A8. Durch die beiden herausnehmbaren Audi Tablets (optional) können Sie Apps aufrufen, Videokonferenzen abhalten, E-Mails bearbeiten und natürlich telefonieren. Steigen Sie ein in Ihre neuen Geschäftsräume – jetzt bei uns im Autohaus. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!





Jetzt ist er da: Verkaufsleiter Morten Scherbaum (links, Buchholz), Audi-Neuwagenverkaufsleiter Felix Tönnis und Geschäftsführerin Kerstin Witte präsentieren den neuen Audi A8 – das Flaggschiff aus Ingolstadt.

Fotos: Wolfgang Becker

Alle 8 tungen: Dieses Auto fährt autonom durch den Stau!

Kuhn + Witte stellt die neue Premiumklasse von Audi vor – Warten auf den Gesetzgeber

Die automobile Zukunft hat längst begonnen, aber nicht alles, was technisch geht, darf auch gleich auf der Straße angewendet werden: Mit dem neuen A8 hat Audi zwar die Ära des autonomen Fahrens in der Serienfertigung eingeläutet, allein: Der rechtliche Rahmen fehlt noch. Höchste Zeit also, dass die Automobil-Nation Deutschland juristisch Gas gibt, denn die Premiumklasse aus Ingolstadt ist in der Lage, völlig selbstständig durch den Stau zu manövrieren – bis Tempo 60! Vorgestellt wurde der A8 jetzt bei Kuhn + Witte in Jesteburg und Buchholz (ehemals Köhnke).

Für die Generation Smartphone ist der A8 bei einem Einstiegspreis von gut 90 000 Euro vermutlich noch nicht erschwinglich, aber er könnte eine Perspektive bieten. Grund: Beim autonomen Fahren im Stau darf der Fahrer seine Mails checken. Oder den Vordermann im Uralt-Käfer auf Facebook posten. Oder was man sonst so macht im mobilen Netz.

Die Audi-Neuwagen-Verkaufsleiter Felix Tönnis (Jesteburg) und Morten Scherbaum (Buchholz) gehen davon aus, dass die gesetzlichen Rahmenbedingungen für das „pilotierte Fahren“, so die korrekte Bezeichnung, etwa im Spätsommer/Herbst 2018 stehen. Tönnis: „Der Fahrer kann dann im Stau die Zeitung lesen. Im Schadensfall übernimmt Audi die Haftung.“ Damit es nicht zum Schaden kommt, ist der A8 vollgestopft mit Technik. Zu den möglichen 41 Fahrassistenzsystemen zählen allein für die Wahrung des Abstandes und zur Rund-um-Sicherheit vier Radarsysteme, 14 Ultraschall-Sensoren, bis zu sechs Kameras (rundum) und ein Laserscanner-System.

Die Steuerung der Systeme verheißt viele Schalter und Knöpfe, doch von einer Pilotenkanzel ist der A8 weit entfernt. Morten Scherbaum: „Klassische Bedienelemente sind weitgehend verschwunden – wir haben mehrere Bildschirme, teilweise mit Touchscreen-Funktion. Um das Navigationssystem zu steuern, kann ich beispielsweise einfach mit dem Finger das Ziel auf den Schirm schreiben.“ Das Ziel, zum Beispiel

„Jesteburg“, wird erkannt und verfolgt. Ein 3D-Citymodell sorgt für eine perfekte Orientierung.

Ab Tempo 70 doppelte Sicht

Felix Tönnis bringt es auf den Punkt: „Willkommen in der Zukunft. Der A8 ist als Premiummodell dafür bekannt, dass er technische Neuentwicklungen aufzeigt, die dann später auch in die anderen Modelle einfließen. Dazu gehören zum Beispiel auch das neue Aktivfahrwerk, bei dem Künstliche Intelligenz zum Tragen kommt, oder die HD-Matrix-LED-Scheinwerfer mit Laserlicht. Der Sinn: Ab Tempo 70 verdoppelt sich die Leuchtweite der Scheinwerfer automatisch. Die Hybridvariante des A8 sieht auch die Funktion des Wireless Charging vor – Sie können die Batterie über Induktion laden.“

Den neuen A8 gibt es in acht verschiedenen Material- und Farbwelten. Bis zu 400 Funktionen sind personalisierbar. Zum Start wird der A8 mit einem Drei-Liter-Benzin-Motor (340 PS) und einem Drei-Liter-Diesel (286 PS) angeboten. Morten Scherbaum betont noch einmal: „Der A8 ist traditionell der Entwicklungsträger für alle Segmente darunter.“ Will heißen: Auch wer jetzt den neuen A7 bestellt (kommt im Frühjahr 2018), darf sich technisch auf einiges gefasst machen. Der A8 kostet in der Grundversion 90 600 Euro (Diesel) beziehungsweise 93 500 Euro (Benziner). Das Audi-Flaggschiff ist ein Fall für hohe Politiker, Geschäftsführer und Konzernchefs, allerdings auch für Unternehmen, die einen Limousinenservice anbieten. wb

■ Die Audi-Premiumklasse steht in Buchholz und Jesteburg zur Probefahrt bereit. Kontakt: 0 41 81/90 80 790 (Frau Reichart, Buchholz) oder 0 41 83/ 933-972 (Frau Fricke, Jesteburg). Web: www.kuhn-witte.de; www.audi.de/Neuer/A8



A8 von hinten: Die LED-Lichtleiste gibt dem neuen Audi-Flaggschiff eine typische Note. Dieses Detail findet sich auch im neuen A7 Sportback, der im Frühjahr 2018 auf den Markt kommt, aber bereits jetzt bestellt werden kann.



Das Ziel einfach aufschreiben: Über den Touchscreen wird der darüber platzierte große Bildschirm mit dem Navigationssystem gesteuert.



Auch die Fondspassagiere haben auf einer Mittelkonsole ein Display als Bedienfeld für allerlei Funktionen.

IT & Social Media

KOLUMNE



Von **TIMM HUBERT** Mediaberater bei hc media GmbH. Die Digitalagentur aus dem Hause TAGEBLATT und Goslarsche Zeitung

Display-Werbung: Das sagen die Kennzahlen aus

Display-Werbung ist eine Form der Online-Werbung, klassisch auch als Bannerwerbung bekannt. Eingesetzt meist auf Webseiten und in Apps, soll Display-Werbung dem Nutzer Produkte oder ein Image anpreisen. Die Werbewirkung von Online-Bannern wird durch verschiedene Faktoren entscheidend beeinflusst und gesteuert. Am Ende soll ihre Effektivität anhand von Kennzahlen (KPI= key performance indicators) ausgedrückt werden und dem Werben eine Aussage über Erfolg oder Misserfolg liefern. Nach einer abgeschlossenen Display-Werbekampagne hat der Werbetreibende den Anspruch auf ein Kampagnen-Reporting, in dem unterschiedliche Kennzahlen zur gelauenen Werbekampagne aufgeführt werden. Diese sollen der Schlüssel zur Messbarkeit sein und werfen folgende Frage auf: Wie interpretiert man die gelieferten Kennzahlen als Werbetreibender? Grundlage dafür sind die im Vorwege geschaffenen Voraussetzungen.

Drei Erfolgsfaktoren

Das richtige Umfeld, die Art der Werbung und das Werbemittel können den Unterschied von Erfolg oder Misserfolg einer Werbekampagne maßgeblich beeinflussen. Um das richtige Umfeld (Webseite, Apps oder ähnliches) belegen zu können, muss die Zielgruppe bekannt sein. Wurde diese definiert, kann aufgrund von Zielgruppeninformationen der Werbeplattformen ein passendes Umfeld ausgewählt und belegt werden. Bei der Art der Werbung unterscheidet man zwischen Imagewerbung (Branding), aktionsbezogener Werbung und Nativer Werbung (bezahlter PR-Artikel). Der Unterschied ist bedeutend und ein wichtiger Faktor für die spätere Interpretation der KPIs. Branding verfolgt den Aufbau einer Marke oder eines Images mit allgemeinen Informationen. Aktionsbezogene Werbung bewirbt speziell ein Produkt oder eine Dienstleistung und sollte unbedingt einen Handlungsaufforderung (CTA=call-to-action) beinhalten. Native Werbung dient oftmals dazu, den Nutzer für ein Thema zu begeistern und ihn mit Text und Bildern indirekt auf ein Produkt oder eine Dienstleistung zu lenken.

Die ersten beiden Faktoren münden im dritten Faktor, dem Werbemittel. Konnten beide Faktoren definiert werden, muss das Werbemittel daraufhin zugeschnitten und die Gestaltung mit dem Inhalt abgestimmt werden. Sind die drei Faktoren gegeben, dienen diese für die Interpretation der ausgewerteten Kennzahlen. Sichtkontakte (AdImpressions), Klicks und Klickrate (CTR=click-through-rate) sind für Display-Werbung die bedeutendsten Kennzahlen. Sichtkontakte sind die Anzahl der Einblendungen des Werbemittels und für Branding-Werbung ein wichtiger Indikator. Erreicht man eine hohe Anzahl von Sichtkontakten in dem gewünschten Umfeld und der Zielgruppe, kann maßgeblich Image- und Markenaufbau betrieben werden. Für aktionsbezogene Werbung spielen neben den Sichtkontakten die Klicks auf das Werbemittel eine wichtige Rolle.

Ein Klick bedeutet im ersten Schritt das Interesse eines Nutzers. Daher sollte das im Werbemittel Versprochene nach dem Klick vorgefunden werden. Die Vergleichbarkeit lässt sich bestimmen, indem Sichtkontakt und Klicks zueinander in Relation gesetzt werden. Der ermittelte Wert ergibt die Klickrate. Dadurch kann die Anzahl der Sichtkontakte bewertet werden. Eine häufigere Auslieferung der Sichtkontakte bedeutet nämlich nicht zwingend mehr Klicks. Für die Native Werbung gibt es neben Sichtkontakten und Klicks eine wichtige zusätzliche Kennzahl: die Verweildauer. Gemessen an der Länge des Artikels sagt die Verweildauer aus, ob sich der Nutzer mit dem Inhalt auseinandergesetzt hat. Das Zusammenspiel der drei Faktoren und die daraus resultierenden Kennzahlen zeigen, dass eine genaue Analyse der gelieferten Reporting-Zahlen vonnöten ist. Werden die Zahlen unter den beschriebenen Gegebenheiten betrachtet, kann die Effektivität einer Werbekampagne abgeleitet werden. Business & People als Wirtschaftsmagazin und das regionale Nachrichten-Portal Tageblatt.de bieten Werbetreibenden ein Umfeld für zielgerichtete Display-Werbung unter Betrachtung und Analyse der Kennzahlen.

Fragen an den Autor?
tim.hubert@hcmedia.de

wf-stade.de

Ihr Ansprechpartner bei

- Fragen zur Unternehmens- und Projektentwicklung
- Fragen zur Existenzgründung
- Fragen zu Förderprogrammen
- der Suche nach einem neuen Standort
- der Suche nach Kooperationspartnern

w:f Wirtschaftsförderung
Landkreis Stade GmbH
Große Schmiedestr. 6 · 21682 Stade
T 04141 / 8006-0 · info@wf-stade.de

CAMPECARRÉ
FESTPLATZ ... im Herzen von Stade

www.campe-carre.de

Vorreservierungen jetzt möglich!

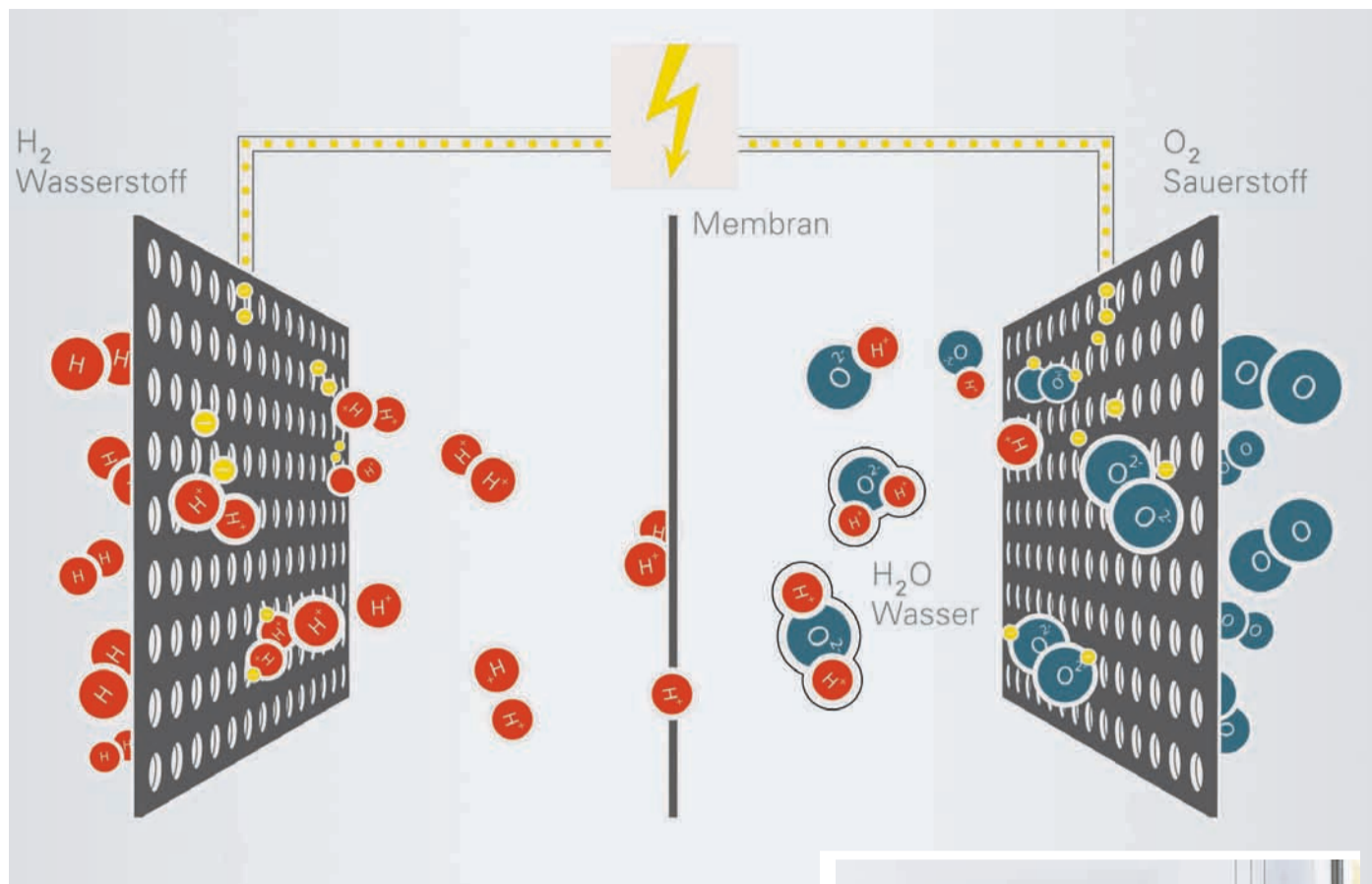
Beratung & Vertrieb
ISH Immobilien
Thuner Str. 86a · 21680 Stade
Tel. 04141 - 79 77 111
info@ish-immobilien.de
www.ish-immobilien.de

ZU VERKAUFEN
62 Eigentumswohnungen
■ 2-4 Zimmer ■ 57-143 m²



Rainer Kalbe erläutert, unter welchen Umständen die Brennstoffzellentechnologie für den Hausgebrauch sinnvoll ist.

Die Technik ist keineswegs eine Neuerfindung, sondern kann eher als bewährt bezeichnet werden: Brennstoffzellen wurden bereits im 19. Jahrhundert genutzt. Ihre Anwendung wurde seitdem in vielen Bereichen getestet, ein Durchbruch beispielsweise in der Automobilindustrie ist jedoch bis heute nicht wirklich gelungen. Anders verhält es sich beim Einsatz im Haus, wie Rainer Kalbe, geschäftsführender Gesellschafter der Hartmann Haustechnik GmbH, sagt. Mittlerweile sind Geräte von namhaften Herstellern auf dem Markt, die kompakt und so innovativ sind, dass die Anschaffung nicht nur bezahlbar wird, sondern auch wirtschaftlich sinnvoll sein kann. Kalbe: „Die Brennstoffzelle produziert Strom und Wärme. Wer auf diese Technik setzen möchte, muss also Wärmebedarf haben. Den Strom einzuspeisen, ist die eine Sache, aber auch die Wärme muss genutzt werden – sonst ist der Betrieb unwirtschaftlich. Die erste Frage lautet also: Wohin mit der Wärme?“ Die mittlerweile handelsüblichen Geräte werden mit Erdgas betrieben. Durch Elektrolyse wird aus Wasserstoff und Sauerstoff am Ende Strom erzeugt. Die maximale Leistung beziffert Kalbe auf 700 bis



Nach diesem Prinzip funktioniert die Brennstoffzelle.

Die Alternative

Rainer Kalbe (Hartmann Haustechnik) über den Einsatz von Brennstoffzellen im Eigenheim

750 Watt. Wirtschaftlich wird die Brennstoffzelle, weil der selbst erzeugte Strom den Kauf von Strom aus dem Netz reduziert. Die Kosten für das Gas als Primärenergie liegen deutlich darunter. Kalbe: „Bei 6500 Betriebsstunden pro Jahr spart die Brennstoffzelle etwa 800 Euro ein.“ Damit sind zwei wesentliche Punkte benannt, die zu den Vorüberlegun-

gen gehören. Zum einen: Die Brennstoffzelle sollte möglichst Tag und Nacht in Betrieb sein. Zum anderen: Der erzeugte Strom muss möglichst selbst verbraucht werden, nur so entsteht der Spareffekt. Die Brennstoffzellentechnologie ist demzufolge eine Überlegung wert, wenn es um ein Objekt geht, in dem entsprechende Stromverbrau-

cher vorhanden sind, die den permanenten Eigenverbrauch gewährleisten. Die neuen Geräte, die Hersteller wie Viessmann und Buderus anbieten, sind etwa 120 Zentimeter breit, 180 hoch und 65 tief. Sie brauchen einen Gasanschluss, und der Strom muss ins eigene Netz eingespeist werden. Rainer Kalbe: „Die erzeugte Wärme



So sehen die Geräte aus (Viessmann), die Strom und Wärme erzeugen und zugleich den CO₂-Ausstoß deutlich reduzieren.

reicht nicht aus, um ein Haus zu heizen. Deshalb wird eine Brennstoffzelle mit einer Brennwerttherme kombiniert, die anspringt, wenn es zu kalt wird.“ Das Gerät enthält einen Pufferspeicher – beispielsweise für die Warmwasserversorgung im Haus. Die hier beschriebenen Details machen deutlich, dass der Betrieb einer Brennstoffzelle im Privatbereich genau hinterfragt werden muss. Rainer Kalbe: „Das Gerät amortisiert sich über einen längeren Zeitraum, da die Anschaffungskosten vergleichsweise hoch sind. Wenn ich aber eh in eine Heizungsanlage zum Beispiel mit Solarkollektoren investieren will, stellt sich die Situation anders dar. Anstelle einer Brennwerttherme und dem Einsatz von Solarkollektoren kann ich auch eine Brennstoffzelle kaufen – die sich dann im Idealfall bereits nach vier Jahren amortisiert. Zusätzlich leiste ich durch die CO₂-Einsparungen einen Beitrag zum Klimaschutz.“ Die eigentliche Brennstoffzelle ist wartungsfrei. Allerdings fällt bei der Gewinnung von Wasserstoff aus dem Erdgas Schwefel an – ganz ohne Wartung geht es also doch nicht, da der Schwefel-Filter gereinigt und die Brennwerttherme gewartet werden muss. Kalbe: „Die Kosten liegen bei rund 300 Euro im Jahr. Für eine normale Heizung kostet die Wartung allerdings auch 150 Euro.“ Und das Gerät selbst? Mit derzeit 27000 Euro wird die Brennstoffzelle zu einer echten Investition. Allerdings sinkt dieser Betrag dank staatlicher Förderung auf 18000 Euro, auf die der Privatkunde jedoch noch die Mehrwertsteuer zahlen muss. Rainer Kalbe: „Eine neue Heizungsanlage inklusive Solarkollektoren ist ähnlich teuer. Ökonomisch ist die Brennstoffzelle eine gute Alternative, die sich bei der Neuplanung einer Heizungsanlage lohnt. Ökologisch ist sie alternativlos, denn diese Technologie ist umweltfreundlich und reduziert den CO₂-Ausstoß erheblich. Durch Förderprogramme kann ich bis zu 11000 Euro für den Kauf einer Brennstoffzelle und im Sanierungsfall den Austausch eines Altkessels einstreichen. Hinzu kommt die Ersparnis bei den Stromkosten.“ wb

» Web: www.hartmann-haustechnik.de



KOLUMNE

DIERKES PARTNER
WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER RECHTSANWÄLTE

Der Steuer-Tipp

Von MAJA GÜSMER, Steuerberaterin und Leiterin des DP-Standes Harburg

Neue Grundsätze zu Gesellschafterfinanzierungen

Der Bundesfinanzhof (BFH) hat in seinem Urteil vom 11. Juli 2017 (IX R 36/15) entgegen seiner langjährigen Rechtsprechung entschieden, dass der Ausfall von Gesellschafterdarlehen und die Inanspruchnahme aus für die Gesellschaft eingegangenen Bürgschaften nicht mehr zu nachträglichen Anschaffungskosten im Sinne des § 17 EStG führen. Es ist zu erwarten, dass dieses Urteil große Auswirkungen auf die Finanzierung von Kapitalgesellschaften durch Gesellschafterdarlehen und die Absicherung von Darlehen durch Bürgschaften des Gesellschafters haben wird. Als Begründung für seine Entscheidung führt der BFH an, dass durch das seit 2009 geltende MoMiG (Gesetz zur Modernisierung des GmbH-Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen vom 23. Oktober 2008) die Aufhebung des Eigenkapitalrechts erfolgte. Dadurch ist nach Ansicht des BFH die steuerliche Grundlage für die bisherige Rechtsprechung und auch die Auffassung der Finanzverwaltung entfallen. Diese besagte, dass die Aufwendungen des Gesellschafters aus Darlehen und aus der Inanspruchnahme aus Bürgschaften unter bestimmten Voraussetzungen zu eigenkapitalersetzenden Finanzierungshilfen führten und als nachträgliche Anschaffungskosten im Rahmen des § 17 EStG steuermindernd angesetzt werden konnten. Wegen der Brisanz dieses Urteils hat der BFH sich dazu entschieden, Vertrauensschutz für die Vergangenheit zu gewähren. Die neuen Rechtsprechungsgrundsätze sind nur für die Zukunft anwendbar. Die bisherigen Grundsätze zur Berücksichtigung von nachträglichen Anschaffungskosten aus eigenkapitalersetzenden Finanzierungshilfen sind bis zum Tag der Veröffentlichung des Urteils (27. September 2017) anwendbar. Alle bis dahin eingezahlten Darlehen oder abgeschlossenen Bürgschaften sind nach den bis dahin geltenden Kriterien zu beurteilen. Das Bundesamt für Finanzen (BMF) wurde vom BFH zum Beitritt zu dem Verfahren aufgefordert und hält momentan noch an seinen bisherigen Grundsätzen fest. Hier bleibt es abzuwarten, wie sich die Finanzverwaltung nach dem Urteil des BFH positionieren wird. Die Auffassung des BMF war schon vor dem Urteil in der Literatur umstritten, daher wurde bereits lange darauf gewartet, wie der BFH entscheiden wird. Nun hat er mit seinem Urteil einen Einklang bei der handelsrechtlichen, gesellschaftsrechtlichen und steuerrechtlichen Beurteilung von Gesellschafterdarlehen hergestellt. Im Schrifttum wird von einer zukünftigen Klarheit und Eindeutigkeit für die Berücksichtigung gesprochen. Zukünftig ist bei der Ausstattung einer GmbH mit Gesellschaftermitteln sorgfältig abzuwägen, ob dies über ein Darlehen erfolgen soll. Sollte es zu einem Ausfall des Darlehens kommen, ist dies steuerlich nicht mehr geltend zu machen. Unstrittig ist weiterhin die Einzahlung in das Stammkapital oder in die Kapitalrücklage. Diese Einzahlungen führen weiterhin zu Verlusten im Sinne § 17 EStG.

Fragen an die Autorin?
mgusmer@dierkes-partner.de

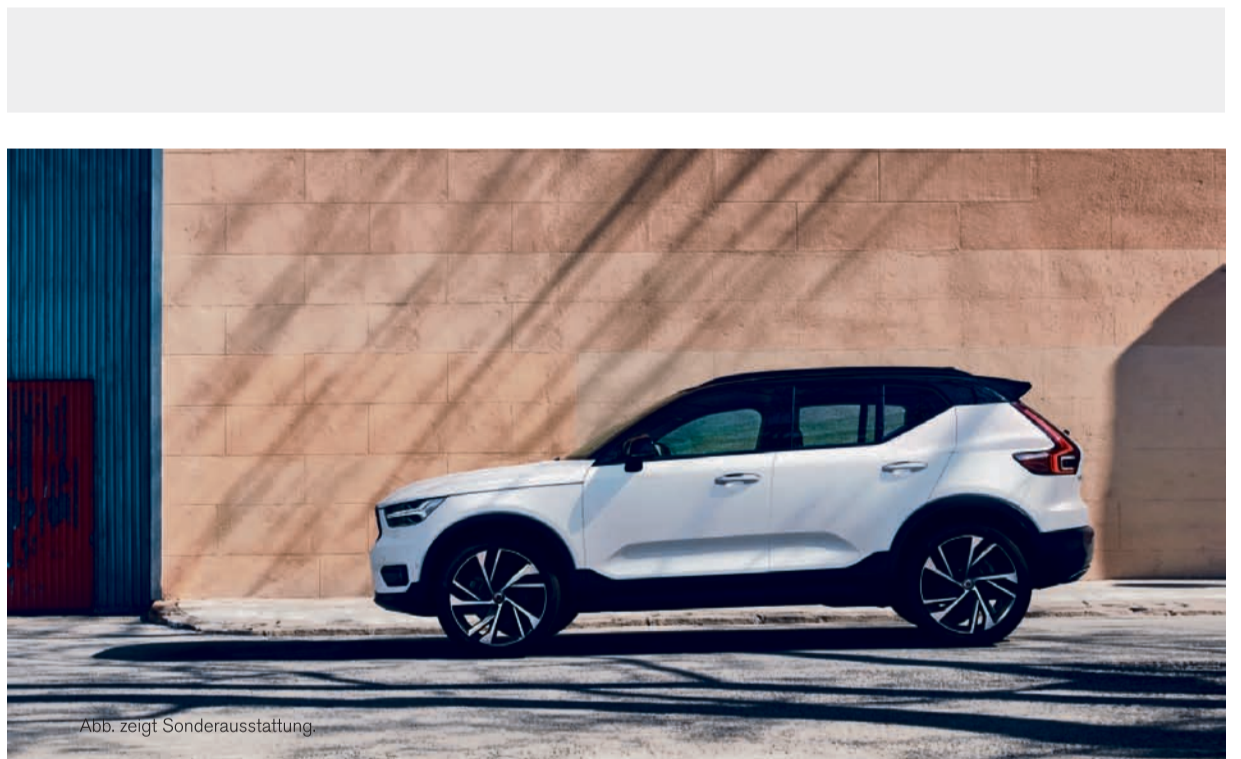


Abb. zeigt Sonderausstattung



DER NEUE VOLVO XC40.

TYPISCH VOLVO. TYPISCH ANDERS.

Entdecken Sie das erste Kompakt-SUV von Volvo. Sein unverwechselbares skandinavisches Design unterstreicht seinen urbanen Charakter, sein Innenraumkonzept bietet höchste Flexibilität.

Ab Frühjahr 2018 bei uns.

AUTOHAUS
WERNER BRÖHAN
GMBH

21635 JORK, KÖNIGREICHER STR. 15-17 TEL: 04162/94300
21684 STADE, GRAVENHORST-WEG 4 TEL: 04141/99110,
WWW.AUTOHAUS-BROECHAN.DE

Ein seltener Auftritt in Harburg: Verteidigungsminister a. D. Volker Rühle sprach beim Grünkohlessen des Harburger Handwerks über die brenzlige politische Weltlage.

Foto: Wolfgang Becker



„Da braut sich etwas zusammen“

Beim Grünkohlessen des Harburger Handwerks: Verteidigungsminister a. D. Volker Rühle erläutert die Weltlage

Wer sich an alte Zeiten erinnert, als einflussreiche Bundespolitiker wie Herbert Wehner und Hans-Ulrich Klose noch aus Harburg kamen, der hatte fast so etwas wie ein Déjà-vu: Beim alljährlichen Grünkohlessen des Harburger Handwerks präsentierte Bezirkshandwerksmeister Peter Henning mit Volker Rühle nicht nur einen ehemaligen CDU-Generalsekretär und Bundesverteidigungsminister aus der Ära Helmut Kohl, sondern auch einen gebürtigen Harburger, der – mittlerweile 75 Jahre alt – immer noch weltweit unterwegs ist und Vorträge hält. Die derzeitige Weltlage bietet allerdings wenig Anlass zu geselliger Freude, wie Rühle betonte: „Da braut sich etwas zusammen.“

Der prominente Heimfelder, der die lokalen Niederungen normalerweise meidet, nahm kein Blatt vor den Mund. Er kündigte Klarheit an. Trump, Brexit, Migration, deutsche Einheit, Putin, China, Europa – wer in der Geschichte zu Hause ist, sie womöglich mitgestaltet hat, der weiß um die Zusammenhänge. Die deutsche Einheit ist laut Rühle ein Unterkapitel der Wiedervereinigung Europas. Er berichtete von einem Treffen mit dem damaligen chinesischen Parteichef Deng Xiaoping, den er 1984 traf. Angesprochen auf die zu dem Zeitpunkt noch unwahrscheinliche deutsche Einheit, habe der Chinese einen tiefgründigen Satz gesagt: „Das große Wasser nimmt das kleine Wasser mit.“

Rühle: „Das große Wasser war Europa, das kleine Wasser Deutschland. Die deutsche Einheit wurde möglich, weil Westdeutschland fest integriert in der EU war. Die Solidarność-Bewegung in Polen, Gorbatschows zutiefst entschlossene Haltung, auf jegliche Gewalt zu verzichten – all dies spielte zusammen. Von Gorbatschow stammt die Aussage, er würde sich eher eine rostige Rasierklinge durchs eigene Gesicht ziehen, als Gewalt anzuwenden.“ Und: „Wenn es damals nicht 400.000 Sowjetsoldaten in der DDR gegeben hätte, dann wären DDR-Generäle gegen die Demonstrationen und das Niederreißen der Mauer vorgegangen – die hätten alles niedergeschossen.“ Vorbereitungen habe es bereits gegeben.

Migration mit Folgen

Die jüngsten politischen Verschiebungen in Europa führt Rühle auf die immer stärkere Einflussnahme der EU auf die Mitgliedsstaaten und vor allem auf das Thema Migration zurück: „Der Brexit ist ja nicht die Folge von vieler Flüchtlinge aus Afrika und Nahost. In England lebten vor allem viele Menschen aus

Polen – und zwar ganz legal als EU-Bürger. Das wurde bereits kritisch gesehen. Dann ließ Deutschland die Flüchtlinge herein. 2015 sahen die Briten die Bilder aus Deutschland und fürchteten nun endgültig um die eigene Identität.“ Der Umgang mit dem Thema ist aus Sicht des ehemaligen Ministers eine Aneinanderreihung von Fehlern. Rühle vermied zwar den Namen Angela Merkel, aber seine Aussagen lassen keinen Zweifel daran, dass er die deutsche Reaktion auf die Flüchtlingsströme für falsch hält: „Es gab frühzeitig Berichte, dass sich viele Menschen aus den Flüchtlingslagern auf den Weg nach Europa machten. Es gab auch Berichte von Botschaftern. Doch die deutsche Politik entdeckte die Flüchtlinge erst, als sie auf der Straße von Budapest nach Wien unterwegs waren. Wir haben sie dann reingelassen und gemeint, wir könnten sie in der EU verteilen. Auch das war ein Fehler.“ In der Folge gebe es nun ein Erstarken der nationalistischen Kräfte in vielen EU-Ländern.

Pulverfass Nord-Korea

Das Thema, das Rühle heute die größten Sorgen bereitet, ist Nord-Korea. Er geht davon aus, dass es die USA nicht dulden werden, dass ein Land Atomraketen entwickelt, die in der Lage sind, die USA zu erreichen: „Bislang gibt es nur zwei Länder: China und Russland – aber hier funktioniert die Abschreckung. Bei Nord-Korea funktioniert sie nicht, denn wir erleben einen Strategiewechsel der US-Regierung, die mit der totalen Zerstörung droht. Das ist neu und macht mir große Sorge.“

Rühle wurde noch konkreter: „Nord-Korea hat einen Raketentest gemacht, bei dem eine Langstreckenrakete über Japan hinweg in den Pazifik gesteuert wurde. Die Rakete flog eine flache Kurve. Wenn sie die USA erreichen wollte, müsste sie steiler fliegen, in den Weltraum eindringen und wieder in die Atmosphäre eintauchen. Das haben die Nord-Koreaner vermutlich bewusst unterlassen, denn sollte es ihnen gelingen, eine Technik an den Start zu bringen, die das Verglühen des Sprengkopfes beim Wiedereintritt verhindert, dann könnte das sofort einen Krieg auslösen. Die Amerikaner haben sich nicht damit abgefunden, dass hier eine Bedrohung entsteht. Es tickt die Uhr.“

Die US-Präsidentschaft von Donald Trump lässt Rühle nicht eben ruhiger schlafen. Er macht keinen Hehl aus seiner kritischen Einschätzung, vertraut aber auf die innerstaatlichen Kräfte, die Schlimmeres verhindern können. Seine Aussage: „Wir sind nicht mit Trump verbündet, sondern mit den Vereinigten Staaten von Amerika.“ wb

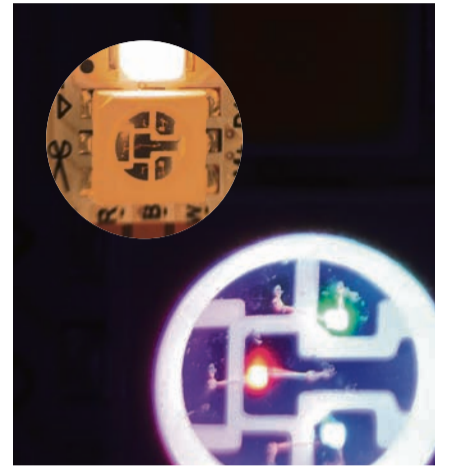


B&P BEI HENNING ELEKTROTECHNIK: Glühlampe? Halogenlampe? Leuchtstoffröhre? Das Licht der Zukunft kommt aus dem RGB-Chip – und aus China ...

Das waren noch Zeiten, als echte Glühlampen aus Wolfram in gläsernen Hüllen ein warmes Licht erzeugten und zugleich für Wärme sorgten. Mittlerweile ist der Verkauf von Glühlampen quasi verboten. Stattdessen ist die LED-Technologie massiv auf dem Vormarsch – und fest in asiatischer Hand. „In den neuen Herstellerkatalogen finden sich ausschließlich LED-Leuchten“, sagt Michael Wrobel, Vertriebsleiter und Prokurist bei Henning Elektrotechnik in Harburg. Nicht einmal Halogenleuchten würden dort noch angeboten. Wenig Mitleid hat Thorsten Rebenstorf, Technischer Leiter und ebenfalls Prokurist, für die gute, alte Glühbirne: „Zwei Prozent Licht, 98 Prozent Wärme – eine 100-Watt-Glühlampe war eigentlich eine Heizung.“ Beide haben sich mittlerweile voll auf das LED-Thema eingestellt, sie sind begeistert von den Möglichkeiten, der hohen Effizienz und der emotionalen Komponente. Die hohe Lichtausbeute bei niedrigstem Stromverbrauch ist für viele Kunden ein guter Grund, auf LED-Technik umzusteigen. Doch gerade im kommerziellen Bereich sind die Erwartungen manchmal überzogen. Wrobel: „Es ist eine Illusion zu glauben, dass es reicht, eine herkömmliche 100-Watt-Glühlampe gegen eine Zehn-Watt-LED-Leuchte austauschen zu können. Insbesondere im Ladenbereich oder in Schaufenstern reicht das nicht. Einsparungen von 50 Prozent sind realistisch.“ Ein weiterer Vorteil beispielsweise in Büros mit Rechnern: Die Räume heizen sich nicht noch zusätzlich auf, weil statt Wärme vor allem Licht erzeugt wird.



Michael Wrobel (links) und Thorsten Rebenstorf zeigen LED-Schienen und -Schläuche, die alle möglichen Lichtfarben erzeugen können. Foto: Wolfgang Becker



Nahaufnahme: Dieses Makro-Foto zeigt die drei Leuchtzellen in einem RGB-Chip. Jede Zelle ist nur einen Millimeter stark. Der Chip misst allenfalls gute drei Millimeter im Durchmesser und kann alle erdenklichen Farben erzeugen. Foto: Michael Wrobel

tätsunterschiede – die allerdings für den Laien kaum nachzuprüfen sind. Ein Indiz ist der Lichtstrom pro Watt. Er wird in Lumen angegeben und gibt Auskunft über die Leistung. Die Lichtstärke wird in Lux angegeben – was beispielsweise wichtig ist, wenn Arbeitsplätze ausgestattet werden. Die Arbeitsstättenrichtlinie schreibt bei Schreibtischarbeitsplätzen 500 Lux vor. Wurden die Lichtfarben der ersten LED-Generation häufig noch als kalt empfunden, ist mittlerweile alles möglich. Wrobel: „LED kann auch emotional.“ Möglich wurde das durch die Entwicklung von LED-Chips, die aus drei kleinen Leuchtdioden mit den drei Farben Rot, Grün und Blau bestückt sind – sogenannte RGBs. RGBWs sind zusätzlich mit einer weißen LED bestückt. RGB-Bänder können sowohl einen gelblich-warmen Farbton von 2700 Kelvin (gibt die Farbtemperatur an) oder einen bläulich-kühlen Ton von 6500 Kelvin erzeugen – also Tageslicht. Für ein besseres Wohlbefinden am Arbeitsplatz kann eine tageslichtabhängige Steuerung sorgen, die eben nicht gleich morgens die volle Dosis auf den Schreibtisch abfeuern lässt. Nachmittags, wenn nach dem kleinen Hunger die erste matte Phase ansteht, kann dagegen der Blau-Anteil erhöht werden. Blaues Licht macht wach.

25 000 Betriebsstunden

Rebenstorf: „Der Hauptvorteil liegt im Bereich der Lebensdauer. Eine Glühlampe hält ungefähr 1000 Betriebsstunden, eine Halogenlampe 2000, eine Leuchtstoffröhre 8000. Eine LED-Lampe liegt bei mindestens 25 000 Betriebsstunden. Allerdings nur, wenn es sich um ein Qualitätsprodukt handelt.“

LED-Leuchten – beispielsweise in den bekannten Bändern für indirekte Beleuchtung – werden im Handel bereits zu vergleichsweise niedrigen Preisen angeboten. Sowohl Rebenstorf als auch Wrobel wissen um die teils immensen Quali-

Die Mischung macht's
Die RGB-Chips können durch eine Mischung der drei Lichtpunkte rein rech-

tenisch zigtausende verschiedene Farben erzeugt werden, was im Einzelfall jedoch kaum wahrnehmbar ist. Der fließende Übergang verschiedener Farben sorgt für überraschende Farbeffekte. Im smarten Haus können über die passende Steuerung verschiedene Szenarien simuliert werden – beispielsweise Anwesenheit während der Urlaubsreise. Für kommerzielle Nutzer lohnt sich ein Besuch der Elbphilharmonie (Störtebeker) oder der Tanzenden Türme eingangs der Reeperbahn in Hamburg. Dort hat Henning Elektrotechnik unter anderem die Gastronomiebereiche mit Lichttechnik ausgestattet. Keine Frage, auch da wird's emotional. Im Landesmuseum Lüneburg stammt die Lichtsteuerung von Henning, die Büros der Kreisverwaltung im ehemaligen Woolworth-Gebäude in Winsen wurden ebenfalls mit Licht bestückt. Michael Wrobel: „Das sind ein paar aktuelle Projekte, aber ebenso gerne sind wir auch bei Privatkunden im Einsatz.“

Die Produktion der LEDs ist mittlerweile fest in der Hand chinesischer und koreanischer Unternehmen. Im Gegenzug geraten die europäischen Leuchtmittelhersteller massiv unter Druck – selbst Osram gehört heute einem chinesischen Konsortium. Das China-Synonym „Land der aufgehenden Sonne“ erscheint so in einem völlig neuen Licht. Der finale LED-Tipp der beiden Henning-Prokuristen: „Natürlich ist im Internet immer alles billiger, aber wer billig kauft, kauft zwei Mal.“ wb

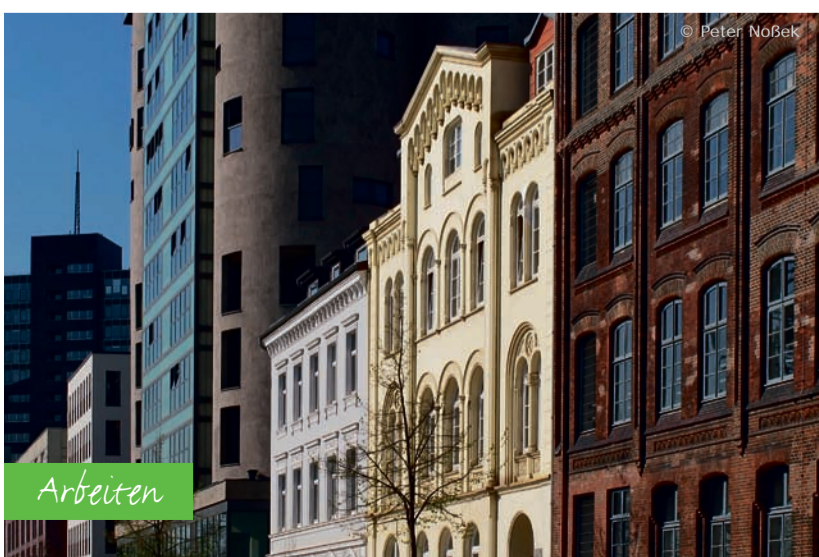
Web: www.henning-elektrotechnik.com



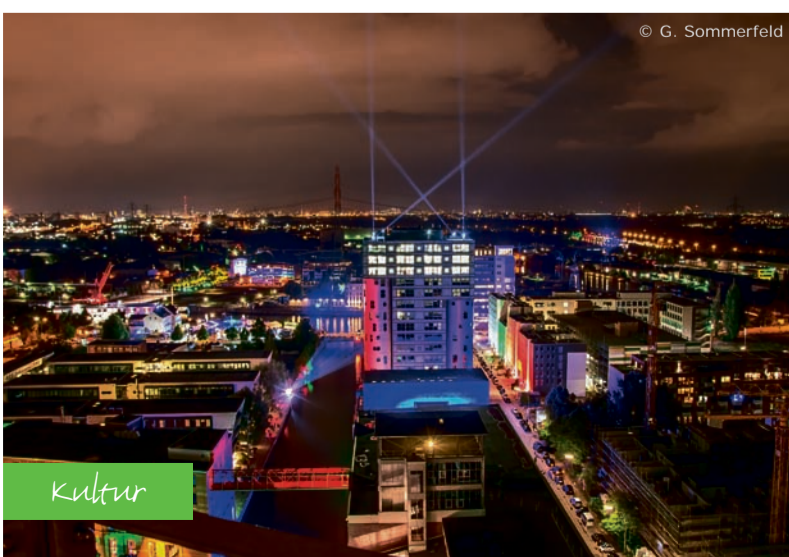
Ihr Standort im Hamburger Süden

einzigartig und vielfältig

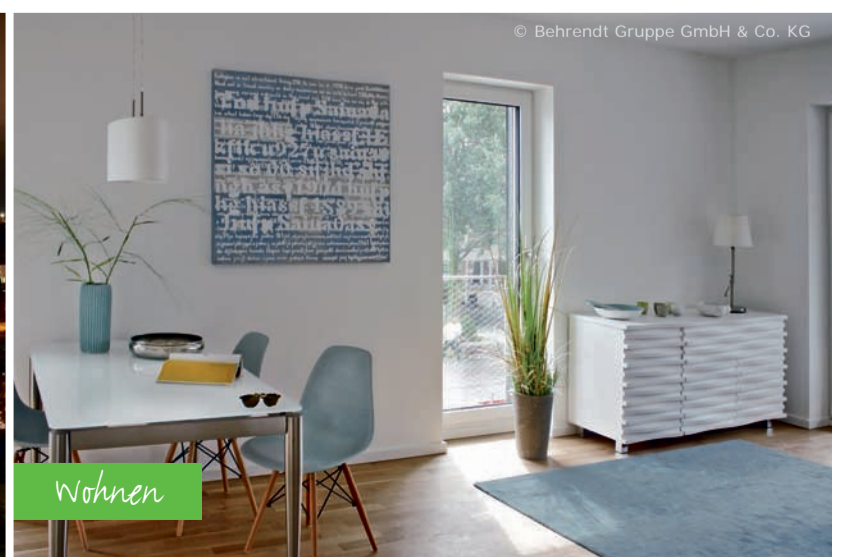
www.channel-hamburg.de



Arbeiten



Kultur



Wohnen



Alle wollen als erste im neuen Volvo XC40 sitzen. Sobald der Vorhang beiseite gezogen ist, herrscht großer Andrang auf die Vorführmodelle.



#XCITENIGHT

am Hamburger Elbufer



Für das leibliche Wohl ist bestens gesorgt. Marlene Bröhan wählt unter leckeren „Schwedenhappen“ aus.



Die Familie genießt die #XCITENIGHT: Gerd Bröhan (von rechts) mit Ehefrau Marlene, Sohn Niklas, Tochter Catharina und deren Ehemann Michael Bröhan-Schmand.



Zur Partynacht gehört selbstverständlich auch Musik. Ob Klassik oder Pop – Musiker sorgen live für eine abwechslungsreiche und beschwingte Sound-Kulisse.

AUFTRITT IN BLAU: Partynacht für den neuen Kompakt-SUV Volvo XC40 – Autohaus Bröhan plant eigene Präsentation für das Frühjahr 2018

E

Es ist ein kühler Abend Ende September. Die Backstein-Fassade der Auktionshalle am St. Pauli Fischmarkt ist in blaues Licht getaucht, durch die hohen Fenster fällt der bunte Schein von Videoinstallationen. Musik und Stimmengewirr erwartungsfroher Menschen erfüllen die historischen Mauern. #XCITENIGHT am Hamburger Elbufer. Volvo feiert die Premiere des ersten Kompakt-SUV made by Sweden. Etwa 900 Fans des schwedischen Autoherstellers sind gekommen, um der Enthüllung des neuen XC40 beizuwohnen. Auch die Familie Bröhan lässt sich das Ereignis nicht entgehen. Die Mitglieder der Autohändlerdynastie aus dem Alten Land haben sich bei schwedischen Tapas und Wein strategisch günstig versammelt – am Stehtisch gleich neben der Bar und dem noch geschlossenen Vorhang, der in wenigen Augenblicken die Sicht auf die jüngsten Volvo-Kreationen freigeben wird.

Catharina Bröhans Augen leuchten in gespannter Vorfreude. „Wir warten schon sehnsüchtig auf dieses komplett neue Modell. Denn die Kundschaft dafür haben wir längst. Seit mehr als zwei Jahren erreichen uns Nachfragen von Kunden, die gern so hoch sitzen möchten wie im XC60 oder im XC90, aber ein kleineres Fahrzeug bevorzugen. Dass auch der Preis des XC40 deutlich geringer ist als der Preis der Schwestermodelle, trägt zusätzlich zur Attraktivität bei“, sagt die junge Frau, die gemeinsam mit Eltern, Bruder und Ehemann die Geschicke des Familienunternehmens lenkt. Trommelwirbel, Tusch! Der Vorhang öffnet sich und das Publikum stürmt auf die automobilen Schönheiten im Scheinwerferlicht. Im Nu wogt die Menge rund um die funkelnden Karossen. Türen, Heckklappen und Motorhauben werden geöffnet. Nur wenige schaffen es, das Fahrzeug in Ruhe zu inspizieren oder darin Platz zu nehmen.

Die Bröhans lassen ihren Kunden den Vortritt. Sie haben Interessierte zur feierlichen Präsentation im Hamburger Hafen eingeladen. Wie viele tatsächlich gekommen sind, wissen sie nicht genau. „Es ist schwer, unter so vielen Menschen zuzufinden. Und nicht alle schätzen eine große Veranstaltung wie diese“, sagt Marketing-Fachfrau Catharina Bröhan. „Deshalb werden wir für all jene, die es ruhiger und familiärer mögen, im kommenden Frühjahr für den XC 40 in unserem Hause eine eigene Premieren-Feier veranstalten.“

■ Kontakt: 21635 Jork-Königreich,
Königreicher Str. 15-17, Telefon: 0 41 62/943 00
21684 Stade-Wiepenkathen,
Gravenhorst-Weg 4, Telefon: 0 41 41-991 10
www.autohaus-broehan.de

25

#tutech25

Wer sagt, dass man nicht auch im Alter jung bleiben und lernen kann? 25 Jahre im Technologie- und Wissenstransfer, als Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, als Innovationsmotor in der Region. Und wir lernen ständig dazu, auch das hält jung. Unsere Kolleginnen vom Team Consultancy & Competence Development bieten Workshops und Seminare für lebenslanges Lernen.

Schauen Sie mal rein und bleiben Sie jung: <http://tutech.academy>



TUTECH INNOVATION GMBH
Harburger Schlossstr. 6-12
21079 Hamburg, Germany

TUTECH.DE

Innovatives Lüneburg

Lünale 2017: Vergabe der wichtigsten regionalen Wirtschaftspreise

Nicht mehr wegzudenken aus dem Lüneburger Wirtschaftsleben ist die Lünale, die unter Federführung der Lüneburger Wirtschaftsförderung im November 2010 Premiere feierte. Bei der Verleihung der wichtigsten Lüneburger Wirtschaftspreise dabei zu sein, ist ein Muss für die Unternehmen und die Akteure der regionalen Wirtschaft. In diesem Jahr fand die Lünale erstmalig im „Palais im Werder“ des Lüneburger Romantikhôtels Bergström statt. 300 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung verfolgten die Verleihung der vier wichtigsten Lüneburger Wirtschaftspreise. Organisator der Veranstaltung war wie in jedem Jahr die Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Stadt und Landkreis Lüneburg mbH.



Insel-Solaranlagen abseits des Stromnetzes: Mit dem Gründerpreis „impuls“ ausgezeichnet wurde der Lüneburger Jungunternehmer Cezary Robert Pokorny (links). Den Preis überreichten Laudator Torsten Schrell, Sparkasse Lüneburg (Mitte), und Gerd Ulrich Chors, Volksbank Lüneburger Heide.

Gründerpreis „impuls“

Mit dem von der Sparkasse Lüneburg und der Volksbank Lüneburger Heide eG über 1500 Euro ausgelobten Gründerpreis „impuls“ würdigte die Lünale den Lüneburger Cezary Pokorny, Gründer der Wattstunde GmbH. Das Unternehmen im Herzen der Stadt hat sich auf qualitativ hochwertige Solarmodule und Komponenten für unabhängige Solar-Inselanlagen spezialisiert. Sie werden dort installiert, wo die Anbindung an das öffentliche Versorgungsnetz nicht gegeben ist und es kein Tageslicht gibt. Dazu zählen unter anderem Bushaltestellen, Messstationen, Parkscheinautomaten, Straßenbeschilderung, Boote und Gartenhäuser. Darüber hinaus entwickelte das achtköpfige Team um Pokorny in Zusammenarbeit mit der TU München ein Elektroauto, das afrikanischen Anforderungen entspricht.

» <https://www.wattstunde.de/>



Den Leuphana-Ideenpreis überreichten Dr. Sabine Johannsen (N-Bank) und Nicole Adank (rechts) an Florian Wunderlich, den Erfinder der Internet-Suchmaschine „bestEV“.

Leuphana Ideenpreis

Der Leuphana Ideenpreis über 1500 Euro, ausgelobt von der Rainer-Adank-Stiftung und unterstützt von der NBank, ging an Florian Wunderlich für sein Konzept „bestEV“, eine Webentwicklung für die Besitzer von Elektrofahrzeugen. Das Thema Elektromobilität fasziniert den 28-jährigen Studenten seit Jahren. Aktuell plant er eine Webentwicklung, die Besitzern von Elektrofahrzeugen eine schnelle Übersicht über neue Produkte und Dienstleistungen verschaffen soll. Darüber hinaus lässt sich das innovative Suchmaschinen-Konzept leicht auf andere Bereiche übertragen – wie zum Beispiel Wissenschaft, Software-, Kosmetik- oder Spieleindustrie.

» <https://www.youtube.com/watch?v=Z-So52AKaKhk&feature=youtu.be>



„Unsere Kunden sind das höchste Gut.“ Den begehrten Mittelstandspreis für die Lüneburger Werbeagentur G.V.K. nahmen Sebastian Langlotz (zweiter von links) und Ulf Hinze (zweiter von rechts) entgegen. Den Preis überreichten das Jury-Mitglied Siegfried Ziehe (links) und Laudator Ralph G. Matzen.

Mittelstandspreis

Stolz nahmen Ulf Hinze und Sebastian Langlotz als Vertreter der G.V.K.-Geschäftsleitung den Mittelstandspreis des Wirtschaftsforums Lüneburg e.V. entgegen. Die vor fast 40 Jahren von Claus-Peter Langlotz und Horst Pletz gegründete „Gesellschaft für Kommunikation“ beschäftigt 120 Mitarbeiter und zählt zu den Top Twenty der inhabergeführten Werbeagenturen Deutschlands. Darüber hinaus sind von den 20 größten deutschen Markenartikelunternehmen immerhin neun G.V.K.-Vertragskunden. Wie lässt sich dieser Erfolg erklären? Dazu Laudator Ralph G. Matzen, geschäftsführender Gesellschafter der Lüneburger Matzen Schlauch-Technik GmbH & Co.KG, der den griechischen Philosophen Seneca einspannte: „Nie hat es einen großen Geist ohne eine Portion Wahnsinn gegeben.“

» <http://www.gvk.de/>



Geehrt für ihr unternehmerisches Lebenswerk wurden Dr. Hans Windauer (links) und Hartmut Krome (Mitte). Die Laudatio hielt Günther Strube.

Fotos: Martina Brinkmann

Sonderehrung des Lebenswerks

Im Zweijahresrhythmus verleihen die vier Preisstifter gemeinsam eine Sonderehrung zum Thema Lebenswerk. Aktuell erhielten Hartmut Krome und Dr. Hans Windauer den Preis für ihre Verdienste um den Aufbau des Unternehmens Werum Software & Systems AG. Es wurde Ende 2013 in zwei Unternehmen aufgeteilt. Während die neu gegründete Werum Software & Systems CIS AG eigenständig blieb, wechselte die Werum IT Solutions AG unter das Dach der Körper AG. Beide Unternehmen nutzen damit Wachstumsmöglichkeiten in ihren jeweiligen Geschäftsfeldern und schaffen zukunftsfähige Arbeitsplätze in der Region Lüneburg. Zudem fördert die Werum IT Solutions GmbH das Interesse von Schülern und Jugendlichen an naturwissenschaftlichen und technischen Themen.

» <https://www.werum.de/de/gb/home.jsp>
Web: www.luenale.de



Der Handwerkerpreis für den vorbildlichen Einsatz der EDV im Adendorfer Familienbetrieb Hannebohm Heizung – Sanitär GmbH nahmen Christian Hannebohm und Tochter Nicole Hannebohm entgegen. Den Preis überreichten Fedor Zimmermann (Volksbank, hinten von links), Handwerkskammer-Vizepräsidentin Heidi Kluth und Thomas Kruse (Sparkasse).

Handwerkerpreis

Auch den „Handwerkerpreis“ stiften die Sparkasse Lüneburg und Volksbank Lüneburger Heide eG – dieses Mal verliehen an das Adendorfer Familienunternehmen Hannebohm Heizung – Sanitär GmbH. Als einer der wenigen Handwerksbetriebe setzte das Unternehmen die digitale Technik erfolgreich ein, so die Vizepräsidentin der Lüneburger Handwerkskammer, Heidi Kluth. Ob digitaler Terminplaner, Kundendatenbank oder Warenverträge, 3D-Planungen für das neue Bad oder die Nutzung sozialer Netzwerke zur Kundenbindung – das Adendorfer Unternehmen gilt als vorbildlich bezüglich des Einsatzes der digitalen Technik. Vizepräsidentin Kluth: „Es besteht großer Aufklärungsbedarf hinsichtlich der Digitalisierung im Handwerk. Deshalb haben wir es in diesem Jahr thematisiert. Denn wer diese Entwicklung nicht mitmacht, ist irgendwann weg.“

» <http://www.hannebohm.com/>

Niedersachsens Regierung steht

Das sind die wichtigen Punkte der Süderelbe-Region

Dr. Olaf Krüger (Süderelbe AG) plädiert für eine wesentlich engere Zusammenarbeit zwischen Hamburg und Hannover

Was sich auf Bundesebene als schwere Geburt darstellt, ist in Niedersachsen ohne großes Getöse über die Bühne gegangen: SPD und CDU haben sich zu einer großen Koalition zusammengeschlossen, um die Geschicke des Landes gemeinsam zu lenken. Mit dem CDU-Landesvorsitzenden Bernd Althusmann hat Ministerpräsident Stefan Weil nicht nur einen Stellvertreter im Amt des Wirtschaftsministers an seiner Seite, sondern auch einen Seevetaler, der sich in der Süderelbe-Region auskennt. Ein Vorteil, wie Dr. Olaf Krüger, Vorstand der Süderelbe AG, betont, denn da müsse man nichts erklären. Er nimmt die neue Konstellation im niedersächsischen Landtag zum Anlass, noch einmal die aus seiner Sicht für die Entwicklung der südlichen Metropolregion Hamburg wichtigsten Punkte zusammenzufassen.

Krüger: „Die Metropolregion Hamburg gehört zu den großen Wirtschaftsräumen Nordeuropas und ist der bedeutendste Wirtschaftsraum Norddeutschlands. Sie ist gekennzeichnet durch eine Mischung aus verdichteten Zentren und ländlichen Räumen. Innerhalb der Metropolregion bildet die Süderelbe-Region mit rund 771 000 Einwohnern und 211 000 Beschäftigten eine bedeutende Teilregion, die sich aus den drei niedersächsischen Landkreisen Harburg, Lüneburg und Stade sowie dem Bezirk Harburg der Freien und Hansestadt Hamburg zusammensetzt. Was mich besonders freut: Im Gegensatz zum Koalitionsvertrag von 2013, den SPD und Grüne vereinbart hatten, steht jetzt explizit das Thema Luftfahrt im Vertrag. Das ist für uns ein wesentlicher Wirtschaftszweig.“

Krüger hat sieben wesentliche Handlungsfelder für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Hamburg und Niedersachsen aufgeführt, die im Zuge der weiteren Diskussion durch einen entsprechenden Maßnahmenkatalog konkretisiert werden sollten:

INNOVATION UND WACHSTUM: Für die Metropolregion Hamburg existiert bis heute keine gemeinsame Innovations- und Wachstumsstrategie. Das sollte sich ändern. Für die Süderelbe-Region sollte eine gemeinsame Strategie entwickelt werden, die regional verankert ist und seitens der Landesregierungen in Hamburg und Hannover mitgetragen und unterstützt wird.



Dr. Olaf Krüger ist Vorstandsvorsitzender der Süderelbe AG und als solcher gleichermaßen in Hamburg und Niedersachsen aktiv.
Foto: Wolfgang Becker

INFRASTRUKTUR: Eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und Breitbandversorgung ist Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Wirtschaftsentwicklung und Standortpolitik. Neben der Abstimmung über Planung, Bau und Umsetzung großer Infrastrukturprojekte wie der A26 und der A39 ist für die Süderelbe-Region eine bessere Koordination und Abstimmung über sämtliche größere Instandsetzungs- und Erhaltungsmaßnahmen zwischen den Bundesländern Niedersachsen und Hamburg anzustreben. Ein Verkehrskoordinator sollte zeitnah eingesetzt werden. Eine Übereinkunft dazu gibt ja.

STANDORTMARKETING: Eine aktive Positionierung und Vermarktung der Metropolregion Hamburg findet national und international derzeit nicht oder nur in Einzelfällen statt. Aufgrund der bestehenden Vermarktungsstrategien auf Ebene der vier Bundesländer wird es hier kurz- bis mittelfristig wohl keine Veränderung geben. Die Süderelbe-Region sollte daher stärker als bisher als Teilregion der Metropolregion Hamburg positioniert und vermarktet werden.

ÖFFENTLICHE FÖRDERPROGRAMME: Die Förderprogramme der Bundesländer Hamburg und Niedersachsen enden heute jeweils an den Landesgrenzen. Die Begleitung bundeslandübergreifender Projekte mit Fördermitteln aus einem Bundesland ist daher im Regelfall nicht oder nur in Ausnahmefällen möglich. Hier bestehe dringender Handlungsbedarf, was auch von der neuen Landesregierung als Ziel erkannt sei. Die Entwicklung gemeinsamer Förderprogramme könnte zudem ein Alleinstellungsmerkmal der Süderelbe-Region bilden.

REGIONALPLANUNG: Eine abgestimmte Regionalplanung zur Sicherung von Flächen für Wohnen und Gewerbe könnte die weitere Entwicklung der Süderelbe-Region befördern und die Zukunftschancen steigern. Um die Chancen der Siedlungsentwicklung vor allem entlang der Verkehrsachsen gemeinsam zu heben, ist eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit gefordert. So sollte eine Abstimmung über eine bundeslandübergreifende Gewerbeflächenpolitik erfolgen, welche die Idee grenzüberschreitender Gewerbegebiete aufgreift und eine angebotsorientierte Gewerbeflächenpolitik sicherstellt.

GRÜNDUNGEN: Ebenso ist im Bereich der Unterstützung und Begleitung von Gründungen eine weitere grenzüberschreitende Zusammenarbeit wünschenswert. Zur Begleitung dieses Themas hat sich bereits ein entsprechender Arbeitskreis unter Koordination der Süderelbe AG gebildet, welcher die zahlreichen Angebote in der Region bündeln und transparenter machen soll. Ziel ist ein bundesland- und branchenübergreifender Ausbau des Gründernetzwerks. Die Einrichtung eines Risikokapitalfonds für die Süderelbe-Region könnte ein weiteres Alleinstellungsmerkmal bilden. Hier sind eventuell auch die regionalen Kreditinstitute als Unterstützer gefordert.

FACHKRÄFTE: Nach aktuellen Schätzungen werden allein im IHK-Bezirk Lüneburg-Wolfsburg bis 2030 rund 50 000 Fachkräfte fehlen. Ein überregionales Fachkräfte- und Regionalmarketing wäre ein sinnvoller Baustein für Unternehmen bei der Suche nach den „besten Köpfen“. Um Unternehmen dabei zu unterstützen, ihren individuellen Bedarf an qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern langfristig zu decken, sollte daher ein Fachkräfteportal für die (südliche) Metropolregion Hamburg etabliert werden. Die Süderelbe AG wird daher in Kürze ein Projekt zur Ausweitung des bereits in Hamburg installierten Fachkräfteportals „YoJo“ starten und somit eine Brücke zu den in der Süderelbe-Region vorhandenen Fachkräftebündnissen schlagen. Krüger: „Es geht nicht darum, sich innerhalb der Region die Fachkräfte abzuwerben – wir stehen im nationalen und internationalen Wettbewerb. Deshalb müssen wir uns gut aufstellen.“

» Web: www.suederelbe.de

„Die EU ist kein Blitzableiter!“

Parlamentarischer Abend der MIT: Hans-Gert Pöttering über unruhige Zeiten in Europa

Zwei Jahre musste Wilfried Uhlmann, Vorsitzender der CDU-Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung Harburg Land, auf diesen Gast warten, dann klappte es endlich: Uhlmann präsentierte mit Dr. Hans-Gert Pöttering den ehemaligen Präsidenten des Europäischen Parlaments (2007 bis 2009) und stellte den 24. Parlamentarischen Abend auf dem Hof Kröger in Handeloh-Wörme damit unter ein Thema, das viele Menschen derzeit bewegt: Europa.

Europa erlebt derzeit unruhige Zeiten. Das Brexit-Theater der Briten, die Verselbstständigungstendenzen der Katalanen in Spanien, die nationalistischen Töne in Polen, Ungarn und Tschechien, russische Manöver an den östlichen Grenzen, das EU-Verhältnis zu den USA, Migration – die Themen könnten Bücher füllen. Pöttering, heute Vorsitzender der Konrad-Adenauer-Stiftung, streifte sie alle, manchmal nur mit wenigen Sätzen, und scheute sich nicht, seine Meinung zu sagen. Etwa so: „Das Recht hat die Macht – und nicht die Macht das Recht. Das müssen wir verteidigen.“ Parolen wie „America first“ führten zu nichts Gutem. Speziell die Austrittserklärung der Briten ist Pöttering ein Dorn



Der ehemalige Präsident des EU-Parlaments, Dr. Hans-Gert Pöttering, sprach auf dem Krögerhof in Wörme vor fast 200 Gästen der CDU-Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung MIT Harburg Land.
Foto: Wolfgang Becker

im Auge: „Das zu erleben, ist die größte Enttäuschung in meiner politischen Laufbahn.“ Er habe leidvolle Erfahrungen mit Ex-Premier David Cameron gemacht, der die EU über Jahre hinweg schlecht gere-

det habe. Da habe auch die späte Wende gegen den Brexit nichts mehr ausrichten können. Pöttering: „Brüssel und die EU sind keine Blitzableiter nationaler Politik! Wenn wir uns innerhalb der EU nicht einig sind, werden wir in der Welt einflusslos.“

Die größte Enttäuschung

Auch das Thema Migration kam auf den Tisch. Sogar mit einem Schuss Selbsterkenntnis: „Wir haben viel zu lange auf das Dublin-Abkommen gepocht und gemeint, dass die Migration das Problem von Italien und Griechenland sei. Das war ein Fehler. Wenn ein Land in der EU ein großes Problem hat, dann ist das ein Problem der gesamten EU. Das verstehe ich unter Solidarität.“

Zu guter Letzt kam der prominente Gast auf den Begriff Heimat zu sprechen – ohne direkt auf entsprechende AfD-Parolen abzuheben. Pöttering sieht EU-Bürgerschaft als Dreiklang: „Heimat – Vaterland – Europa. Diese drei Identitäten gehören zusammen. Das macht die EU-Bürgerschaft aus.“ Wer seine Heimat über die EU stellt, riskiere am Ende Krieg.

wb

Kunst verbindet... Menschen



Das sind die Künstler, mit denen der hit-Technopark das kommende Jahr kunstvoll bestreitet (von links): Christel Lechner (mit Rose), Laura Lechner, Tomasz Paczewski, Detlef Klein und Corinna Korth.

Fotos: Martina Berliner

hit-Technopark stellt die Werke sechs Kunstschaffender aus der Metropolregion Hamburg vor

Kreative Menschen mit unterschiedlichen Ideen und Talenten miteinander zu vernetzen – das gehört zum Grundkonzept des hit-Technoparks. Deshalb engagiert sich der Technologiepark, in dessen modernen Bürogebäuden mehr als 100 kleine und mittelständische Firmen überwiegend aus der Technologiebranche angesiedelt sind, seit vielen Jahren als Gastgeber und Veranstalter von Ausstellungsreihen. Denn Kunst regt die Betrachter dazu an, miteinander zu kommunizieren und wirkt

deshalb verbindend. Diesmal stellt hit-ART sechs Künstler vor, die sich ausnahmslos dem Thema Mensch widmen – allerdings inhaltlich und methodisch auf sehr unterschiedliche Weise.

Gezeigt werden Skulpturen, Installationen und Bilder. Christel Lechner präsentiert lebensnahe Betonfiguren. Die Gemälde ihrer Tochter Laura Lechner dagegen wirken wie aus einer magischen, hinter einem Dunstschleier verborgenen Welt. Ganz real sind die Bilder von Detlef Klein. Gesten, Körper-

haltung und Kleidung der dargestellten Personen verweisen auf Verhaltenskodex und Dresscode unserer Zeit. Inge Hertling widmet sich der Frage, was die Individualität eines Menschen ausmacht. Die menschliche Abhängigkeit von technologischen Entwicklungen greift Corinna Korth in ihren Installationen auf. Tomasz Paczewskis Bilder – gerastert, ornamental, verpixelt – sprechen die Kraft der Fantasie an. Selbstverständlich sind die gezeigten Werke nicht nur zu sehen, sondern auch zu erwerben.

An der Auftaktpräsentation sind alle Künstler mit ihren Werken beteiligt (noch bis 5. Januar). Es folgen Einzelausstellungen: Christel und Laura Lechner (8. Januar bis 2. März), Tomasz Paczewski (5. März bis 27. April), Detlef Klein (30. April bis 29. Juni), Corinna Korth (2. Juli bis 31. August) und Inge Hertling (3. September bis 26. Oktober).

■ **Kontakt:** hit-Technopark, Tempowerkring 6, Hamburg-Hausbruch, Telefon 0 40/790 12-345
Web: www.hit-technopark.de

„Der Arzt wird immer mehr zum Unternehmer“

Steuerberater Manuel Beecken (Dierkes Partner) hat sich als Fachberater für das Gesundheitswesen auf ein besonderes Thema spezialisiert

Die ärztliche Versorgung gerade in ländlichen Gebieten entwickelt sich immer mehr zum Problem. Soeben haben SPD und CDU im Rahmen ihrer Koalitionsverhandlungen für Niedersachsen beschlossen, mehr Medizin-Studienplätze einzurichten, um die Situation zu verbessern. Volle Wartezimmer, Budgetierung, Probleme bei der Suche nach Nachfolgern – die Herausforderungen, vor denen insbesondere Praktische Ärzte stehen, sind häufig immens. Und nicht selten ein Fall für den Steuerberater. Mit Manuel Beecken hat die Kanzlei Dierkes Partner nun einen Fachberater für das Gesundheitswesen in ihren Reihen. Er ist Ansprechpartner für Ärzte, Apotheker, Kliniken und Sanitätshäuser.

Arbeit ohne Vergütung?

„Wir wollen im Bereich des Gesundheitswesens ein weiteres Standbein aufbauen. Deshalb habe ich den Lehrgang belegt. Im Bereich der Medizin gelten besondere Regeln, die man einfach kennen muss, um sich mit Mandaten auf Augenhöhe zu beraten“, sagt Beecken. Der Lehrgang, den der Deutschen Steuerberater-Verband e.V. anbietet, hatte es durchaus in sich: 120 Stunden Fortbildung, zwei Leistungskontrollen und die Bearbeitung praktischer Fälle. Beecken: „Aus dem Bereich Hamburg waren nur vier Kollegen dabei – ich denke, dieses Thema hat Potenzial und wird unseren Berufsstand noch fördern.“



Manuel Beecken hat sich als Steuerberater auf die Berufsgruppe der Ärzte, Klinikbetreiber, Apotheker und medizinischen Dienstleister spezialisiert.

Die besonderen Herausforderungen für den Fachberater im Gesundheitswesen liegen im Geldfluss. In der Regel stellen die Krankenkassen einen Betrag x zur Verfügung, der über die Kassenärztlichen Vereinigungen (KV) an die Ärzte weiterverteilt wird. Pro Quartal gibt es für den Arzt ein Budget – ist es verbraucht und das Wartezimmer trotzdem voll, arbeitet er quasi ohne Vergütung. Anders ausgedrückt: Mehr Behandlungen bringen nicht unbedingt mehr Einkommen. Aufgerieben zwischen dem Hippokratischen Eid, den unternehmerischen Aspekten der Praxisführung und der Fürsorge für die eigene Gesundheit geraten insbesondere Praktische Ärzte zunehmend in Konflikte. Beecken: „Der Arzt wird immer mehr zum Unternehmer. Das Gesundheitssystem erfordert zwangsläufig eine Optimierung, was von Patienten natürlich nicht immer nach-

vollzogen werden kann. Ein Beispiel: Es gibt Fälle, die können nur abgerechnet werden, wenn drei Arztkontakte im Quartal erfolgt sind. Kommt so ein Patient zum ersten Mal kurz vor Ende des Quartals, wundert der sich, wenn er gebeten wird, im nächsten Quartal wiederzukommen.“ Auch hier gibt es also Konfliktpunkte: Der Anspruch des Patienten auf sofortige Behandlung steht im Widerspruch zu den Abrechnungsmodalitäten. Dazu sagt Beecken: „Interessanterweise steht im Sozialgesetzbuch diese Formulierung: Die Gesundheitsversorgung muss ausreichend erfolgen. Also nicht befriedigend oder gar gut, sondern nur ausreichend. Wie soll ein Arzt das seinen Patienten erläutern?“

Wie viel ist die Praxis wert?

Ein anderes Thema, mit dem sich Beecken befasst, ist die Nachfolgeregelung für Arztpraxen, hier insbesondere die Bewertung. Häufig haben die Praxisbetreiber viel Geld investiert – in der Erwartung, dieses Investment quasi als Altersversorgung zum Ende des Berufslebens rekapitalisieren zu können. Doch Beecken warnt vor überzogenen Hoffnungen: „Wenn es keinen Interessenten gibt, ist die Praxis nichts wert. Das gibt dann ein böses Erwachen.“ Ein anderes Thema: Nur weil der Allgemeinmediziner im Nachbarort seine Praxis geschlossen hat und im Quartal nun plötzlich 100 Patienten zusätzlich im eigenen Wartezimmer sitzen, wandert das Budget nicht einfach so mit. Ebenfalls ein

Fall für Beecken, der beratend zur Stelle ist und Ärzten helfen kann.

Zur Praxisbewertung zählt auch die Standortbewertung. Manuel Beecken: „In städtischen Lagen ist die Situation durchweg günstiger als auf dem flachen Land. Ich helfe bei der gutachterlichen Wertermittlung.“ Die eingangs erwähnte Unterversorgung in Niedersachsen und die jetzt formulierte Absichtserklärung der GroKo hat noch einen speziellen Hintergrund, wie Beecken erläutert: „Die Frauenquote im Medizinstudium steigt. Viele Ärztinnen arbeiten allerdings lieber auf Teilzeit-Basis. Sie stehen als potenzielle Nachfolgerinnen nicht zur Verfügung. Das sorgt für zusätzlichen Druck. In der Folge werden Praxen zunehmend in Medizinische Versorgungszentren (MVZ) umgewandelt. Sie werden dadurch zu Außenstellen großer Klinikkonzerne. Diese Entwicklung sehen wir allerdings eher im Facharztbereich.“ 2015 wurde es gesetzlich ermöglicht, MVZs in kommunaler Trägerschaft einzurichten. Vereinzelt Kommunen in Niedersachsen spielten mit dem Gedanken, schreckten nach Auskunft der KV aber letztlich vor den finanziellen Risiken zurück. Gestorben sei das Thema allerdings noch nicht, so die Auskunft, kommunale Trägerschaft könne funktionieren, wenn weitere Geldgeber einsteigen würden. Lediglich in Büsum sei das Modell bislang umgesetzt worden – das dortige kommunale MVZ gilt als das bundesdeutsche Vorzeigeprojekt. wb

➔ **Web:** www.dierkes-partner.de

Ärztenotstand in Niedersachsen

Gegenwärtig sind in Niedersachsen 360 Hausarztstühle unbesetzt. Hinzu kommt, dass in den kommenden zehn Jahren etwa 1000 niedergelassene Ärzte in den Ruhestand gehen werden. Vor diesem Hintergrund haben die Kassenärztliche Vereinigung und der Niedersächsische Städte- und Gemeindebund ihre Forderung nach Aufstockung der Studienplätze erhoben. Das Teilleistethema führe dazu, dass künftig eine Arztstelle von mehreren Personen ausgefüllt werden müsse. Als weitere Forderung wird die Einführung der sogenannten Landarztquote gestellt, wonach zehn Prozent der Medizinstudienplätze vorab an Bewerber vergeben werden können, die sich verpflichten, nach dem Studium und der fachärztlichen Weiterbildung für bis zu zehn Jahre als Hausarzt in ländlichen Regionen zu arbeiten. Zudem solle eine Niederlassungsförderung aufgelegt werden. wb



Karen Ulrich
— IMMOBILIEN —

BEI IMMOBILIENFRAGEN
KOMMEN WIR ZU IHNEN

MAKLER MIT HERZ SEIT 1987

Büro Fleestedt: | 21217 Seevetal
Winsener Landstr.18 | 04105 - 55 44 57

www.ulrich-immobilien.eu

Büro Maschen: | 21220 Seevetal
Grävenskuhlen 8 | 04105 - 55 44 55



Vor dem HOBUM-Logo im Harburger Seehafen: Die Vorstandsmitglieder Udo Stein (von links), Arnold G. Mergell und Jochen Winand mit Geschäftsführerin Uta Rade (rechts) und der neuen Marketing-Mitarbeiterin Eliane Aspiazu de la Vega.
Foto: Wolfgang Becker



Der Vorsitzende des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden, Jochen Winand (links), und sein designierter Nachfolger, Arnold G. Mergell (rechts), präsentierten am traditionellen „Herrenabend“ einen Gast „von der anderen Seite“: IG BCE-Chef Michael Vassiliadis.

Projektentwickler im Gespräch: Frank Lorenz (links) von der Lorenz Gruppe und Heinrich Wilke von Imentas.

Fotos: Wolfgang Becker



Von wegen alles Herren: Kersten Witte (Kuhn+Witte, von links), Nicole Maack (Maack Feuerschutz), Nina Menneke (Mennekens Communications) und Maja Gümser (Dierkes Partner) stoßen schon mal an.



Campus-Themen im Lindtner-Foyer: Heinrich A. Rabeling (von links), Geschäftsführer des Harburger Elbcampus' der Handwerkskammer, mit den Professoren Dr. Martin Betzler und Dr. Steffen Warmbold von der Hochschule 21 in Buxtehude.

„Wir sind das Bindeglied“

Digitalisierung, Infrastruktur, Innovationen und die TUHH: Das sind die Themen, mit denen der designierte Vorsitzende des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden, Arnold G. Mergell, in die Zukunft startet

Der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden versteht sich nicht nur als Vertretung der 270 Unternehmen, die Mitglied sind, sondern auch als Fürsprecher für den Standort südlich der Elbe, als Berater und Sparringspartner der Politik und als Netzwerk-Institution. Über allem steht die Überzeugung, dass sich viele Probleme gemeinsam stets besser regeln lassen. Das wird sich auch nicht ändern, wenn Arnold G. Mergell zum Jahreswechsel den Vorsitz von Jochen Winand übernimmt. Bei einer Pressekonferenz gaben Mergell, Winand und Vorstandsmitglied Udo Stein jetzt einen Ausblick auf die kommenden Jahre, die – da sind sich alle einig – im Hinblick auf die Digitalisierung zu umwälzenden Veränderungen führen dürften.

Der Austausch zählt

Mergell, direkter Nachkomme eines der Gründerväter des jetzt 70-jährigen Vereins, hält den persönlichen Austausch für den Klebstoff, der die Akteure im Süden der Hansestadt zusammenhält. Der Wirtschaftsverein bietet dazu reichlich Gelegenheit – bei den Monatsveranstaltungen und beim traditionellen Herrenabend. Darüber hinaus hat sich der Verein mit der „Harburg Vision 2020/50“ eine Zukunftsaufgabe verordnet, die in mittlerweile vierter Auflage vorliegt und in den fünf Hauptarbeitsgruppen bis zu 70 Mitglieder aktiv in die Diskussion über die Wirtschaft im Hamburger Süden einbindet. Mergell mit Blick auf Unternehmen, Verwaltung und Politik: „Wir sind das Bindeglied.“ Er plädiert dafür, dass sich der Verein künftig noch stärker im Norden Hamburgs, sprich im Senat, und in Hannover, Sitz der niedersächsischen Landesregierung, bemerkbar macht. Anlässe für Einmischung gibt es reichlich. Ob Verkehrsfragen oder das Thema Wohnungsbau vs. Wirtschaft – viele ungelöste Probleme gilt es in Zukunft zu lösen. Eines der wichtigsten Themen betrifft indes die Technische Universität Hamburg, die laut Mergell unter einer chronischen Unterfinanzierung leidet. Zwar habe der Senat der Erhöhung der Studentenzahlen von 6000 auf 10000 auf der Tonspur zugestimmt, doch während andere Regionen zig Millionen Euro in vergleichbare Zentren investierten, sei die finanzielle Situation der TUHH bedauerlicherweise permanent angespannt. Gerade für das große Thema Innovation sei die TUHH aber ein unverzichtbarer Partner in der Metropolregion.

Dass der Verein durchaus seine bisherigen Grenzen ausweiten will, zeigt auch diese Bemerkung: Laut Mergell gibt es bereits Überlegungen im Wirtschaftsverein, künftig noch stärker mit den Industrie- und Handelskammern in Stade und Lüneburg-Wolfsburg zusammenzuarbeiten. wb

Von Wolfgang Becker

Zwischen „Blumenkohlsuppe mit sautierten Garnelen“ und „Rosa-Hirschrücken-Medaillons auf Kartoffel-Maronen-Püree“ (der Akzent geht auf den Küchenchef) passt als Zwischengang garantiert ein wenig Volkswirtschaftslehre, Politologie und Gewerkschaftskunde. So geschehen beim traditionellen „Herrenabend“ des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden im Hotel Lindtner, der aus Anlass seines 70-jährigen Bestehens mit einem Gast „von der anderen Seite“ aufwartete: Michael Vassiliadis, Vorsitzender der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie und Energie (IG BCE), ließ vor den mehr als 300 Gästen allerdings schnell durchblicken, dass er nichts gegen unternehmerischen Erfolg hat: „Wenn Sie erfolgreich sind, fängt für mich die Party erst an.“ Kurz: Arbeitgeber sind nicht seine Feinde, sondern Verhandlungspartner auf Augenhöhe. Den Gegner hat Vassiliadis woanders ausgemacht – in der Politik.

Wer weiß heute noch, dass der Vorläufer der IG BCE vor 127 Jahren auch in Harburg gegründet wurde? Der Deutsche Fabrikarbeiterverband war zu Bismarcks Zeiten zwar ein verbotener Kommunisten-Club, aber die Arbeiter politisierten und formierten sich, um ein Gegengewicht zu bilden und für eigene Rechte zu kämpfen. Und heute? Der letzte Streik der heutigen IG BCE fand 1971 statt,

Kritische Worte zwischen Blumenkohlsuppe und Hirschrücken

Beim „Herrenabend“: Gewerkschaftschef Michael Vassiliadis (IG BCE) rechnet mit der Politik ab

was aber für Vassiliadis eher ein gutes Zeichen ist. Ihn treiben ganz andere Gedanken um: „Was ist das Gefährlichste für Deutschland? Dass wir zu erfolgreich werden, denn dann werden wir dekadent.“

Innovation als Basis für Nachhaltigkeit

Das Thema des Abends lautete „Innovationsstrategien für eine nachhaltige Entwicklung Deutschlands“, doch anders als manche Politiker versteht der Gewerkschaftschef unter Nachhaltigkeit nicht eine rein ökologische Ausrichtung, sondern auch den Beibehalt von Wirtschafts- und Innovationskraft. Den Atomausstieg, die Debatte um ein Verbot

von Verbrennungsmotoren und die Energiewende zählt er ganz eindeutig nicht dazu, denn die wichtigen Innovationen auf dem Weg dahin fehlten. Vassiliadis: „Wir haben die Ökologie in Deutschland über drei Jahrzehnte nicht ernstgenommen. Mehr noch, wir fühlten uns regelrecht belästigt.“ Deutschland habe es in dieser Zeit versäumt, Vorreiter in Sachen Kreativität und neue Technologien zu werden. Dies wäre aber wichtig gewesen, um soziale Verzerrungen zu vermeiden.

Am Beispiel der Energiewende machte der Gast deutlich, was das bedeutet: „Wir haben den Atomausstieg beschlossen und teilweise auch schon umgesetzt. Damit haben wir die günstigste Art der Stromerzeugung gekappt.

Die Mehrkosten gehen zulasten der gesamten Gesellschaft, denn mit regenerativen Energien können wir das nicht kompensieren. Auch deshalb nicht, weil wir keine Leitungen gebaut haben, um Windstrom von der Küste ins Land zu bringen, und keine Stromspeicher, in denen überschüssige Energie zwischengelagert werden kann.“

Mit der Politik ging Vassiliadis hart ins Gericht: „Die Union hat ihre ökonomische Kompetenz abgebaut. Die SPD distanziert sich heute von ihren eigenen Ideen, die den Wirtschaftsaufschwung erst möglich gemacht haben. Die FDP verkam zeitweise zur Spaßpartei. Und die Grünen machen Politik in Bildern, das könnte man fast schon religiös nennen. Was erleben wir? Bilder, die die Zukunft symbolisieren. Als hätten wir in fünf Jahren nur noch Elektroautos. Das ist doch völliger Quatsch.“ So viel zum Thema Dekadenz.

Die Hauptbotschaft des Gewerkschafters: „Investitionsunterlassung ist das Gegenteil von Nachhaltigkeit.“ Kurz: Vor dem Atomausstieg hätte eine Phase der Innovationen stehen müssen, die ihn erst ermöglichen, ohne die deutsche Wirtschaft zu schwächen. Stattdessen treibe jede Art von Ausstiegsdebatte die Kosten hoch. In den energieintensiven Industrien seien deshalb die Abschreibungen heute höher als die Investitionen. Kein gutes Zeichen für den Wirtschaftsstandort und die Menschen, die in Deutschland leben. Die IG BCE spricht übrigens für 650 000 Mitglieder . . .

Generationswechsel im Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden

Arnold G. Mergell wird neuer Vorsitzender – Jochen Winand wechselt nach 31 Jahren Vorstandsarbeit in den Beirat – Heinz Lüers gibt Beiratsvorsitz ab

Nach 27 Jahren an der Spitze des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden legt Jochen Winand den Vorstandsvorsitz in jüngere Hände. Arnold G. Mergell wird das Amt übernehmen und die einflussreiche Harburger Wirtschaftsvertretung weiterführen. Winand wechselt zum 1. Januar 2018 in den Beirat und übernimmt dort im kommenden Jahr den Vorsitz – er bleibt dem Wirtschaftsverein also erhalten. Diese Personalie wurde beim traditionellen „Herrenabend“ im Privathotel Lindtner bekanntgegeben und von den mehr als 300 Gästen mit „Standing Ovation“ für Winand bedacht. Zuvor hatte der scheidende Vorsitzende den derzeitigen Beiratsvorsitzenden, Heinz Lüers, offiziell verabschiedet. Der Vorstandsvorsitzende der Sparkasse Harburg-Buxtehude tritt im kommenden Jahr in den beruflichen Ruhestand und wird zum Jahresende nach fast 17 Jahren sein Ehrenamt im Beirat, davon gut zehn Jahre



Stühlerücken im Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden: Jochen Winand (Mitte) übernimmt mit dem Jahreswechsel den Beiratsvorsitz von Heinz Lüers (links). Neuer Vorsitzender, der zehnte in der Vereinsgeschichte, und damit Nachfolger von Winand wird Arnold G. Mergell. Foto: Wolfgang Becker

Der neuen Aufgabe sehe ich mit Freude, aber auch großem Respekt entgegen. Harburg hat als Industriestandort eine langjährige Tradition und als Technologiestandort hervorragende Zukunftsperspektiven. Gerade die Vernetzung unterschiedlicher Branchen und Unternehmensgrößen, verbunden mit der aufstrebenden Technischen Universität in unserer Mitte, macht den Hamburger Süden meiner Meinung nach zu einem der attraktivsten Wirtschaftsräume in unserer Metropolregion. Digitalisierung, Innovation sowie die Einbindung von Start-Ups sind dabei Themen, mit denen wir uns als Wirtschaftsverein zukünftig verstärkt beschäftigen werden.“

Arnold G. Mergell

als Vorsitzender, niederlegen. Der Name Winand steht in der Vereinsgeschichte sowohl für einen grundlegenden Wandel als auch für eine strategisch-inhaltliche Ausrichtung auf Zukunftsthemen. Die wohl wichtigste Weichenstellung führte Anfang der 90er-Jahre zur Öffnung des 1947 als „Wirtschaftsverein Harburg-Wilhelmsburg“ gegründeten Vereins nach Hamburg und Nord-Niedersachsen. Nach aktuellem Stand kommt jedes fünfte durch Mitgliedschaft vertretene Unternehmen aus dem Norden Hamburgs, jedes dritte aus dem angren-

zenden Landkreis Harburg. Der Verein hatte 1990 rund 140 Mitglieder, heute sind es 270. Viele Zukunftsvisionen, die Jochen Winand 1990 für den Wirtschaftsverein entwickelt hatte, sind heute umgesetzt. Mit Uta Rade ist eine hauptamtliche Geschäftsführerin eingestellt worden. Der sechsköpfige Vorstand verfolgt und unterstützt seit zehn Jahren mit der „Harburg Vision 2020/50“ proaktiv fünf Schlüsselprojekte zur Förderung des Standorts und der Wirtschaft in der südlichen Metropolregion Hamburg. Und die latent vorhandene „Harburg-Haltung“ als wirtschafts-

politisches Gegengewicht zu Hamburg ist einer Haltung gewichen, in der länderübergreifend gedacht und agiert wird. Weitere große Themen der Ära Winand sind unter anderem die „Entwicklungsplanung für den Harburger Binnenhafen“ (1988bis 1995), „Leben und Arbeiten im Herzen Hamburg – Die Entwicklungsperspektive der Elbinsel Wilhelmsburg“ (2003/2004) sowie die Mitwirkung am „Rahmenkonzept Sprung über die Elbe“ (2005). Der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden ist als starke Interessenvertretung der Unternehmen ein gefragter Ansprechpartner.

Vorhang auf für die nächste Generation

Mit Arnold G. Mergell steht nun die nächste Unternehmerrgeneration in den Startlöchern. Jochen Winand: „Ich freue mich sehr, dass sich Herr Mergell für das Vorstandsamt zur Verfügung stellt. Sein Name steht darüber hinaus für ein Harburger Traditionsunternehmen und für die Industrie. Auch das begrüße ich sehr.“ Mergell findet ein „bestelltes Haus“ vor und ist bereits seit Jahren fester Bestandteil der Führungsriege. Sein Name steht sowohl für den Generationswechsel als auch für Beständigkeit. Wer sich jedoch die Wirtschaft insgesamt anschaut, der weiß um die revolutionären Herausforderungen beispielsweise durch die Digitalisierung, aber auch um die politische Lage (Themen wie Brexit, „America first“ und eine inereuropäische Neiddebatte mit Blick auf die deutsche Wirtschaftsentwicklung), die zumindest der deutschen Industrie zu schaffen machen könnte. Hier den Mittelstand besonders zu stärken, ist ebenso das Gebot der Stunde wie die Schaffung eines Gründerklimas, das es Start-ups einfacher macht, im Markt Fuß zu fassen. wb



Der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden

Zur Person

Jochen Winand (66) gehört dem Vorstand des Wirtschaftsvereins seit 1986 an. Den Vorsitz übernahm er 1990. Der gebürtige Bonner kam 1986 als Geschäftsführer einer Wilhelmsburger Wachsraffinerie nach Harburg und baute später die länderübergreifende Wachstumsinitiative Süderelbe AG auf, deren Vorstandsvorsitzender er zehn Jahre lang war. Heute ist Winand als Unternehmensberater tätig, Gesellschafter mehrerer Unternehmen und als Vizepräsident des FC St. Pauli ehrenamtlich im Hamburger Spitzensport aktiv.

Arnold G. Mergell (47) ist geschäftsführender Gesellschafter der HOBUM Oleochemicals GmbH im Harburger Seehafen. Der gebürtige Harburger absolvierte nach dem Abitur zunächst eine Banklehre, anschließend studierte er BWL an der Universität Hamburg. Nach beruflichen Aufenthalten in München und den USA stieg er 1999 in den elterlichen Betrieb in Harburg ein. Mergell gehört dem Vorstand des Wirtschaftsvereins seit 2012 an. Er ist zudem Vorstandsmitglied im Industrieverband Hamburg (IVH) und Vorsitzender des Ausschusses für den Hamburger Süden der Handelskammer Hamburg.

Über den Verein

Der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden wurde am 7. November 1947 als „Interessenvertretung gegenüber dem Hamburger Senat“ gegründet. Unter den 36 Gründungsmitgliedern war vor allem die Harburger Industrie stark vertreten. Erster Vorsitzender war der spätere Generaldirektor der Harburger Phoenix-Werke, Otto A. Friedrich. In den 70er-Jahren standen mit der Gründung der Polder Seehafen GmbH zum einen existenzielle Themen (Hochwasserschutz) an, zum anderen zukunftsweisende: Der Verein unterstützte und begleitete die Gründung der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Seit den 50er-Jahren findet mit dem traditionellen „Herrenabend“ jeweils im Herbst ein Senatsempfang statt, zu dem Jahr für Jahr an die 400 Gäste begrüßt werden. Zum aktuellen Vorstand zählen außer Jochen Winand und Arnold G. Mergell die stellvertretende Vorsitzende Franziska Wedemann (seit 2008), Andreas Schildhauer (1996), Udo Stein (1999) und Martin Mahn (2016).

Abseits von Hektik und Profitstreben

Das paradiesische Leben im Süd-Pazifik

LEBENSZEICHEN 7 Wolfram Birkel und Marret Koll bei den Bewohnern von Fulanga und Valuatu

Seit mehreren Jahren segelt Wolfram Birkel, Gründer des hit-Technoparks, mit seiner Lebensgefährtin Marret Koll um die Welt. Der Süd-pazifik hat das Paar besonders begeistert, sodass der Aufenthalt viel länger dauerte als gedacht. Mit seinem Lebenszeichen 7 nimmt das Segler-Paar die B&P-Leser dieses Mal unter anderem exklusiv mit nach Fulanga. Hier der Bericht:

Nach zwei begeisternd schönen und interessanten Jahren im Pazifik haben wir im vorerst letzten Jahr im Süd-pazifik die noch sehr schlichten und naturverbundenen, bewohnten Inseln der Lau Gruppe besucht. Sie gehören zu Fiji, liegen aber weit im Osten und werden daher nur von wenigen Seglern angelaufen, da man sich zum Einklarieren auf den etwa 250 Seemeilen entfernten Hauptinseln melden muss. Erst dann darf man mit einer Cruising-Permit die Lau-Inseln anlaufen und das bedeutet: Gegen die vorherrschenden Passatwinde aus südöstlicher Richtung zu segeln oder auf ein entsprechendes Wetterfenster zu warten.

Ende Mai ergab sich dies Wetterfenster, und wir starteten mit Ziel Fulanga, einer im Süden der Lau-Gruppe gelegenen Insel. Als wir nach zweieinhalb Tagen Segeln dort eintrafen, gönnten wir uns erstmal einen Erholungstag im türkisfarbenen Wasser der Lagune. Dann verholten wir zum kleinen Strand des Dorfes, an dem auch die Fischerboote der Dorfbewohner liegen. Wir fuhren mit dem Dinghi an Land und erreichten, gepackt mit einigen Gastgeschenken, nach einem 30-minütigen Marsch das Dorf. Man hatte uns schon wahrgenommen und ließ uns herzlich willkommen. Tui, der Enkel des Chiefs, zeigte uns das Dorf und brachte uns zu seinem Großvater, einer beeindruckenden Persönlichkeit im Alter von 86 Jahren. Es ist hier üblich, dass man sich dem Chief vorstellt, ihn um eine Genehmigung zum Anker in seinem Territorium bittet und als Gastgeschenk einen Strauch Kava mitbringt. Außerdem wird auf Fulanga eine Gebühr in Höhe von 50 Fiji-Dollar erhoben, die für soziale Zwecke verwendet wird. Das haben wir gerne bezahlt.

Zu Gast bei Gally und Familie

Wir wurden einer Gastfamilie zugewiesen, deren Mitglieder unsere Ansprechpartner für die kommende Woche werden sollten. Gastmutter Gally bewohnt mit ihrem Mann ein in Fulanga übliches, elyptisch geformtes Haus aus Wellblech (die Form soll Zyklogen besser standhalten). Das Haus ist zu zwei Dritteln in Wohnbereich und einem Drittel Schlafbereich unterteilt. Es hat zwei Türöffnungen und vier Fenster, die aber nur mit Holzbrettern verschlossen werden können, Rahmen oder gar Glas wurden an dem Haus nicht verbaut. Die einzigen Möbelstücke sind ein großes Bett mit einem Moskitonetz über dem Betthimmel und eine Truhe, in der Kleidungsstücke aufbewahrt werden. Das Leben findet auf



Auf Vanuatu im Südpazifik hatten Marret Koll und Wolfram Birkel Gelegenheit, im Rahmen eines Festivals Einblicke in die Riten der Inselbewohner zu bekommen. Diese Festivals dienen dazu, die Traditionen zu wahren. Rechts: Marret Koll im Kreise der Gastfamilie Gally.



selbstgeflochtenen Pandanusmatten auf dem Boden statt. Außerhalb des Hauses gibt es eine Kochhütte mit einem Erdofen und offenem Feuer, in der sich auch ein Regal mit Kochtöpfen, Schüsseln und einigem anderen Kochzubehör befindet. An der Außenseite ist eine Art Tisch platziert, auf dem eine Waschkübel für den Abwasch oder das Zubereiten der Speisen steht. Etwas weiter entfernt steht ein kleines Klohäuschen über einer Sickergrube. Es gibt weder fließend Wasser noch Stromanschluss, geschweige denn Telefon. Seit einem Jahr besitzt so gut wie jedes Haus im Ort eine Solaranlage, die Strom für Licht am Abend produziert. Die Raten für die Solaranlagen bezahlen die Familien durch die Herstellung von 30 Reisigbesen pro Monat.

Leben ohne Netz

Mehrere Bewohner des Ortes haben Mobiltelefone, da es aber kein öffentliches Netz gibt, werden die Smartphones meist als Kamera genutzt. Die Dorfschule hat eine leistungstärkere Solar- und auch Satellitenanlage (gekauft von den eingenommenen Aufenthaltsgebühren), über die stundenweise mal das Internet genutzt werden kann. Auch Telefonate können hier geführt werden, wenn zum Beispiel ärztliche Hilfe benötigt wird. Alle vier bis sechs Wochen kommt ein Versorgungsschiff nach Fulanga und bringt Dinge, die nicht selbst produziert werden können – Werkzeuge, Batterien, aber auch Lebensmittel wie Reis und ähnliches. Die Menschen hier leben von den angebauten Obst- und Gemüsearten wie Bananen, Papaya, Orangen, Taro, Jam, Kasava, Maniok und Pak Choy. Täglich geht ein Familienmitglied auf Fischfang. Das Meer bietet den Bewohnern eine große Vielfalt unterschiedlicher Lebensmittel: Fisch, Krabbe, Oktopus, Muscheln und Seegras. Gally nahm uns sehr herzlich auf, sie sorgte uns mit Früchten, lud uns zum Essen

und zu einem Grillfest an den Strand ein und teilte ihr bescheidenes Leben mit uns. Wir gaben dafür mitgebrachte Werkzeuge, Samen für Gemüse, Lebensmittel, Zucker, Kleidung, Schuhe; was wir erübrigen konnten. Es ist bemerkenswert mit welcher Herzlichkeit und Zufriedenheit die Menschen hier miteinander umgehen und wie sie uns in ihrer Mitte aufnahmen. Uns beeindruckte besonders die Aussage einer 25-jährigen Frau, die nach mehreren Jahren Ausbildung und Tätigkeit in der Hauptstadt Suva nach Fulanga zurückgekehrt war, weil ihr die Großstadt zu hektisch und profitausgerichtet war. Nach einer guten Woche paradiesischen, entspannten Lebens in Fulanga segelten wir langsam zurück nach Fiji. Noch ganz beeindruckt von den Erlebnissen.

Auf nach Vanuatu

Unser nächstes Ziel, einige Wochen später, war Vanuatu, auch hier waren wir im Vorjahr schon kurz gewesen, und auch hier wollten wir das einfache Leben auf den abgelegenen Inseln kennenlernen. Dazu waren wir mit einigen anderen Seglern zu lokalen traditionellen Festivals verabredet. Mit den Festivals bewahren und leben die Dorfbewohner ihre Traditionen. Das erste Festival, das wir besuchten, fand auf der Insel Ambrym statt. Die angereisten Zuschauer, hauptsächlich Segler, wurden vom Strand mit einem von den fünf auf der Insel vorhandenen Pik-ups abgeholt. Gegen ein Eintrittsgeld von 35\$ Vatu wurden wir in das aktuelle Leben und die traditionellen Riten der Bewohner Ambryms, speziell des Ortes Fanal, eingeführt. Der erste Programmpunkt waren Tänze der rein männlichen Tanzgruppe, deren Akteure nur mit einem Bauchgurt, einem geflochtenen Überzug für den Penis sowie einigen Blättern und Palmwedeln bekleidet waren, die allesamt in den Gurt integriert waren. Dazu sangen die Tänzer und schlugen Bambusstäbe aufeinander. Beim

nächsten Tanz klopfen sie mit Holzstäben ihre großen Tamtams. Das sind ausgehöhlte Baumstämme, kunstvoll verziert und bemalt, ähnlich wie Totempfähle, die durch ihre länglichen Öffnungen einen eindrucksvollen, tiefen Ton erzeugen. Dazu stampften die Tänzer mit den Füßen im Takt, mal schneller, mal langsamer. Die Stellung der Tänzer in der dörflichen Gesellschaft erkennt man an den Halsketten mit den Schweinehauern, die die Chiefs beziehungsweise ihre aukorenen Nachfolger tragen. Auf Vanuatu ist es ein wichtiges Zeichen von Stärke und Männlichkeit, wenn man eine nicht unbedeutende Zahl von ausgewachsenen Schweinen erschlagen hat. Nach den ersten Tänzen wurden wir durch das Dorf Fanal geführt. Die Häuser hier waren noch viel kleiner und schlichter als die, die wir in Fulanga gesehen hatten. Die Wände bestanden

nur aus Bambusgeflecht, der Boden war häufig nur festgetretene Erde, das Dach aus einem Palmen- oder Pandanusblätter-Belag. Kochhaus und Toiletten waren vergleichbar, aber auch hier dienten Bambusmatten als Wände. In den Wohn- und Schlafhäusern lagen ebenfalls selbstgewebte Pandanusmatten. Die Frauen beköstigten uns mit Früchten (Papaya und Grapefruit) sowie mit warmen Speisen aus Jam und Taro meist in Kokosmilch gekocht und angerichtet. Ansonsten waren die Frauen in das Festivalgeschehen nicht einbezogen.

Zum Schluss stirbt ein Schwein

Am nächsten Tag wurde die männliche Tanzgruppe durch 20 weitere Tänzer der umliegenden Orte verstärkt, die in Kostümen aus Bananenblättern und mit kunstvoll gestalteten Maskenkappen auftraten. An den Füßen trugen die Tänzer eine Art Glöckchen aus Nusschalen, die ihrem Auftritt durch die Geräusche eine besondere Note gaben. Die Tänzer wurden wieder durch Schlagen der Tamtams und Gesang begleitet. Dieser Maskentanz ist ein jährliches großes Ereignis. Nach Beendigung des Tanzes wurden einige Masken an die Tänzer des nächsten Jahres versteigert. Der Bieter musste einen Geldbetrag entrichten und für die Gemeinschaft ein Schwein stiften, welches er inmitten der Anwesenden erschlagen musste, ein für uns nicht nur exotischer Anblick.

Es hat uns außerordentlich fasziniert zu sehen und zu erleben, wie in unserer so technisch ausgerichteten Welt noch Menschen in anderen, abgelegenen Teilen der Erde mit einfachsten Mitteln ein sehr beschauliches, aber glückliches Leben führen. Diese Menschen haben uns sehr beeindruckt.

Ihre Wolfram Birkel und Marret Koll



Exakt vor zwei Jahren erschien das letzte große Seite-2-Interview mit Thomas Völsch in B&P.

Zum Tod von Thomas Völsch

Von Wolfgang Becker

Am Ende ging alles ganz schnell: Gerade mal eine Woche war es her, dass Harburgs Bezirksamtsleiter Thomas Völsch um die Versetzung in den Ruhestand gebeten hatte – als Folge einer schlechten ärztlichen Prognose. Sieben Tage später, am 28. November, ist er im Alter von 59 Jahren gestorben. Mit ihm verliert Harburg einen Verwaltungschef, der zu Recht überall als „unser Bürgermeister“ begrüßt wurde.

Als 2011 bekannt wurde, dass er neuer Bezirksamtsleiter werden würde, trafen wir uns spontan auf einen Kaffee in der Hamburger City. Eine sympathische Begegnung. Und der Beginn einer ungewöhnlichen Zusammenarbeit. Thomas Völsch war immer ansprechbar, rief sofort zurück, beantwortete Fragen ehrlich und im Vertrauen, dass seine Offenheit nicht missbraucht würde. Er hatte nicht für alles Antworten. Und konnte auch nicht alle Probleme lösen. Aber das kann niemand. Thomas Völsch war ein Mann des konstruktiven Ausgleichs, der das große Ganze im Blick und ein Herz für „seinen“ Bezirk Harburg, die Menschen und die Unternehmen hatte. Sein Tod kam nicht überraschend, er sorgt dennoch für große Betroffenheit quer durch alle Lager. Tenor: Wir haben einen Freund verloren. Man musste nicht persönlich mit ihm befreundet sein, um zu erkennen, dass er ein Mensch war, der freundlich und zugewandt war. Einer Freundschaft wert. Thomas Völsch hat sich der tödlichen Bedrohung tapfer und bemerkenswert optimistisch gestellt. Er versah seinen Dienst, so gut er es vermochte, und ließ sich die unangenehmen Begleitscheinungen der Krebsbehandlung nicht anmerken. Es ist erst wenige Wochen her, dass seine regelmäßigen Twitter-Kommentare ausblieben. Positive kleine Notizen, geschrieben am Rande des Abgrunds. Er wird uns fehlen.

Arbeitgebermarke
Profilierung als attraktiver Arbeitgeber.

Recruiting
Gewinner im "War of Talents".

Talentmanagement
Sicherung der Schlüsselpositionen.

horeis consult

PERSONALBERATUNG
MARKE / RECRUITING / TALENTE

www.horeis-consult.de
Buchholz i.d.N. | Fon 04181.380 946 | Mobil 0170.77 49 170

Norddeutsches Wirtschafts-Wunder

Dranbleiben! Mitmachen!
www.aga.de

Handel und Dienstleistung erbringen ein wahres Wirtschaftswunder
Allein bei uns im Norden erwirtschaften im Großhandel, Außenhandel und im unternehmensbezogenen Dienstleistungssektor über 190.000 Unternehmen jährlich mehr als 480 Mrd. Euro. Hier arbeiten 1.700.000 Menschen und hier lernen Azubis in mehr als 40 Berufen. Der AGA unterstützt diese Unternehmen unbürokratisch juristisch, betriebswirtschaftlich und politisch: www.aga.de

Norddeutschlands größter Unternehmensverband für Handel und Dienstleistung

Mehrwert durch Kooperationen:
www.teammittelstand.de

AGA Unternehmensverband

VGA Versicherungskonzepte für Handel und Dienstleistung

SCHOMERUS

inw Management

FOM Hochschule

HVV

top concepts Economics with passion

Sehen & gesehen werden . . .



■ Beim alljährlichen Grünkohlessen des Harburger Handwerks hat Harburgs Bezirkshandwerksmeister, **PETER HENNING**, ein besonderes Signal in Richtung Nachwuchs gesetzt: Erstmals ehrte er die Hamburger Landessieger, die aus Harburg stammen – mit einer Harburg-Nadel, die Bezirksamtsleiter Thomas Völsch zur Verfügung stellte. **PASCAL WEISS** ist 1. Landessieger bei den Zimmerern, **PASCAL GEFFKE** – ausgebildet im väterlichen Betrieb – wurde aufgrund seiner Spitzenleistung zum 1. Landessieger bei den Malern und Lackierern. Gastredner beim sehr gut besuchten Grünkohlessen war in diesem Jahr Minister a.D. Volker Rühle (Bericht Seite 34).

Hauptuntersuchung fällig?

www.dekra-in-hamburg-sued.de



DEKRA

Sehen und gesehen werden – unter diesem Titel zeigt Business & People Menschen aus der Wirtschaft, die von sich reden machen. Wenn Sie eine interessante „Personalie“ zu vermelden haben, sprechen Sie uns an oder senden Sie einfach ein paar kurze Informationen und ein Foto an
 » becker.wirtschaftsforum@gmail.com,
 Stichwort: „Sehen und gesehen werden...“



■ Die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg hat in Celle **ALINE HENKE** zur Präsidentin gewählt. Einstimmig sprachen sich die Mitglieder für Henke als Nachfolgerin von Olaf Kahle aus, der Mitte September zurückgetreten war. „Ich freue mich sehr über das Vertrauen in meine Person und unsere bisherige Arbeit“, sagte Henke. Wirtschaft 4.0, eine moderne Aus- und Weiterbildung und die Ausrichtung der IHK auf die Zukunft nannte sie als Schwerpunktthemen. „Bezüglich der Zusammenarbeit mit der IHK Braunschweig ist es uns wichtig, die Gespräche jetzt zügig zu führen“, erklärte die frisch gewählte Präsidentin. Die 44-Jährige ist die erste Frau an der Spitze der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg. Sie ist Geschäftsführerin der Hankensbütteler Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG aus dem Landkreis Gifhorn und seit 2007 Mitglied der Vollversammlung.

Ich liebe
Harburg,
weil ...

Tim Wöhler
Rechtsanwalt
Team Veritaskai



... ich hier groß
geworden bin.

DIERKES PARTNER
WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER RECHTSANWÄLTE

Veritaskai 4, 21079 Hamburg
Tel: 040-76 11 466-0
www.dierkes-partner.de

■ Die Helios Mariahilf Klinik Hamburg hat mit **DR. GIOVANNI DI FAVERO** eine neue Leitung für die gynäkologische Abteilung südlich der Elbe: „Ich freue mich darauf, das Leistungsspektrum des Fachbereichs zu erweitern und mein Wissen an das Team weiterzugeben.“ Der 42-Jährige wechselte aus dem Asklepios Klinikum Harburg – dort war er bis zur Schließung der Gynäkologie im April 2017 als Leitender Oberarzt tätig – zu Helios. Zwischenzeitlich war er Oberarzt der Gynäkologie an der Asklepios Klinik Altona. Der gebürtige Brasilianer ging nach seinem Studium und der Facharzt Ausbildung an der Universität von São Paulo für seine Promotion von 2007 bis 2009 an die Charité Berlin, wechselte dann als Leitender Oberarzt eines anerkannten Krebszentrums wieder nach São Paulo, um schließlich 2014 dem Ruf nach Harburg zu folgen. „Meine Familie und ich fühlen uns hier sehr wohl. Mittlerweile kann ich sagen: Ich bin ein Harburger“, sagt Di Favero. Eine weitere Personalie gibt es auch in der Chefetage: Mit **PHILLIP FRÖSCHLE** ist ein neuer Klinik-Geschäftsführer gefunden. Der 35-Jährige ist gebürtiger Hamburger und war für Helios zuletzt in Bad Kissingen tätig.



■ Der 21-jährige **OLE WEIDEMANN** von HL Hamburger Leistungsfutter in Harburg hat das diesjährige MühlenMasters gewonnen und den Wettbewerb in der Flechtdorfer Mühle als bester Geselle des Mühlenhandwerks für sich entschieden. Die Einladung zum MühlenMasters ist eine in der gesamten Branche hoch angesehene Auszeichnung. Bei diesem Wettbewerb treten die besten Nachwuchsmüller gegeneinander an. Seine Ausbildung zum Verfahrenstechnologen / Müller für die Futtermittel- und Mühlenwirtschaft begann Ole Weidemann im August 2015 bei HL. Aufgrund seiner guten Leistungen benötigte er für die umfangreiche Ausbildung nur zwei Jahre und besucht nun die Meisterschule in Stuttgart. Er sagt: „Wir wurden in fünf Kategorien geprüft: Warenannahme, Teigverhalten, am Walzenstuhl, im Bereich Futtermittel und in der Schälsmüllerei. In allen Bereichen habe ich versucht, die Themen aus der Berufsschule und die Erfahrungen aus der Ausbildung bei HL mit einfließen zu lassen. Das ist mir anscheinend gut gelungen.“ HL-Geschäftsführer **TOMASZ WASIK**: „Wir sind sehr stolz auf Herrn Weidemann und seinen Ausbilder **ANGELO ERDELMANN**. Dieser war 2003 einer der ersten beiden Müller, die HL ausgebildet hat.“ Auf dem Foto (von links): Geschäftsführer Wasik, Sieger Weidemann, der kaufmännische Leiter Christian Ulm und Produktionsleiter Erdelmann.



■ Die Süderelbe AG kann in ihren Reihen einen neuen Aktionär aus dem Harburger Binnenhafen begrüßen. Ende Oktober übergab Süderelbe-AG-Vorstand **DR. OLAF KRÜGER** die Aktie an **HENRY C. BRINKER** von Brinkermedia. Der sagt: „Die Süderelbe AG ist nicht nur für die ‚Großen‘ da. Einzelunternehmer und Startups finden hier den perfekten Resonanzboden für ihre innovativen Geschäftsfelder. Umgekehrt profitieren etablierte Firmen und Institutionen von den frischen Ideen und neuen Perspektiven.“ Brinkermedia ist spezialisiert auf die Konzeption und Umsetzung von PR- und Marketing-Strategien sowie Veranstaltungsorganisation im Kulturbereich. Mit dem historischen Speicher am Kaufhauskanal im Harburger Binnenhafen wird eine der reizvollsten Spielstätten für kulturelle Veranstaltungen in der Metropolregion Hamburg betrieben. Brinker berät im Bereich Medien, Kultur und Politik bei Strategie und Projektentwicklung.



■ Die in Wilhelmsburg ansässige UMCO GmbH ist erneut Anerkannt Guter Arbeitgeber geworden und damit das erste Unternehmen überhaupt, das vom AGA Unternehmensverband rezertifiziert worden ist. Das inhabergeführte, mittelständische Beratungshaus bekam das begehrte Siegel im November von **JULIE CHRISTIANI**, AGA-Geschäftsführerin Studien & Digitale Infrastruktur. „Wir haben uns für die Rezertifizierung entschieden, weil wir als Arbeitgeber den Anspruch haben, uns ständig zu verbessern. Dazu bekommen wir aus dem Zertifizierungsprozess wertvollen Input“, begründet **ANIKA BIEHL**, Mitglied der UMCO-Geschäftsleitung, die erneute Teilnahme. „Außerdem ist das Siegelverfahren mit einem vertretbaren Aufwand verbunden und bietet die perfekte Gelegenheit, alle Mitarbeiter objektiv zu befragen.“ Die Zahl der Beschäftigten ist seit der Erstzertifizierung um fünf Prozent auf aktuell 65 gestiegen. Zum Team gehören Ingenieure, Naturwissenschaftler und Rechtsanwälte. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter spiegelt sich in den Ergebnissen der Befragung wieder. Beschäftigte können sich selbstständig zu Teams zusammenfinden und Arbeitstempo, Abläufe sowie Reihenfolge selbst einteilen. Dies hat zur Folge, dass 98 Prozent der Beschäftigten ihre Arbeit als sinnvoll einschätzen und sich zu einem sehr großen Teil von ihren Vorgesetzten motiviert fühlen. Laut Befragung können 83 Prozent Familie und Beruf immer oder häufig in Einklang bringen. Das Foto zeigt die UMCO-Mannschaft. Das Foto: Julie Christiani (links), AGA-Geschäftsführerin Studien & Digitale Infrastruktur, übergibt das Siegel an Anika Biehl und **ULF CH. INZELMANN**, Sprecher der UMCO Geschäftsführung.

■ Mit **CORD KÖSTER** präsentiert die Sparkasse Harburg-Buxtehude einen neuen Regionaldirektor für den Bereich Buchholz und Umgebung. Sein Vorgänger, Gerhard Oestreich, übernimmt Kösters bisherige Position und wird Direktor aller Firmenkunden-Center der Sparkasse. Köster hat sparkassenintern schon diverse Aufgaben innegehabt und gilt als „Allzweckwaffe“, wie der designierte Vorstandsvorsitzende Andreas Sommer sagt.



■ **HARBURGS MARKTBESCHICKER** können nicht nur den Markt beschicken, sie können auch schick kochen: Ein Marktfest unter dem Motto „Harburg kocht!“ ging zwar etwas im herbstlichen Regen unter, aber unter demselben Titel ist ein Kochbuch erschienen, das sich als Verkaufsschlager entpuppt. Jeder Markthändler hat sein Lieblingsrezept beigesteuert. Wer also nicht mehr weiß, wie man Königsberger Klopse kocht, der wird hier fündig. Das Buch ist vom BID Sand-Hölerlwiete und den Marktleuten herausgebracht worden. Es kostet 2,50 Euro und ist an den Ständen sowie in der Harburg-Info, Hölerlwiete 6, erhältlich. Das Foto zeigt die kochfreudigen Harburger Markthändler.



■ Nach 17 Jahren als Leiter der Wirtschaftsförderung im Landkreis Stade zieht es **MICHAEL SEGGEWISS** in den Süden – jedenfalls ein bisschen. Zum 1. April 2018 übernimmt er eine neue Aufgabe im Landkreis Herford in Ostwestfalen. Der gebürtige Münsterländer hatte dort früher schon einmal für gut vier Jahre gearbeitet und kehrt sozusagen in vertraute Gefilde zurück. Für den Landkreis Herford soll er eine Wirtschaftsförderungsgesellschaft aufbauen und erhofft sich ähnliche Freiheiten, wie er sie im Landkreis Stade genießt. Dort beginnt jetzt die Suche nach einem Nachfolger.

Was die Welt bewegt,
machen wir sicher.
DEKRA Prüfdienstleistungen.

DEKRA Sachverstand für alle Arten von Fahrzeugen, Industrieeinrichtungen, Arbeitssicherheit und Arbeitsmedizin. Egal ob wiederkehrende Untersuchungen, Gutachten, Bewertungen oder Analysen. Mit DEKRA genießen auch Sie das gute Gefühl, sicher an Ihr Ziel zu kommen.

DEKRA Automobil GmbH, Niederlassung Hamburg-Süd, Nartenstr. 21, 21079 Hamburg
Telefon 040.756096-0, www.dekra-in-hamburg-sued.de

DEKRA