

# BUSINESS & PEOPLE

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG



## INTERVIEW

Hamburgs Sozialsenatorin Dr. Melanie Leonhard zum Thema Digitalisierung in Unternehmen

Seite 2



## AUSBILDUNG

Tesmer-Geschäftsführer Klaus-Günther Mohrmann über die Situation auf dem Ausbildungssektor

Seite 12



## PRODUKT

Eine Idee für Weihnachten? Die neue Espresso-Maschine von Gastroback

Seite 20

UNKOPIERBAR GUT IM SERVICE!



seit 1985  
KOPIERER  
DRUCKER  
PLOTTER  
SCANNER

WATZULIK  
Inhaber Jan Feindt e.K.  
BÜRO- UND KOPIERTECHNIK  
Rudolf-Diesel-Str. 1 · 21614 Buxtehude  
www.watzulik.de

MIT B&P ZUR EXPO REAL: DAS IMMOBILIEN-SPECIAL 2019



Überraschungscoup à la Mönke: Auf dem familieneigenen Grundstück im Harburger Binnenhafen planen die drei Brüder Heiko, Ingo und Guido Mönke unter Begleitung der Immobilienexperten von Imentas das Aqua<sup>2</sup> Dock, zu dem auch ein Hotel zählt: das „the niu Quay“, betrieben von der Hamburger Novum Hospitality.

## INVESTOREN-RALLYE

# So wird Harburg zur Hotel-Hochburg im Süden

Werden alle derzeit angeschobenen Projekte realisiert, bedeutet das eine Vervierfachung der vorhandenen Zimmer-Kapazitäten – Das Bezirksamt reagiert gelassen

Von Wolfgang Becker

Eben noch ein Plan, schon wird es konkret: Der Hamburger Süden, speziell der Standort Harburg als Scharnier zwischen der Metropole Hamburg und den angrenzenden niedersächsischen Landkreisen Stade und Harburg, erlebt derzeit eine überraschende Kurskorrektur auf dem Immobiliensektor. Wo eben noch der Wohnungsbau klar dominierte, schießen nun neue Projekte aus dem übergreifenden Bereich der Beherbergungsbranche aus dem Boden. Stichworte: Hotels, Studentenwohn-

heim (Binnenhafen), Azubi-Wohnheim (Seehafenbrücke), Boardinghouse (Bahnhof) – in allen Fällen geht es um befristetes Wohnen. Speziell auf dem Hotelsektor übertreffen sich die Aktivitäten der Investoren gegenseitig. Den Anfang hatte vor etwa drei Jahren die Lorenz Gruppe gemacht, die im Binnenhafen ein großes Hotelprojekt plant, bislang aber noch nicht den Realisierungsstatus erreicht hat. Im vorigen Jahr veröffentlichte Channel-Begründer Arne Weber seine ambitionierten Pläne für das HIP Hotel Hamburg – mit 600 Zimmern das größte Hotelprojekt der Hansestadt. Fast unbemerkt hat die

aestate Immobilienentwicklung AG mit den Vorbereitungen für die rückwärtige Bebauung des Gasthauses „Goldener Engel“ in der Harburger Schloßstraße begonnen – hier entsteht ein weiteres Hotel im Binnenhafen. „the niu Quay“

Damit nicht genug: Die Mönke-Familie (Paletten-Service Hamburg AG) steigt in das Investorengeschäft ein und baut unter anderem das Hotel „the niu Quay“ – natürlich im Binnenhafen. Auch die CG-Gruppe will Hotelzimmer anbieten und plant sowohl ein

Zwei-Sterne- als auch ein Vier-Sterne-Haus im Rahmen des „Neuländer Quarrees“. Wo? Im Binnenhafen. Nur der Vollständigkeit halber und nicht im Hafen: Nach einer mehrjährigen Hängepartie hat nun auch das Hotel Hamburg Blick auf dem Geestrand in Hausbruch wieder eine Perspektive – als eines von drei Hamburger Design-Hotels unter dem Dach des stilwerks. Unter dem Strich heißt das: Die mit derzeit etwa 500 Zimmern eher vernachlässigte Harburger Hotellszene rüstet mächtig auf. Würden alle Projekte verwirklicht, kämen rund 1500 Zimmer hinzu. „Kein Grund zur Panik“, heißt es aus dem Bauamt. Baudezernent Jörg Heinrich Penner sieht der Entwicklung äußerst gelassen entgegen. Und Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann, die unter anderem Harburgs Rolle als Touristen-Standort für Exkursionen sowohl ins Hamburger City-Leben als auch in das vielfach naturnahe Umland mit Heide, Obstbau, Elbe & Co. forciert, sieht sich ebenfalls bestätigt. **Mehr zum Thema auf Seite 4 sowie im Immobilien-Special auf den Seiten 3, 5, 17 und 31.**



## DIGITAL

Unsere Lösung für Ihr Problem: das Digital-Portfolio von hc media Seite 15



## KLINIK

Harburg: So stellt Helios die Geburtshilfe neu auf. Seite 17



## DER B&P-NEWSLETTER

Hamburg und Bremen? Das geht! Im neuen B&P-Newsletter, der auf Wunsch einmal im Monat zugeschickt wird. Kostenlose Anmeldung unter <https://www.business-people-magazin.de/newsletter/>

hit-Technopark  
Hamburg

## WIR LEBEN TECHNOLOGIE

VERMIETUNG SERVICE WORKSHOPS

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



Wir sind acht von mehr als 100 Netzwerkpartnern des hit-Technopark

Sozial-  
senatorin  
Dr. Melanie  
Leonhard  
bei einem  
Besuch im  
Airbus-Werk  
in Finken-  
werder.



DR. MELANIE LEONHARD

## „Wir führen die falschen Debatten“

INTERVIEW Hamburgs Senatorin für Arbeit, Soziales, Familien und Integration über die Auswirkung der Digitalisierung

Als Senatorin für Arbeit, Soziales, Familien und Integration verantwortet Dr. Melanie Leonhard das vielleicht schwierigste Ressort innerhalb des Hamburger Senats – und meistert diese Aufgabe seit Oktober 2015 mit Bravour. Eine Schnittstelle gibt es zur Wirtschaftsbehörde, denn als Senatorin für Arbeit ist die Harburgerin, die zugleich Landesvorsitzende der SPD ist, auch mehrmals im Monat Gast in Unternehmen. Ihre Zuständigkeit: die Organisation der Arbeitsverwaltung, kommunale Qualifizierungsangebote und der Fachkräftemangel. „Immer am Puls der Hamburger Wirtschaft bleiben“, sagt sie, „damit der Wohlstand in Hamburg so hoch bleibt, wie er ist.“ Mit der Senatorin sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker.

**Wir haben einerseits diesen massiven Fachkräftemangel quer durch alle Branchen und andererseits das Thema Digitalisierung, von dem viele Unternehmen noch nicht so recht wissen, wie es sich auf den Arbeitsmarkt auswirken wird. Wie schätzen Sie die Auswirkungen der Digitalisierung ein?**

Ich gehöre nicht zu denen, die meinen, durch die Digitalisierung werden wir künftig immer weniger Menschen brauchen, die arbeiten oder einen Beruf haben, den sie mit ihrer Hände Arbeit bewältigen. Egal wo ich unterwegs bin: Im Zusammenhang mit Digitalisierung geht es in den Unternehmen immer darum, wie sie ihre Prozesse optimieren oder die Kommunikation verbessern – also: Wie können wir technologischen Wandel nutzen, um Arbeit besser, noch effizienter oder näher am Menschen gestalten. Und weil wir die Digitalisierung auch nicht aufhalten können oder wollen, bin ich zugleich

optimistisch, dass wir uns ihre Entwicklungszunutzen machen können.

**Das ist die eine Ebene der Digitalisierung, die man als nach innen gerichtet bezeichnen könnte. Und die nicht selten mit Automation verwechselt wird. Aber es gibt noch eine höhere Ebene, die dazu führt, dass traditionelle Geschäftsmodelle von außen überrollt und quasi abgeschafft werden. Es reicht aber nicht, dass nach innen alles smarter wird – ist dieses Bewusstsein in den Unternehmen vorhanden?**

Es geht nicht nur darum, was wir tun, sondern auch darum, wie wir es tun. Die Veränderung von Prozessen birgt auch die Chance, Arbeitsbedingungen zu verbessern. Andererseits tun sich durch zunehmende Vernetzung neue Geschäftsmodelle auf. Seit Unternehmen wie Amazon auf dem Markt erschienen, wurden nach und nach eine ganze Reihe von Großlagerhäusern eingerichtet, die die gehandelten Waren vorhalten. Mittlerweile gibt es Online-Versandhäuser, die nicht mal mehr Lagerhäuser haben. Die stehen mit ganz vielen Herstellern und Fachhändlern rund um die Welt in Kontakt und schicken eine Auslieferungsnachricht, wenn die Ware verkauft wurde – die Lieferung erfolgt also direkt vom Hersteller zum Endkunden. Jetzt können wir darüber nachdenken, ob es künftig überhaupt noch Lagerhäuser geben muss, aber als Unternehmer in diesem Umfeld muss ich doch die Frage stellen, wie ich mir diese Entwicklung zunutze machen kann, wo da mein Platz ist, und ob ich nicht der lokale Anbieter sein kann, der genau dieses Modell vor Ort anbietet. Im Grunde geht es immer um eine Anbieter-Kunden-Beziehung.

**Das Beispiel erinnert an das Thema über versus Taxiunternehmen . . .**

Es gab in der Tat die Vorstellung, dass das Taxengewerbe durch Apps und Car-Sharing-Modelle quasi in kürzester Zeit überflüssig werden würde. Die Wahrheit aber ist: Durch den zusätzlichen Service, den Taxiunternehmen bis heute bieten – egal, wo ich bin, sie kommen dort hin, ich muss nicht selber fahren, und ich kann sie zu jeder Tages- und Nachtzeit bestellen –, sind viele Anbieter bis heute sehr erfolgreich. Sie haben sich aber Apps zunutze gemacht, um andere Kunden noch besser zu erreichen. Darin liegen für mich die Chancen.

**Das Stichwort Kundenbeziehung ist schon gefallen. Das ist der Hebel, an dem viele digitale Newcomer ansetzen – sie schalten sich sozusagen dazwischen. Beispiel Check24 als Ansprechpartner, wenn ich eine Versicherung suche. Hier wird die bestehende Beziehung zwischen Versicherer und Kunde in der Akquisephase abgeschnitten, auf die kommt es aber doch an. Der Trend geht ganz klar in diese Richtung. Die Bank- und Versicherungsbranche ist daher auch einer der ganz wenigen Bereiche, in denen sich ein Fachkräfteüberhang abzeichnen könnte. Zugleich gibt es jedoch eine ganze Reihe von Finanzdienstleistern und FinTechs, die mit einer Stärkung der Kundenbeziehung punkten und so wiederum neue Geschäftsmodelle erschließen. Und: Eine schlechte Erfahrung im Online-Bereich – zum Beispiel eine Versicherungsleistung, die nicht abgedeckt war – bringt den Wert der persönlichen Beratung wieder in den Vordergrund. Aber: Sie muss dann auch gut sein! Der Konkurrenzdruck ist unbestritten größer geworden.**

**Wie weit ist es vor diesem noch etwas diffusen Hintergrund für Sie als Senatorin überhaupt möglich, zukunftsorientiert an den richtigen Stellschrauben zu drehen? Beispiel Fachkräfte: Wer heute noch gesucht wird, ist vielleicht morgen schon überflüssig. Wie gehen Sie da vor?**

Das ist die Schlüsselfrage: Wie erkenne ich, welche Kompetenzen morgen noch gefragt sind? Zurzeit ist die Hauptaufgabe, das Potenzial an Fachkräften in den Unternehmen – wie haben in Hamburg eine Million Arbeitsverhältnisse – in die Lage zu versetzen, möglichst lange im Job bleiben zu können. Wir wollen ihnen die Möglichkeit geben, sich auch nach einem vielleicht schon längeren Berufsleben noch einmal weiter zu qualifizieren. Dafür müssen wir Angebote schaffen. Und zwar heute schon.

**Es muss ja nicht gleich jeder Programmierer werden . . .**

Nein! Manchmal reicht es doch schon, dass ich meine Arbeit durch unterstützende Systeme vielleicht länger ausüben kann, als ich eigentlich gedacht habe – zum Beispiel indem das Heben und Bewegen schwerer Lasten durch technische Helfer übernommen wird. In der Industrie wird bereits der Einsatz von Exoskeletten erprobt. Das zahlt alles auf die Frage ein, wie es gelingen kann, gute Fachkräfte möglichst lange zu halten. Wir wissen heute schon, wie viele Schulabgänger wir in den kommenden Jahren zu erwarten haben und wie viele Arbeitnehmer die Altersgrenze erreichen werden. Da ist eine ziemliche Lücke, denn es kommen sehr viel weniger Arbeitskräfte nach als ausscheiden. Wenn wir aber ein produktives Land bleiben wollen, müssen wir alle Chancen nutzen, die die Digitalisierung bietet, um Fachkräfte in den Unternehmen zu halten.

**Welche Stimmung begegnet Ihnen in den Unternehmen?**

Das ist unterschiedlich – viele Unternehmen gerade im technischen und industriellen Bereich sind sehr aufgeschlossen. Das geht so weit, dass schon in der Arbeitnehmer-schaft darüber nachgedacht wird, wie sich das Unternehmen für die Zukunft aufstellen muss. Es gibt aber auch Branchen, in denen sich starke Zukunftsängste breit machen. Ein Beispiel: Wer heute Kraftfahrer ist, steht auf der Suchliste der Unternehmen ganz oben. Diese Leute sind immens nachgefragt. Es werden zudem händeringend Menschen gesucht, die diesen Beruf erlernen wollen. Gleichzeitig hört diese Berufsgruppe überall in den Medien, dass es sie bald nicht mehr geben wird – Thema autonomes Fahren. Dadurch entstehen Zukunftsängste, die mit der aktuellen Situation gar nicht in Einklang zu bringen sind, die aber mit der gesellschaftlichen Debatte zu tun haben . . .

**. . . und die dazu führen, dass sich potenzielle Nachrücker beruflich gleich anders orientieren.**

Natürlich! Warum soll ich etwas lernen, das in zehn Jahren nicht mehr gebraucht wird. Da müssen wir eine ehrliche und aufgeklärtere Debatte führen. Sicherlich werden wir irgendwann Routen haben, auf denen autonom gefahren wird. Aber ich bin sicher, dass das nicht überall der Fall sein wird. Und ich bin genauso sicher, dass es erfahrene Kraftfahrer geben wird, die autonomes Fahren steuern. Die haben dann vielleicht andere Aufgaben, aber sie werden gebraucht. Wir führen Debatten, die ständig darauf ausgerichtet sind, dass ein Großteil der Menschen nicht mehr gebraucht wird. Das ist so falsch wie unklug.

### EDITORIAL

## Fester Bestandteil jeder Stadt-Silhouette: der Baukran . . .

Auch wenn die Signale aus der Wirtschaft derzeit eher auf ein Ende, zumindest aber einen Einbruch der Konjunkturphase hindeuten: Auf dem Immobiliensektor herrscht nach wie vor der Ausnahmezustand. Der Baukran gehört mittlerweile zum festen Bestandteil jeder Stadt-Silhouette. Das Geld bahnt sich seinen Weg – mit allen Vor- und Nachteilen, denn eines dürfte auch jedem klar sein: Billiger geworden ist das Bauen nicht. Das ist auch ein Thema im neuen Immobilien-Special, das B&P im mittlerweile sechsten Jahr in Kooperation mit Hamburg Invest herausbringt und das auch wieder den Hamburger Süden in den wahren Süden der Republik trägt: zur Expo Real nach München. Das besondere Thema dieses Mal: der ungeahnte Hotel-Boom. Dieser Schwerpunkt soll-

te aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch die anderen Immobilienfelder, insbesondere der Bau von Wohnungen, aber auch von Büro- und Geschäftshäusern, unvermindert interessant und aktiviert sind. Ein paar Beispiele? Was die „Wulmstorfer Wiesen“ (232 Wohnungen) für Neu Wulmstorf sind, ist die Giselbertstraße (400 Wohnungen) für Buxtehude, das Hanseviertel (650 Wohnungen) für Lüneburg und der IBA-Plan in Wilhelmsburg (5400 Wohnungen) für Hamburg. Hoffen wir also, dass sich die Konjunkturdaten wieder erholen und die Aufholjagd im Hamburger Süden weitergeht.

Wie immer ist B&P an den großen Themen dran – zum Beispiel im Interview mit Hamburgs Sozial- und Arbeitsministerin Melanie Leonhard über die Digitalisierung in den Unternehmen –, aber auch der Ort für Wirt-

schaftsthemen „von nebenan“. Zum Beispiel über Klaus Hain, der als Versicherungsmakler in die Unternehmen geht, um Personalabteilungen wie ein Lotse durch die Untiefen der betrieblichen Altersvorsorge zu leiten – eine Erscheinung unserer Zeit, in der die normale Rente allenfalls einen Lebensabend in gesicherter Armut verheißt. Zum Beispiel über die Personalberaterin Corinna Horeis, die als Bloggerin Tipps für Unternehmen bereitstellt und dabei hilft, sich im Kampf um Fachkräfte neu aufzustellen.

### Die Wirtschaft „von nebenan“

Zum Beispiel über Mirko Schulz von Protec aus Buxtehude, der gerade erfreut feststellt, dass der klassische Maschinenbau noch

lange nicht vom 3D-Druck verdrängt wird. Zum Beispiel über Christoph Birkel, der sich als Chef des hi-Techparks auf eine Exkursion nach Helsinki begeben hat und in der Aalto Design Factory auf etwas wirklich Ungewöhnliches gestoßen ist: den „Hug-Point“.

Klingt nach einer Empfehlung für das britische Polit-Establishment, ist es aber nicht. Das Thema Brexit suchen Sie in dieser Ausgabe übrigens vergeblich – weil einfach niemand weiß, was Boris Johnson morgen wieder einfällt, und zudem bezweifelt werden darf, dass das zu irgendetwas Greifbarem führt.

*In diesem Sinne wünschen wir eine spannende Lektüre und einen in jeder Hinsicht goldenen Herbst*  
Wolfgang Becker und Wolfgang Stephan



Von Wolfgang  
Becker (links)  
und Wolfgang  
Stephan.

### IMPRESSUM

#### BUSINESS & PEOPLE

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

<b>CHEFREDAKTEUR:</b>	Wolfgang Stephan (verantwortlich)
<b>OBJEKTLÉITUNG:</b>	Wolfgang Becker
<b>REDAKTION:</b>	Julia Balzer, Wolfgang Becker, Martina Berliner, Janine Vonderbank
<b>KORREKTORAT:</b>	Leonie Ratje
<b>LAYOUT/PRODUKTION:</b>	Gunda Schmidt
<b>ANZEIGEN:</b>	Sönke Giese (verantwortlich)
<b>VERTRIEB:</b>	Marcus Stenzel
<b>AUFLAGE:</b>	55 000
<b>HERAUSGEBER:</b>	Zeitungsverlag Krause GmbH & Co. KG, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade
<b>GESCHÄFTSFÜHRER:</b>	Georg Lempke
<b>DRUCK:</b>	Pressehaus Stade, Zeitungsdruck GmbH, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade



GESUCHT

Nimmt kein Blatt vor den Mund: Andreas Kirschenmann, Unternehmer aus Hollenstedt, ist Präsident der IHK Lüneburg-Wolfsburg. Er hat das Ohr an der Wirtschaft und an der Politik.

Foto: ihk/tonwert21.de

## Ein Weg zwischen langsam und China

IHK-Präsident Andreas Kirschenmann über den Klimaschutz, die deutsche Regelungswut, Grenzwerte und die berühmte „German Angst“

Von Wolfgang Becker

Der gemeinsame Feind ist geortet: der Klimawandel. Kein Thema wird derzeit weltweit so stark als Bedrohung empfunden wie die spürbaren Veränderungen der klimatischen Verhältnisse. Dürren, Überschwemmungen, Artensterben, brutale Stürme à la Hurrikan Dorian, Gletschersterben, tropische Temperaturen im kühlen Norden – und das alles infolge der Treibhausgase, die der Mensch rund um den Globus emittiert. Ob da noch andere Faktoren eine Rolle spielen, ist nicht einmal erforscht. Die Reaktionen sind jedoch eindeutig: Plötzlich ist die Energiewende in aller Munde. Pressemeldungen aus Unternehmen und Politik überschlagen sich zum Thema Nachhaltigkeit. Ende September fanden weltweit Demonstrationen für mehr Klimaschutz statt. Und es scheint, als wolle sich Deutschland, allen voran Hamburg, im Zuge einer überraschenden Öko-Metamorphose vom Auto-Land zum Fahrrad-Land verwandeln. Spätestens da ist der Punkt erreicht, an dem Andreas Kirschenmann, Präsident der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg, einen Appell formuliert: „Das Thema Klimawandel ist emotional sehr stark aufgeladen. Wir sollten die Debatte sachlich führen und uns auch genau anschauen, warum wir in Deutschland heute da stehen, wo wir stehen.“ Kirschenmann ist durchaus der Meinung, dass Deutschland eine Vorreiterrolle beim Klimaschutz einnehmen sollte, er sagt aber auch: „Unser Anteil am weltweiten CO<sub>2</sub>-Ausstoß beträgt 1,8 Prozent, obwohl Deutschland ein hoch industrialisiertes Land ist. Das heißt: Unser Hebel, mit eigenen Maßnahmen direkt das Klima zu retten, ist viel zu klein – nationaler Klimaschutz reicht nicht aus. Wir können die Welt alleine nicht retten.“ Deshalb müsse mindestens eine europäische, eher eine globale Linie gefunden werden. Mit China und den USA gefolgt von Indien und Russland sind die größten CO<sub>2</sub>-Verursacher schnell ausgemacht, wobei allein auf China mehr als ein Viertel der CO<sub>2</sub>-Emission entfällt. Deutschland gehört allerdings zu den Top Ten im weltweiten CO<sub>2</sub>-Ranking. Und die Kurve zeigt steil nach oben – allein 2018 stieg der weltweite Kohlendioxid-Ausstoß um weitere 2,7 Prozent an. Weltweit befinden sich etwa 1000 Kohlekraftwerke im Bau, und weitere 400 sind in Planung laut den Daten, die von 29 Umweltschutzorganisationen weltweit zusammengetragen wurden.

### Bürde oder Chance?

Seitdem die 16-jährige Schwedin Greta Thunberg besonders in der jungen Generation für ein neues Bewusstsein gesorgt hat, nimmt die Klimaschutz-Debatte allgemein an Fahrt auf. Ein Zurück auf den vorindustriellen Stand vor 200 Jahren kann jedoch nicht die Lösung sein. Kirschenmann: „Deutschland ist eine moderne Industrienation. Wir sind mit unseren 80 Millionen Menschen zwar ein kleines Land, machen aber tolle Produkte, die weltweit gefragt sind. Dazu zählen übrigens auch Autos. Wir müssen uns wieder bewusst machen, dass unser Wohlstand auf Technologie und Produkten beruht, die wir in die ganze Welt exportieren. Und natürlich auch auf Mobilität.“ Dass Deutschland klimaschonende Technologien entwickeln kann, hält Kirschenmann auch für eine ökonomische Chance. Schließlich beruhe Deutschlands Wohlstand auf Innovationen und Ideen, die auch im Ausland zum Klimaschutz beitragen könnten. Erfolgreich werde das aber nur gelingen, „wenn der Verbraucher seine Kaufverhalten darauf einstellt“. Gera-

de mit Blick auf das Thema Mobilität müsse dabei die Verhältnismäßigkeit gewahrt werden. Deshalb hält er auch nichts von der diskutierten CO<sub>2</sub>-Steuer: „Die Politik versucht, Ergebnisse durch Sanktionen oder sogar Verbote zu erzielen. Das wird nicht funktionieren. Wir brauchen Anreize und Förderungen, keine Verbote. Deshalb muss mit Hochdruck technologieoffen weitergeforscht werden. Wenn ich mich zwischen Klimaschutz ohne Mobilität oder Klimaschutz durch bessere Mobilität entscheiden müsste, würde ich den Klimaschutz mit besserer Mobilität wählen. Und dazu können unsere Unternehmen eine Menge beitragen.“ Zum Kammerbezirk der IHK zählt auch das VW-Werk in Wolfsburg – also die Zentrale des Konzerns. Kirschenmann: „In Deutschland hängen laut VDA rund 830 000 Beschäftigte direkt und noch einmal 1,5 bis zwei Millionen Beschäftigte in nachgelagerten Branchen von der Autoindustrie ab, die durch die Grenzwert-Debatte in die Sinnkrise getrieben worden ist. Das muss uns klar sein.“ Er wünscht sich einen analytischen, sachlichen Blick auf das Thema, denn mit Diesel-Fahrverboten auf speziellen Straßen in den Innenstädten sei der Klimaschutz oder die Feinstaubproblematik tatsächlich kaum zu lösen.

### „Wir müssen schneller werden“

„Natürlich kann ich als Städter auf mein Auto verzichten, aber in der Fläche wird das nicht funktionieren und auch nur begrenzt durch E-Mobilität zu lösen sein. Dadurch bekommen wir wieder neue Probleme, denn der Strom muss produziert, die Batterien müssen produziert und entsorgt werden, und die Lade-Infrastruktur muss geschaffen werden“, sagt Kirschenmann. Und das vor dem Hintergrund, dass in der Aufbauphase der E-Mobilität bereits weitere Technologien wie zum Beispiel im Bereich Wasserstoff zusätzlich entwickelt werden müssen. Und damit ist das Hauptanliegen von Andreas Kirschenmann benannt: „Mein Thema lautet: Deutschland muss schneller werden! Wir haben einen so hohen Standard erreicht, dass wir nun zunehmend bewegungsunfähig werden. Ein Beispiel: Es dauert Jahrzehnte, bis Infrastrukturprojekte wie die A21, die A26 oder die A39 realisiert werden. Die Genehmigungsverfahren sind derart langwierig und komplex, dass wir kaum noch von der Stelle kommen. Ein weiteres Beispiel: Bei der Planung des Fehmarn-Belt-Tunnels kamen von dänischer Seite 40 Einwendungen, von deutscher Seite waren es 16 000. Das sagt doch etwas aus. Oder: Wir erzeugen in Norddeutschland jede Menge Windstrom, der aber nicht entsprechend genutzt werden kann, weil es nicht gelingt, eine Trasse in den Süden zu führen. Weil die Menschen für die Energiewende, aber gegen Masten in ihrer Umgebung sind. Wir haben vergessen, dass die Infrastruktur das Nervensystem unserer Gesellschaft und unserer Wirtschaft ist. Darauf basiert unser Wohlstand zu großen Teilen. Und damit übrigens auch die politische Stabilität.“

### Ein Appell gegen den Behinderungs-marathon

Kirschenmann weiter: „Mittlerweile gibt es Regionen, in denen die Menschen für den Ausbau von Verkehrsinfrastruktur demonstrieren – weil Bauvorhaben beispielsweise durch Verbandsklagen gegen die Mehrheit der Menschen vor Ort verhindert werden sollen. Gerade da brauchen wir auch ein gesellschaftliches Umdenken und Beschleunigung.“

Der IHK-Präsident ist sicher: „Wenn wir als Nation international mithalten und als Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben wollen, wenn wir ganz konkret Arbeits- und Ausbildungsplätze erhalten und neue schaffen wollen, dann müssen wir schneller werden. Und dafür sorgen, dass wichtige Vorhaben zügig umgesetzt werden. Selbstverständlich in demokratisch legitimierten Verfahren.“ Ein Appell gegen den Behinderungs-marathon, dem sich durchweg fast alle Infrastrukturprojekte ausgesetzt sehen. Konkret geht es dem IHK-Präsidenten um Planungsrecht, Bürokratismus, die verbreitete Regelungswut, das komplizierte Steuerrecht und auch Themen wie den Brandschutz. Kirschenmann: „Wir denken nicht mehr quer. Wir trauen uns nichts mehr, Dinge in Frage zu stellen. Stattdessen sichern wir uns in alle Richtungen ab und

versuchen, jedes Risiko auszuschalten – mit dem Ergebnis, dass wir nicht mal einen Flughafen zu Ende bauen können. Das ist die berühmte ‚German Angst‘. Dadurch werden wir als Gesellschaft immer zögerlicher und langsamer. Natürlich brauchen wir demokratische Prozesse und Mitsprache, aber zwischen langsam und China muss es doch einen gangbaren Kompromiss geben.“ Diese treffende Gesellschaftsanalyse basiert auf der Erkenntnis, dass es Deutschland seit vielen Jahren ausgesprochen gut geht – dadurch wird jede Veränderung zur Bedrohung. Kirschenmann: „Wir sind zu zufrieden, und das macht träge. Und wir fühlen uns sicher – ein fataler Irrtum, denn zunehmend finden die maßgeblichen Entwicklungen in einer sich rasant verändernden Welt nicht mehr in Deutschland statt. Das muss sich wieder ändern.“



# Fortschritt ist einfach.

## 175 Jahre

spknb.de

Weil unsere Experten Ihr Unternehmen mit der richtigen Finanzierung voranbringen.

Deutsche Leasing  Die Landesbanken

Aus Nähe wächst Vertrauen

 Sparkasse Harburg-Buxtehude

Von Wolfgang Becker

Etwa drei Jahre ist es her, dass der Bezirk Harburg erstmals in Verbindung mit dem Hamburger Städtetourismus gebracht wurde. Mittlerweile ist Tourismus eine der fünf Kernkompetenzen des Harburger Citymanagements (siehe auch Seite 19) und ein Thema, das indirekt auch das Bauamt beschäftigt. Grund: Zurzeit übertreffen sich die Investoren und Projektplaner gegenseitig mit Neubauplänen. B&P sprach über diese auffällige Entwicklung mit Harburgs Baudezernent, Jörg Heinrich Penner, und Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann. Beide kommen zu dem Schluss: „Höchste Zeit, dass endlich was passiert – Harburg ist als Hotelstandort völlig unterrepräsentiert.“

Kurz: Die jüngsten Aktivitäten werden durchaus positiv begleitet, auch wenn nicht ganz klar ist, ob am Ende alle Pläne auch tatsächlich realisiert werden. Penner: „Doch selbst wenn das Gelingen sollte, ist das keineswegs zu viel für den Standort. Das sogenannte Klumpen-Risiko ist gar nicht so schlimm.“ Der Begriff „Klumpen-Risiko“ dürfte in Hoteliers-Kreisen zwar etwas ungewohnt klingen, er meint aber lediglich die Ansammlung gleicher Gebäudenutzungen an einem Ort. Dieser Ort ist konkret der Harburger Binnenhafen. Hier plant die Lorenz Gruppe den Bau eines Vier-Sterne-Hotels auf der ehemaligen Beachclub-Fläche am Lotsekanal. Frank Lorenz bestätigt auf Nachfrage: „Das Projekt ist nach wie vor aktuell.“ Die Zahl der Zimmer wird mit 2XX angegeben. Das mit 600 Zimmern „größte Hotel Hamburgs“ will nur wenige 100 Meter entfernt der Harburger Unternehmer, Investor und Channel-Begründer Arne Weber an den Kanalplatz stellen. Das HIP Hotel Hamburg soll mit niedrigem Einstandspreis sowohl Geschäftskunden als auch Touristen beherbergen. Das Konzept ist einmal mehr quergedacht, funktioniert aber laut Weber nur, wenn die Hansestadt den Einsatz einer Schnellfähre vom Harburger Anleger Dampfschiffsweg zu den Landungsbrücken genehmigt. Laut Baudezernent Penner sollen Tests in diesem Herbst stattfinden. Die Fähre soll bis zu 20 Knoten schnell sein und die Strecke binnen 20 Minuten schaffen – schneller als jedes andere Verkehrsmittel.



Hier geht es um den Harburger Hotel-Boom: B&P-Redakteur Wolfgang Becker (links) im Gespräch mit Baudezernent Jörg Heinrich Penner und Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann.

Foto: Sophio Konjaria-Christian

## Doppelzimmer mit Frühstück *gefällig?*

Hotel-Boom in Harburg: Baudezernent Jörg Heinrich Penner und Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann finden: Das wird höchste Zeit!

Für viele Marktbeobachter völlig überraschend hat der Projektentwickler Imentas ein weiteres Hotelprojekt angeschoben: Die Familie Mönke plant an der Blohmstraße den Bau Aqua2 Dock, zu dem auch ein 166-Zimmer-Hotel des Hamburger Unternehmens Novum Hospitality zählen wird. Name: „the niu Quay“ (siehe auch Seite 3/Immobilien-Special). Baustart: im kommenden Jahr. Ein weiteres Hotel mit 142 Zimmern baut die Hamburger aestate Immobilienentwicklung AG an der Harburger Schloßstraße und integriert dazu eine echte Harburgensie: das Gasthaus „Der Goldener

Engel“ (Seite 17 Immobilien Special). Der Bauantrag ist eingereicht. Im Zwei- und im Vier-Sterne-Bereich plant auch die CG-Gruppe Hotels im Kontext des Neuländer Quarrees am Östlichen Bahnhofskanal. Penner: „Das ist bereits recht konkret.“ Last not least: stilwerk-Inhaber Alexander Garbe hat das Hotel Hamburg Blick in Hausbruch übernommen (siehe Seite 5/Immobilien-Special) und plant dort ein Design-Hotel mit 100 Zimmern. Macht unter dem Strich: Rund 1500 neue Hotel-Zimmer in den nächsten Jahren – wenn alle Projekte umgesetzt werden. Das

wäre das Dreifache des aktuellen Bestands von etwa 550 Zimmern. Melanie-Gitte Lansmann: „Das ist völlig in Ordnung – nur ein weiteres Hotel zusätzlich wäre nicht ausreichend.“ Zurzeit finden sich in Harburg das gehobene Privathotel Lindtner in Heimfeld und das Hotel Panorama am Harburger Ring mit nennenswerter Größe. Darunter gibt es noch ein halbes Dutzend kleiner Häuser mit zehn bis 30 Zimmern. Penner: „Das recht neue B&B-Hotel am Karnapp ist ständig ausgebucht. Ich habe damals dazu geraten, ein Stockwerk mehr zu bauen, doch da fehlte der Mut.“ Penner sieht den zu erwartenden

Zuwachs gelassen: „Nur fünf Prozent der Hamburger Hotels sind in Harburg. Denken wir uns Hamburg mal weg, hätten wir hier eine Stadt mit 165 000 Einwohnern – und nur 500 Hotelzimmer. Da geht also noch etwas. Und denken wir uns Hamburg mal wieder dazu, ist das doch eine wesentliche Verbesserung der wirtschaftlichen Kalkulationsgrundlage für jeden Hotelbetreiber.“ Und weiter: „Zudem bietet Harburg maritimes Flair, also eine hohe Attraktivität, und ist hervorragend zu erreichen – außer vielleicht von Fuhlsbüttel. Aber mal ehrlich: Zum Hamburger Flughafen brauchen wir von Harburg aus eine Stunde. Zu den Flughäfen nach Hannover oder Bremen ebenso. Das ist doch eine häufig kostengünstige Alternative für den Flug in den Urlaub?“

Auch unter Tourismus-Gesichtspunkten liegt Harburg ideal. Davon ist die Citymanagerin überzeugt: „Harburg ist auch für Busreisende, die Hamburg besuchen wollen, perfekt gelegen. Zudem verliert beispielsweise der Landkreis Harburg immer mehr Landhotels. Die Niedersachsen freuen sich, wenn in Harburg Hotels entstehen. Das wurde uns am Runden Tisch signalisiert.“ Und: „Harburg liegt am Switchpoint: Wer hier ins Hotel geht, hat die Wahl: Stadtbesuch in Hamburg-City, Wandern in der Nordheide oder Kinderbelustigung im Wildpark – wir bieten alles.“ Kritikern hält sie entgegen: „Harburg wird ganz sicher nicht zur Touri-Stadt – das verläuft sich. Aber Gäste von außerhalb kommen Harburg zu gute. Sie erleben das Geschäft und sorgen für Umsätze. Davon profitieren alle.“ Auch Penner sagt: „Von Über-Tourismus sind wir weit entfernt.“ Ginge es nach dem Baudezernenten, wäre eine Fährverbindung nach Hamburg-City eine ideale Transportmöglichkeit. Der Anleger am Dampfschiffsweg sollte zudem mit einem Bus erschlossen werden. Penner: „Kein Problem: Der 142er fährt schon jetzt alle zehn Minuten in den Binnenhafen.“ Melanie-Gitte Lansmann: „Das Tourismus-Thema haben wir vor drei Jahren angeschoben. Die Nachfrage nach neuen Hotels gibt uns Recht. Harburg hat immerhin einen Hotel-Entwicklungsplan, das ist ein Riesenvorteil gegenüber anderen Bezirken. Unser Motto: Den Norden aus dem Süden entdecken.“



Wir haben Sie  
im Fokus!

**DIERKES PARTNER**

WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER RECHTSANWÄLTE

Veritaskai 4, 21079 Hamburg, Tel: 040-76 11 466-0, [www.dierkes-partner.de](http://www.dierkes-partner.de)



Bis zu 130 Unternehmen präsentieren sich auf den Wirtschaftstreffs. Hier ein Blick in den Saal von Lindtner.

## Geschäfte machen in der Metropolregion

Wirtschaftstreff „Wir im Süden“ am 4. November – Tageblatt und Sparkassen laden ein

Wir im Süden“ – das ist das Original von mittlerweile diversen Netzwerk-Veranstaltungen in und um Hamburg. Im Kern ist das Leitmotiv überall gleich: Kontakte knüpfen, Geschäftsbeziehungen pflegen, neue Umsätze generieren. Sieben Netzwerk-Veranstaltungen gab es bisher im Harburger Hotel Lindtner mit bisher rund 650 Unternehmen, die Neuauflage findet am Montag, 4. November, an gleicher Stelle statt (12 bis 16 Uhr).

Die Idee wurde erstmals im Oktober 2013 von der Sparkasse Harburg-Buxtehude und dem Tageblatt, Tageszeitung im Landkreis Stade, umgesetzt. Mittlerweile hat sich daraus eine Marke entwickelt, die in Hamburg und im Umland für die Wirtschaft ein wichtiges Element des Marketings ist: in Harburg, in Stade, in Hamburgs Osten und natürlich auch wieder in Hamburgs Mitte – in der Handelskammer.

Die Palette der Unternehmen, die sich alle in gleicher Form mit einem Werbeaufsteller und Info-Material an einem Bistrotisch präsentierten, war bei der Veranstaltung im vergangenen November facettenreich. Von der Kfz-Branche über Hotels, Gastronomie und Einzelhandel, Steuer- und Unternehmensberatung, Gebäudemanagement, IT und Bürobedarf bis hin zu Werbefilmemachern war eine bunte Mittelstands-Mischung vertreten. „Mit minimalistischem Aufwand große Erfolge erzie-

len“, das ist der Grundgedanke dieser Veranstaltung. Mit einem von den Veranstaltern gelieferten (oder von den Firmen mitgebrachten) Aufsteller und an einem Bistrotisch können die Unternehmen über ihr Kerngeschäft informieren. Weil dieses System für alle gleich ist, ergibt sich der doppelte Effekt: am eigenen Stand die potenziellen Kunden informieren und auf der Tour durch den Saal neue Geschäftspartner finden. Die Veranstaltung ist nicht öffentlich. Zutritt erhalten nur die vertretenen Unternehmen mit maximal drei Personen.

### Sonderkonditionen für Startups

„Um die Süderelbe-Region als Basis für den wirtschaftlichen Erfolg zu nutzen, ist ein Netzwerk mit guten Kontakten untereinander notwendig“, sagt Wolfgang Stephan, der mit der Tagblatt Event GmbH, im Auftrag von Tageblatt und Business & People, diesen Event organisiert. Der messbare Erfolg: 85 Prozent der befragten Unternehmen fanden die Veranstaltung im vergangenen Jahr „sehr gut“ oder „gut“. Erstmals gibt es in diesem Jahr Sonderkonditionen für Startup-Unternehmen, die besonders gefördert werden sollen.

» Die Ausschreibung läuft:  
Anmeldung und Infos im Internet unter  
[www.wirtschaftstreff-hamburg.de](http://www.wirtschaftstreff-hamburg.de).

Die Kapitalmarktzinsen sind derzeit so niedrig wie noch nie und bieten gute Bedingungen, Investitionen kostengünstig zu finanzieren und die Unternehmensfinanzierung auch langfristig auf sichere Beine zu stellen. Außerdem gibt es für kleinere gewerbliche Investitionen bei der Sparkasse Harburg-Buxtehude neue Möglichkeiten für eine besonders schnelle, unkomplizierte und sehr flexible Finanzierung. Die Sparkasse Harburg-Buxtehude bietet umfassende und qualifizierte Beratung in allen Finanzfragen für Unternehmen und Unternehmer aus der Region.

Außer dem klassischen Investitionskredit ist Leasing eine praktische Möglichkeit, technisch eine Top-Infrastruktur zu gewährleisten und gleichzeitig die Liquidität des Unternehmens zu schonen. Denn längst kann man nicht mehr nur Autos leasen, sondern auch komplette Büroeinrichtungen und Maschinen.

### Mit Leasing technisch immer auf dem neuesten Stand

„Viele Unternehmer leasen Autos: Schließlich haben sie damit immer ein neues Modell. Und die monatlichen Raten schaden der Liquidität weniger als der Kauf eines oder mehrerer Fahrzeuge“, weiß Martin Fuchs, Leasing-Spezialist bei der Sparkasse Harburg-Buxtehude. „Die Vorteile des Leasens liegen also auf der Hand. Umso erstaunlicher, dass dieses Modell nicht viel häufiger eingesetzt wird.“

Alte Maschinen können im Wettbewerb mit anderen Firmen einen entscheidenden Nachteil bilden: Sie arbeiten langsamer, nicht so akkurat oder verbrauchen einfach mehr Energie. Doch ständig neue Maschinen zu kaufen, das kann sich keine Firma leisten. Hier kann Leasing eine attraktive Alternative darstellen. Fuchs weiter: „Die Technik entwickelt sich ständig weiter. Wer mit alter Technik arbeitet, kommt schnell ins Hintertreffen. Die Konkurrenz ist mit neuen Geräten möglicherweise schneller, besser und günstiger. Außer einem Auto können beispielsweise auch große Anlagen wie



## LEASING?



Der Leasing-Spezialist der Sparkasse Harburg-Buxtehude: Martin Fuchs

# Das ist auch ein Thema für die Beschaffung neuer Maschinen!

Martin Fuchs, Spezialist der Sparkasse Harburg-Buxtehude, über die Vorteile dieser Finanzierungsart

fünffachsig CNC-Fräsen, Robotermaschinen oder 3-D-Drucker geleast werden. „Das ist speziell für Existenzgründer interessant, die zu Beginn nicht so viel Geld in ihre technische Infrastruktur stecken wollen oder können“, sagt Martin Fuchs. Hinzu komme gerade bei technischen Geräten: Sie veralten schnell, und schon kurz nach dem Kauf ist ein neues Modell auf dem Markt, das schneller und besser ist. Wer beruflich davon abhängig ist, immer mit einem top-modernen Gerät zu arbeiten, fährt also mit Leasing oft besser als mit einem Kauf, rät der Experte. Leasing bietet einen weiteren Vorteil: Die monatlichen Raten können von der Steuer abgesetzt werden. Wie das funktioniert, erklärt ein Steuerberater.

### Finanzierungsentscheidung in nur zwei Minuten

Zeit ist bekanntlich Geld und manche Investitionen erfordern auch schnelle Entscheidungen. Daher bietet die Sparkasse Harburg-Buxtehude gemeinsam mit der Deutschen Leasing einen besonders unbürokratischen und schnellen Service. Für Finanzierungen bis 250000 Euro erhält der Kunde nach zwei Minuten die Entscheidung – sozusagen ein Turbo-Kredit. Und das unabhängig davon, ob das Geld für einen Pkw, Maschinen, IT, Büroeinrichtung oder energiesparende Anlagen benötigt wird. Alle Fragen rund um das Thema Finanzierung beantworten die Firmenkundenberater der Sparkasse Harburg-Buxtehude in ihren vier FirmenkundenCentern und im KompetenzCenter Unternehmenskunden. Sie verfügen über jahrzehntelange Erfahrungen und umfassende Marktkenntnisse, um Investitionsvorhaben – auch weltweit – umzusetzen. Gemeinsam mit der Deutschen Leasing bietet die Sparkasse Harburg-Buxtehude vielfältige Finanzierungslösungen unabhängig von Branchen und Objekten.

» Terminvereinbarungen unter der Telefonnummer 0 40/766 91-2513 oder unter [www.spkhhb.de/Firmenkunden](http://www.spkhhb.de/Firmenkunden).

## KOLUMNE

horeis  consult



# Personal 4 you

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

## Ein große Chance: Der Generationen-Mix

Sprechen wir von einem Klischee oder von der Realität, wenn wir verallgemeinern, dass die sogenannten Babyboomer (geboren zwischen 1950 – 1964) leben, um zu arbeiten, die Golf-Generation (ab etwa 1965) arbeitet, um zu leben und die Generationen Y (ab etwa 1980) und Z (ab etwa 1995) eigentlich gar nicht arbeiten wollen? Ganz so einfach ist die strikte Klassifizierung nach Geburtsjahrgängen sicherlich nicht, jedoch grenzen sich neue Generationen immer wieder bewusst oder unbewusst von der bestehenden Generation ab. Obwohl sich klare Unterschiede zwischen den Werten der verschiedenen Generationen feststellen lassen, entwickeln sich Werte und Ziele individuell.

„Die Jugend liebt heutzutage den Luxus. Sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt vor den älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte.“ Dieses Zitat des Philosophen Sokrates (469 v.Chr.) hat immer noch Allgemeingültigkeit und spiegelt die Sichtweise der Älteren auf die nachkommenden Generationen wider. Was bedeutet der Generationenkonflikt jedoch für das Management eines Unternehmens in der heutigen Zeit?

Unternehmen, die Mitarbeiter vom Azubi bis zum angehenden Ruhestandler beschäftigen, werden mit mannigfaltigen Werten und Wünschen an das Arbeitsleben konfrontiert. Möchte der Eine „nur“ (finanzielle) Sicherheit, suchen die Anderen nach Entwicklungsmöglichkeiten, Work-Life-Balance und Erfüllung. Streben die Einen nach Karriere und Erfolg, suchen die Anderen nach Spaß und Sinnhaftigkeit. Starre Hierarchien und Arbeitszeitmodelle werden durch agile Strukturen, Homeoffice und flexible Stundenmodelle ersetzt. Führungskräfte sehen sich gefordert zwischen Tradition und Modernität, Kontinuität und Wandel, Gemeinsamkeit und Individualität, Autorität und Partizipation sowie Beständigkeit und Beschleunigung. Führungskräfte sehen sich zusätzlich damit konfrontiert, dass sich jüngere

Mitarbeiter nicht mehr langfristig an einen Arbeitgeber binden wollen. Aus einem Überangebot an Informationen und attraktiven Projekten können diese Menschen unter „interessanten(ren) Joboptionen“ auswählen. Lebensläufe werden künftig bunter und abwechslungsreicher. Der breit gefächerte Erfahrungsschatz wird sich indes positiv auf die Entwicklung der Firmen auswirken. Eine (hohe) Personalfuktuation wird eher zur Normalität als zu einem Sonderfall werden. Konzepte zur Bindung von Mitarbeitern werden eine zunehmende Bedeutung gewinnen. Von oben nach unten gelebte Autorität und Verantwortung wird durch Teamverantwortung und Fachlichkeit abgelöst werden.










Das alles fühlt sich fast nach Herausforderungen an, die Unternehmen nicht meistern könnten. Für welche Werte ein Konzern oder kleine und mittelständische Betriebe stehen, sollte in der Unternehmenskultur verankert sein und auch tagtäglich gelebt werden. Ein Unternehmen sollte sich auf keinen Fall verbiegen, um allen individuellen Bedürfnissen der Belegschaft und der unterschiedlichen Generationen gerecht zu werden; nur sollte der Wertewandel auch nicht verschlafen werden. Das Angebot muss passen, zum Wertesystem des Unternehmens und zu den Anforderungen der Belegschaft. Auch wenn nicht alle Mitarbeiter gleich ticken, können Unternehmen von Teams aus gemischten Generationen oder Altersgruppen enorm voneinander profitieren. Die hohe Leistungsbereitschaft und Erfahrung der Babyboomer und der Generation X wird durch den Idealismus und Innovationsgeist der jüngeren Generationen bereichert. Digital Natives können beispielsweise als Azubis entsprechende Impulse für die Digitalstrategie setzen. Der gesunde Mix aus Generationen ist die große Chance für die Beständigkeit und stete Weiterentwicklung eines jeden Unternehmens.

» Fragen an die Autorin? [corinna@horeis-consult.de](mailto:corinna@horeis-consult.de)



## Volle Ladung Leistung: die Qualitätsversprechen für Junge Sterne Transporter.

Junge Sterne Transporter. Rundum gecheckt.

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

\*Die Garantiebedingungen finden Sie unter [www.junge-sterne-transporter.de](http://www.junge-sterne-transporter.de)

Mercedes-Benz

Vans. Born to run.



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



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](mailto:juergen.haase@tesmer.de), [www.tesmer.de](http://www.tesmer.de)



STADAC steht für Stader Automobil Center und markiert einen Namenswechsel in der 100-jährigen Geschichte der Familie Leuchtenberger. 1919, nur ein Jahr nach dem Ersten Weltkrieg, widmete sich der Flugzeugbauer Ernst Leuchtenberger dem Fahrzeugbau und gründete unter seinem Namen den Automobilbetrieb. Ernst übergab die Firma an seinen Sohn Walter, der wiederum seine Söhne Rolf und Werner mit ins Geschäft nahm. 1979 trennten sich die geschäftlichen Wege der Brüder, und Werner Leuchtenberger gründete in Stade das Unternehmen STADAC, das heute mit Standorten in Stade (1979), Buxtehude (1983), Buchholz (1986), Norderstedt (2004) und Ahrensburg (2008) vertreten ist. Die STADAC hat inzwischen 220 Mitarbeiter, macht etwa 95 Millionen Euro Jahresumsatz und vertritt die Marken BMW und MINI mit den Untermarken BMW M, BMWi und BMW Classic. Bis heute steht STADAC auch für die Familientradition: In der Geschäftsführung ist der Gründer Werner Leuchtenberger mit seinen Söhnen Philip, Martin und Lorenz. Alle sechs Leuchtenbergers der STADAC-Linie sind im Jubiläums-Logo abgebildet. B&P stellt im Laufe dieses Jahres jeweils einen Leuchtenberger vor. In dieser Ausgabe geht es um Philip Leuchtenberger – er verantwortet den gesamten Vertrieb inklusive Marketing und Vertriebscontrolling.

## Autohandel im Zeichen der Mobilitätsdebatte

STADAC-Porträts Teil 3: Vertriebschef Philip Leuchtenberger über die Marke BMW, autonomes Fahren und einen Markt im Umbruch

Er ist mit Leib und Seele Vertriebler, wie er sagt, und seit zweieinhalb Jahrzehnten im Geschäft: Philip Leuchtenberger, der älteste der drei Brüder, und einer von vier Geschäftsführern bei STADAC. BMW und Mini, das sind die Marken, für die er arbeitet. Doch auch Philip Leuchtenberger registriert, wie sich die Zeiten ändern. Im eher ländlichen Stade sei das Autoverkaufen noch etwas einfacher als in der Stadt. Er sagt: „Das Thema Mobilität verändert alles. Viele Menschen in der Stadt verzichten auf ein Auto, weil es einfach kaum noch Sinn macht, kurze und mittlere Strecken mit dem eigenen Pkw zurückzulegen. Baustellen, das Parkplatz-Problem, Car-Sharing-Angebote, dichter Verkehr und zunehmende Reglementierungen – all dies führt nicht gerade dazu, dass sich die Zeiten für Autoverkäufer verbessern. Das spüren wir auch. Dennoch erleben wir für die Marke BMW ein tolles Jahr. Die Zahlen sind gut, BMW steht prima da. Das freut uns.“ Die zunehmenden Möglichkeiten der Digitalisierung sind ein weiteres Thema, mit dem sich der Autohandel auseinandersetzen muss. Online-Käufe sind durchaus üblich, aber Philip Leuchtenberger betont: „Autokauf ist nach wie vor ein großer emotionaler Prozess. Oft geht es um hohe Summen, die nicht so selbstverständlich in die Hand genommen werden. Deshalb ist der schnelle Kauf im Internet zumeist nicht die Lösung. Ganz bestimmt nicht bei teuren Modellen. Da kommt es auf gute Beratung an, auf die Konfiguration des Fahrzeuges und auf einen kompetenten Ansprechpartner, der mir als Kunde auch genau erklären kann, was das Fahrzeug technisch zu leisten imstande sein.“

### Zu Hause in der BMW-Welt

Als Vertriebschef ist Philip Leuchtenberger zuständig für den gesamten Verkauf an allen fünf Standorten zwischen Stade und Ahrensburg. Er selbst hat sein Büro in Norderstedt. Dort begann für ihn die eigene Geschichte mit BMW. Der 46-jährige erzählt: „Nach dem Abitur 1993 begann ich eine Ausbildung zum Automobil-Kaufmann in der BMW-Niederlassung Hamburg. Ich habe anschließend noch den Kfz-Betriebswirt auf der Betriebsfachschule in Northeim gemacht. 1997 wechselte ich vom Standort Stade nach Buxtehude und wurde dort zuständig für die englischen Marken: Mini, Rover, MG und Land Rover. Damals war STADAC der größte Rover-Händler im ganzen Bezirk. Von 2001 bis 2004 über-



Baugleich wie der STADAC-Standort Buchholz: das BMW-Autohaus in Norderstedt.

nahm ich dann die Vertriebsleitung in Stade. Das war zugleich auch der tiefe Einstieg in die BMW-Welt.“ Als BMW 2004 einen Händler als Nachfolger für einen Betrieb in Norderstedt suchte, erging eine entsprechende Anfrage auch an STADAC. Das Unternehmen beschloss, sich in Norderstedt zu engagieren. Philip Leuchtenberger fand die Idee richtig gut, denn er wollte sich dort vor Ort auch privat niederlassen. Noch im selben Jahr startete STADAC eine große Offensive in Norderstedt und baute ein völlig neues Geschäft auf. Er sagt: „Wir fingen quasi bei null an. Ich hatte abgesehen vom Service keinerlei Kunden-Kontakte aus dem Umfeld, es gab keine Kartei. Das war wirklich ein sportlicher Start. Aber nach zwei Jahren waren wir der stärkste BMW-Standort in der Gruppe.“ Doch damit war die Geschichte noch nicht beendet. 2008 wurde ein BMW-Haus in Ahrensburg übernommen, auch dort ist STADAC jetzt mit den Marken BMW und Mini vertreten. Als Vertriebschef ist Philip Leuchtenberger auch für das Controlling in diesem Bereich sowie das Marketing zuständig. Die Händler bekommen klare Vorgaben vom Hersteller. „Der Druck ist enorm“, sagt er. Zusätzlich steht er in Konkurrenz zu anderen BMW-Händlern und zur Niederlassung. „Für die Vertriebssteuerung ist das ein schmaler Grat. Wir bekommen jährliche Stückzahlen vorgegeben, sollen den Umsatz möglichst übers Jahr gut verteilen und auch noch einen durchschnittlichen Umsatz pro Auto erzielen.“ Seit 2012 engagiert sich Leuchtenberger auch im Vorstand des BMW-Händlerverbands und tritt mit seinen Kollegen in einen intensiven Dialog mit BMW zur Umsetzung der am-

bitionierten Ziele für den Handel. „Einzelhandel“, so sagt er, „ist eine Frage von vielen Detail-Informationen. Anders ausgedrückt: Retail is detail.“

### Am Ende zählt das Ergebnis

Es gibt eine Reihe von Instrumenten, mit denen Vertriebs-erfolge gesteuert werden können. Vieles ist vorgegeben, manches können die Händler selbst bestimmen. Am Ende zählt das Ergebnis. Alle fünf Jahre finden Gespräche zwischen dem Hersteller und dem Händler statt. Dann geht es um die konkrete Frage der Vertragsverlängerung. Im STADAC-Jubiläumjahr stehen noch einige Neuauftritte auf dem Programm. Leuchtenberger: „Im Herbst bekommt die 8er-Serie Zuwachs. Das Grand Coupé kommt auf den Markt, auch der 1er kommt neu heraus, ebenso wie der 3er Touring. Dieses Modell ist der Klassiker schlechthin und verkauft sich nach wie vor hervorragend. Der X7 ist quasi schon ausverkauft, und der X1 als kleiner SUV ist der Renner schlechthin.“ Doch wie steht es eigentlich um die E-Mobilität? Dazu sagt Philip Leuchtenberger: „In diesem Bereich war BMW Pionier. Vor allen Dingen der i3 legt kräftig zu. Die absoluten Zahlen sind zwar noch relativ gering, aber binnen drei Jahren haben wir sechs Mal so viel i3 verkauft wie noch 2017. Und die Signale aus der Kundschaft sind eindeutig – immer mehr Kunden fragen nach und interessieren sich für E-Autos.“ Das gelte vor allem auch für Hybridantriebe. Gerade beim Geschäft mit Dienstwagen mache sich zudem die Halbierung des geldwerten Vorteils positiv bemerkbar. Nach wie vor ist BMW eine beliebte Marke für Autofahrer, denen es auf hohe PS-Leistung und sportliche Fahrweise ankommt. Das ist für das Geschäft gut, denn selbst die teuren hoch motorisierten Fahrzeuge verkaufen sich gut, wie Philip Leuchtenberger sagt. Ein weiterer Aspekt beim Autohandel ist jedoch aus seiner Sicht auch das Thema Assistenzsysteme. Hier hat BMW allerlei zu bieten, und selbst der STADAC-Geschäftsführer ist mittlerweile so weit, dass er teilautonomes Fahren, beispielsweise im Stau oder im langsam fließenden Verkehr, durchaus schätzt. Hier gebe es noch reichlich Entwicklungsspielraum und große Chancen für den Handel. Denn je komplizierter die Technik, desto größer der Beratungsbedarf. wb

» Web: [www.stadac.de](http://www.stadac.de)



**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](http://www.horeis-consult.de)  
Buchholz i.d.N. | Fon 04181.380-946 | Mobil 0170.77.49.170

**WEITERBILDUNGS BONUS**

**ZWEI:P**

**zwei P PLAN:PERSONAL gGmbH**  
Wendenstraße 493  
20537 Hamburg  
info@weiterbildungsbonus.net  
[www.weiterbildungsbonus.net](http://www.weiterbildungsbonus.net)  
[www.zwei-p.org](http://www.zwei-p.org)

Hotline: 040 / 211 12 - 536

**Einfach, effektiv:**  
Weiterbildung mit dem  
Hamburger Weiterbildungsbonus 2020  
**Jetzt bis zu  
2.000 Euro Förderung sichern**

Das Projekt wird aus dem Europäischen Sozialfonds ESF und von der Freien und Hansestadt Hamburg finanziert.

Europäische Union  
Hamburg

# Herr Kaiser war gestern – Jetzt kommt Klaus Hain...

... und erledigt das Thema Betriebliche Altersvorsorge komfortabel für jedes Unternehmen – Fallbeispiel: Die LAP GmbH in Lüneburg

Unternehmen, die etwas für ihre Mitarbeiter tun wollen, bieten eine Betriebliche Altersvorsorge an – ein gern genutztes Instrument aus dem Repertoire der sozialen Leistungen. In der Regel handelt es sich um Versicherungsverträge, die der Mitarbeiter mitnimmt, wenn er den Job wechselt. Folge: Gerade Personalabteilungen größerer Unternehmen, aber auch kleine Unternehmen ohne eigene Personalabteilung haben es nach einiger Zeit mit einer Vielzahl von Versicherern, unterschiedlichen Verträgen und vor allem einem Themenfeld zu tun, für das eine Menge Sachwissen vonnöten ist. Dieser Umstand hat Klaus Hain, Inhaber der Carl Rehder GmbH Versicherungsmakler in Hittfeld, auf die Idee gebracht, seinen Kunden einen Großteil der Arbeit abzunehmen – als Berater und Experte geht er nun in vielen Unternehmen in die Mitarbeitergespräche. Zum Beispiel bei LAP in Lüneburg, einem weltweit führenden Anbieter von Systemen zur Steigerung von Qualität und Effizienz durch Laserprojektion, Lasermessung und weitere Verfahren. Catharina Wiermann, für das Thema zuständige Mitarbeiterin der Personalabteilung, ist total begeistert: „Jetzt haben wir einen Ansprechpartner für alle Versicherer – das vereinfacht unsere Arbeit ungemein.“

Personalbewegungen führen früher oder später dazu, dass es die Kollegen in der Personalabteilung über kurz oder lang mit einer Vielzahl von Verträgen und Versicherern zu tun haben. Da auch das Versicherungswesen nicht gerade einfacher wird, bindet dieser spezielle Bereich viel Zeit – ein zusätzlicher Kostenfaktor. Ilka-Kristin Nowas, Leiterin der LAP-Personalabteilung: „Aufgrund der immer stärkeren Entwicklung des Bewerbermarktes ist es für uns wichtig, mit unserem Angebot für die betriebliche Altersvorsorge ein attraktives Angebot für bestehende Mitarbeiter zu haben, aber auch für neue qualifizierte Mitarbeiter ein interessanter Arbeitgeber zu sein. Dabei hilft uns die vereinfachte und unkomplizierte Zusammenarbeit mit einem Makler bei diesem komplexen Thema natürlich sehr.“

## Aus 20 Euro mach 100

Catharina Wiermann: „LAP bietet seinen Mitarbeitern schon seit Jahren Möglichkeiten der betrieblichen Altersvorsorge. Da gibt es die klassische Betriebsrente, die durch den Arbeitgeber vollfinanzierte Altersvorsorge als Direktversicherung, und eine weitere Form, die der Arbeitnehmer selbst noch beisteuern kann. Mit Herrn Hain haben wir nun jemanden gefunden, der hier vor Ort die Mitarbeiterberatung anbietet, der die Verträge abwickelt, der Fragen beantwortet und der die Kommunikation mit dem Versicherer übernimmt. Für uns die perfekte Lösung.“ Im vorigen Jahr legte LAP ein neues Pro-

gramm für die Betriebliche Altersvorsorge auf. Ziel: Möglichst viele Mitarbeiter sollten in den Vorzug dieser Absicherung kommen. LAP zog dazu den Industrie- und Pensions-

verein IVP zu Rate – ein versicherungsunabhängiger Dienstleister, der Unternehmen hilft, beispielsweise Betriebsvereinbarungen zu formulieren und entsprechende Verträge

aufzusetzen. Der IVP stellte einen Kontakt zu Klaus Hain her, und der wiederum setzte mit der Allianz ein neues Angebot für LAP-Mitarbeiter um, die nun mit einem Einsatz von

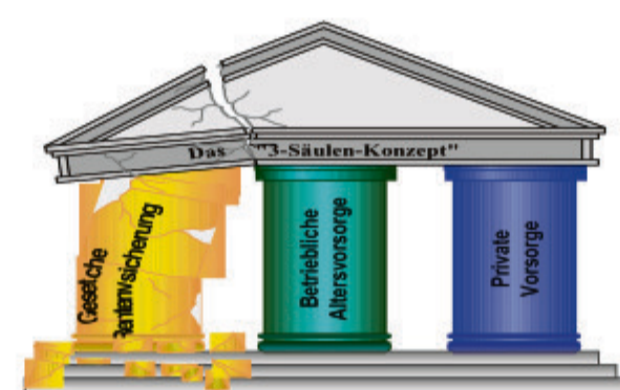
rund 20 Euro netto knapp 100 Euro Kapital im Monat ansparen können (inklusive der vermögenswirksamen Leistungen). Folge: Von den 240 LAP-Mitarbeitern, die zum Teil bereits über Altverträge verfügen, stiegen mehr als 50 neu in die Betriebliche Altersvorsorge ein.

Klaus Hain ist allein bei LAP Kontaktperson für acht verschiedene Versicherer. In Lüneburg absolvierte er zum Start der Aktion zwei Betriebsversammlungen und in deren Folge sieben Beratungstage mit Einzelgesprächen, zu denen Mitarbeiter auch ihre Altverträge mitbrachten. Hain: „Da kommen dann viele Fragen: Was passiert bei einem Todesfall in der Ansparphase? Wer bekommt das Kapital, wenn der Versicherte nach dem Rentenbeginn verstirbt? Ist das Geld dann weg? Was passiert im Falle einer Berufsunfähigkeit?“ Dabei stieß Hain auf viele Altverträge mit so guten Konditionen, „dass man die unmöglich kündigen sollte. Das sage ich den Leuten dann auch“.

Als ehemaliger Mitarbeiter der Allianz handelte Klaus Hain für LAP „Superkonditionen bei niedrigster Kostenstruktur“ heraus, wie er betont. Und mehr noch: Sogar der bestehende LAP-Vertrag mit der Allianz wurde auf die neuen Konditionen umgeschrieben. Catharina Wiermann: „Wir sind jetzt viel professioneller aufgestellt als früher.“ Zum Beispiel, weil mit Hilfe des Versicherers ein Ar-



Auf dem roten Teppich im LAP-Foyer: Versicherungsmakler Klaus Hain mit Catharina Wiermann (rechts) und Ilka-Kristin Nowas, Leiterin der Personalabteilung. Foto: Wolfgang Becker



Die gesetzliche Rentenversicherung als Basis der Altersvorsorge bricht weg!

beitgeberportal installiert wird, auf dem alle Verträge eingesehen und die Daten gepflegt werden können. Bis Ende des Jahres will die Allianz das Portal sogar für Fremdverträge öffnen, um den Kunden ein komfortables Arbeitsinstrument an die Hand zu geben. Im zweiten Schritt will LAP mit Unterstützung von Klaus Hain ein Arbeitnehmerportal einrichten, auf dem online alle Leistungen erläutert, Berechnungsbeispiele durchgeführt und Beratungstermine mit Klaus Hain vereinbart werden können. wb

» Web: <https://www.carl-rehder.de/>

**GASTROBACK®**

DESIGN ESPRESSO  
ADVANCED BARISTA

Art.-Nr. 42619

[www.gastroback.de](http://www.gastroback.de)

**KAFFEE  
IN COFFEE  
SHOP  
QUALITÄT**

gastroback | gastroback\_deutschland | gastroback\_deutschland | gastroback\_deutschland

**DESIGN ESPRESSO ADVANCED BARISTA**  
Art.-Nr. 42619



Moderne NC-Maschinen vereinigen Fräsen und Bohren in einem Arbeitsgang. Auch hier ist der Programmieraufwand hoch, der letztlich die mechanischen Bewegungen der Spindel steuert und die Werkzeuge vorgibt – in diesem Fall ein Bohrer.

Fotos: ProTec

## „Der Markt ist in Be

**A**ls vor wenigen Jahren der 3D-Druck speziell auch für den Metallbereich erste nennenswerte Objekte hervorbrachte und sogar Airbus 3D-Bauteile in Flugzeuge einbaute, da waren die dunklen Wolken am Horizont der Maschinenbauer vorprogrammiert: Eines Tages wird der 3D-Druck die traditionelle CNC-Fräse ablösen. Auch Mirco Schulz, geschäftsführender Gesellschafter der ProTec GmbH in Buxtehude, stand vor der Frage, was die Zukunft wohl bringen würde. ProTec ist spezialisiert auf die Programmierung von NC-Maschinen mit Schwerpunkt im Flugzeugbau und seit Jahrzehnten für Airbus und Zulieferer des europäischen Flugzeugbauers erfolgreich. Seine Antwort: Schulz baute die Bereiche 3D-Druck und 3D-Scan aus – beides artverwandte Geschäftsfelder, wenn es um die Behandlung digitaler Daten geht. Nachdem die Nachfrage im Bereich der NC-Programmierung tatsächlich zurückgegangen war, zieht sie ausgerechnet jetzt wieder deutlich an – und das in wirtschaftlich turbulenten Zeiten mit ungewisser Zukunft für bestimmte deutsche Industriezweige.

Schulz: „Es ist Stand heute bei weitem nicht so, dass der 3D-Druck den Einsatz von NC-Maschinen ablösen wird. Die Verfahren sind speziell und unverhältnismäßig teuer. Allerdings ist 3D-Druck im Flugzeugbau durchaus eine wichtige Technologie, denn dort geht es in der Produktion vor allem um Gewichtseinsparungen. Die sind mit 3D-Verfahren gut zu erzielen.“ ProTec ist mit dem Flugzeugbau in Finkenwerder und Varel groß geworden. Etwa drei Viertel der Aufträge kommen aus der Luftfahrtbranche. Nachdem die A380 fertig war, fiel weniger Arbeit an – das bekamen die Buxtehuder Spezialisten zu spüren. Doch jetzt wendet sich das Blatt.

### Ma : ProTec-Geschäftsführer Mirco Schulz über 3D-Druck vs. NC-Programmierung – und eine überraschende Anfrage aus England

Schulz: „Der Markt ist in Bewegung. Wir treten jetzt in die Phase der Optimierung von Bauteilen ein, sind in Mexiko, Rumänien und ganz Europa gefragt. Das gilt für Komponenten aus dem Flugzeugbau, also den Maschinenbau der Zulieferer sowie deren Maschinenparks, denn hier werden jetzt die Verfahren verbessert, was wiederum für Programmieraufwand sorgt.“ Ein Beispiel: Nach dem Fräsvorgang in einer traditionellen NC-Maschine müssen die Bauteile entgratet werden – bislang oft in Handarbeit. Mittlerweile wird auch dies maschinell erledigt, wenn die Maschine dazu technisch in der Lage ist und die entsprechenden Anweisungen bekommt – durch die Programmierer von ProTec.

### Von drei auf fünf Achsen . . .

Und noch ein Umstand belebt den Markt. Mirco Schulz: „Einige unserer Kunden modernisieren derzeit ihren Maschinenpark, stellen beispielsweise von Drei-Achs- auf Fünf-Achs-Maschinen um. Dadurch wird der Fräskopf beweglicher und erreicht mehr

Seiten im Werkstück. Selbst für die Produktion von Standardteilen entsteht dabei hoher Programmieraufwand.“ Neue Maschinen können das Fräsen und zum Beispiel seitliche Bohrungen in einem Arbeitsgang erledigen – das heißt, verschiedene Herstellungsprozesse müssen miteinander „verheiratet werden“. Der Vorteil: Das Werkstück muss nicht mehrfach aufgespannt werden – das spart Zeit und Kosten.

Es geht bei den Programmieraufträgen allerdings nicht immer um „normale“ NC-Maschinen, die mit hoher Präzision Bauteile aus Metallblöcken fräsen. Schulz: „In England sollen wir jetzt Programmierarbeiten an einer Laser-Reinigungsanlage übernehmen, die in Bremen betrieben wird. Hier werden die Komponenten für die Booster der neuen Ariane-Rakete gereinigt. Der Hersteller der Anlage hat angekündigt, sich aus dem Programmier-Support zurückzuziehen. Nun erging die Frage an uns. Das sind große Maschinen, in denen entsprechend große Bauteile gereinigt werden.“ Dass die Anfrage bei ProTec landete, ist indes kein Zufall – die Buxtehuder sind seit Jahren auch in der Raumfahrt gefragt. Mirco Schulz beschäftigt

ein Team von acht Spezialisten für den Bereich Konstruktion und Programmierung. Er sagt: „In vielen Maschinenbauunternehmen wird noch mit normalen zweidimensionalen Zeichnungen gearbeitet. Wenn diese Firmen modernisieren und sich eine NC-Fräse an-

schaffen, müssen auf Basis der Zeichnungen selbst für einfache Werkstücke 3D-Modelle konstruiert und anschließend programmiert werden. Das machen wir.“

wb

» Web: [www.nc-protec.net](http://www.nc-protec.net)



Je komplexer die Anlage, desto aufwendiger die Programmierung: klassische Bauteile aus der NC-Maschine. Sie werden aus Metallblöcken gefräst.

In dieser begehbaren Maschine werden große Bauteile für Flugzeuge gefräst. Hier ist höchste Präzision gefordert – auch für die Programmierer.

Rechts: ProTec-Geschäftsführer Mirco Schulz.



### WIR ÜBERWINDEN GRENZEN FÜR IHREN ERFOLG

WIRTSCHAFTS- UND REGIONALENTWICKLUNG  
IN DER SÜDLICHEN METROPOLREGION HAMBURG

Sie suchen Marktchancen in unserer dynamischen  
Süderelbe-Region? Sprechen Sie uns an!

[WWW.SUEDERELBE.DE](http://WWW.SUEDERELBE.DE)

**Süderelbe** AG  
Metropolregion Hamburg

**BUSINESS & PEOPLE**  
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG

### IHR AUFTRITT IM HAMBURGER SÜDEN

INTERESSIERT? Nehmen Sie Kontakt auf!

**Wolfgang Becker**  
(Objektleiter)

Telefon: 0 179 118 99 06  
[becker@business-people-magazin.de](mailto:becker@business-people-magazin.de)



**Sönke Giese**  
(Objektleiter Anzeigen)

Telefon: 0 41 61/51 67 518  
[giese@business-people-magazin.de](mailto:giese@business-people-magazin.de)

[WWW.BUSINESS-PEOPLE-MAGAZIN.DE](http://WWW.BUSINESS-PEOPLE-MAGAZIN.DE)





Hier geht es um Opel:  
Verkaufsleiter Oliver  
Woyda mit Björn  
Meiburg.

Hier geht es um Ford:  
Oliver Woyda mit Verkäuf-  
fer Patrick Bürkholz.

Fotos: Wolfgang Becker



# Gemeinsam stärker

Autohaus Tobaben präsentiert die Marken Ford und Opel unter einem Dach

Nach zweijähriger Vorbereitung und einer siebenmonatigen Warmlaufphase ist die Zusammenführung der beiden Marken Opel und Ford im Autohaus Tobaben jetzt so weit gediehen, dass Geschäftsführer Jan Busse sagt: „Der Prozess der Zusammenführung dauert zwar noch an, aber heute können wir sagen: Der Betrieb läuft rund.“ Wie berichtet hat Tobaben die beiden Standorte in Buxtehude am Brillenburgsweg zusammengelegt. In der Folge des Umzugs trafen im Februar 35 Mitarbeiter aufeinander, die sich zwar aus der Ferne kannten, bislang aber noch nie eng zusammengearbeitet hatten – eine Herausforderung für alle Beteiligten. Busse: „Es ist schon etwas anderes, wenn man zwar zu einem Unternehmen gehört, nun aber Schulter an Schulter arbeiten soll.“ Dass die Kollegen für unterschiedliche Marken, nämlich Ford und Opel, arbeiten, gab der ganzen Entwicklung noch einen besonderen Akzent. Mittlerweile ist aus der anfänglichen Reibung ein neuer Gemeinschaftsgeist erwachsen, wie Oliver Woyda sagt. Er wechselte zum 1. Mai von Harburg nach Buxtehude, um die Verkaufsleitung für Ford und Opel zu übernehmen: „Nach der Eingewöhnungsphase kann ich sagen: Ich bin total gern hier und

habe richtig Freude an der neuen Aufgabe.“ Dass der Autohandel insgesamt unter massivem Druck steht, ist allgemein bekannt und gilt unabhängig von der Marke. Den Impuls, die beiden Standorte in Buxtehude zu vereinen, kam vor fünf Jahren aus den USA. Damals verkündete General Motors die Marke Chevrolet vom westeuropäischen Markt zu nehmen – nicht zuletzt, um Opel zu stärken. Jan Busse: „Am Brillenburgsweg fehlte nun plötzlich eine Marke. Wir hatten aber Platz für zwei. Daraus entstand die Lösung, hier Opel und Ford unter ein Dach zu bringen. Das haben wir getan.“ Was ihn begeistert: Die Mannschaften beider Standorte sind an Bord geblieben – 35 Tobaben-Kollegen haben die Konsolidierung mitgetragen und bilden heute das neue Team am Brillenburgsweg.

## Wertschöpfung durch Wertschätzung

Oliver Woyda ist mittlerweile ebenfalls gut in Buxtehude angekommen. Er ist verantwortlich für zwei Opel-Verkäufer, zwei Ford-Verkäufer und einen Verkäufer, der sich speziell um Gewerbekunden kümmert. Die Tobaben-DNA „fair und freundlich“ ist auch in Buxtehude gesetzt. Woyda treiben noch weiterfüh-

rende Gedanken um. Sein erstes Ziel war es, dafür zu sorgen, dass sich die Mitarbeiter in der neuen Situation wohlfühlen. Aber: „Was für die Mitarbeiter gilt, muss natürlich auch für die Kunden gelten. Sie sollen gern herkommen, und sich ebenfalls wohlfühlen.“ Das Autohaus als Gastgeber, das ist auch ein Thema, das Jan Busse seit Jahren stark beschäftigt. Ziel ist es, sich gegen den allgemeinen Trend der Branche neu zu erfinden. Dabei spielen die Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. Ein Beispiel, wie Unternehmen anders auf Kunden zugehen, liefern derzeit die Sparkassen. Vor allem in Buchholz können sich Kunden sowohl in der Filiale der Sparkasse Harburg-Buxtehude als auch der Haspa einen Eindruck davon verschaffen, wie sich moderne Filialkonzepte verändern und wie auf Befindlichkeiten und Wünsche von Kunden reagiert wird. Ein Vorbild für den Autohandel? Auch Tobaben ist hier offen, weil sich potenzielle Käufer zunehmend auf den einschlägigen Portalen im Internet rauf und runter informieren. Eine Option für den Autohandel? Jan Busse kündigt an: „Mit diesem Thema beschäftigen wir uns.“ wb

» Web: [www.tobaben.eu](http://www.tobaben.eu)



## MADE BY MÖNKE

### Leichtpalette erhält Deutschen Verpackungspreis 2019

Die innovative Leichtpalette B4B der Paletten-Service Hamburg AG ist im ersten Jahr nach der Markteinführung mit dem Deutschen Verpackungspreis 2019 in der Kategorie „Logistik und Materialfluss“ ausgezeichnet worden. Leistungsfähigkeit und Nachhaltigkeit der Harburger Entwicklung überzeugten die Jury besonders: Die Leichtpalette ist sehr robust und frei von Nägeln oder Klammern; die ISPM-15-Konformität wird erfüllt und die verwendeten Holzwerkstoffe Sperrholz und HDF ermöglichen eine ökologische Entsorgung.

„Wir freuen uns über die Auszeichnung von der unabhängigen Expertenjury“, erklärt Daniel Stadach, Vorstand der Paletten-Service Hamburg AG, stolz. „Diese Palette wiegt nur 5,5 Kilo und ist gleichzeitig bis 900 Kilo dynamisch belastbar; statisch sind es 4.500 Kilo. Dabei lässt sie sich platzsparend stapeln und eignet sich besonders für unsere Kunden im Exportgeschäft.“ Die Vergabe des Deutschen Verpackungspreises ist die renommierteste Leistungsschau rund um die Verpackung in Europa. Der Preis wird unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Ener-

gie ausgeschrieben und zeichnet seit 1963 die besten Lösungen und Innovationen in verschiedenen Kategorien aus. Organisator der Leistungsschau ist das Deutsche Verpackungsinstitut (dvi) in Berlin. Die Paletten-Service Hamburg AG ist ein Unternehmen der Familie Mönke und mit 300 Mitarbeitern und rund 100 Millionen Euro Jahresumsatz einer der größten Palettenanbieter in Europa. Sie verfügt über Niederlassungen und Tochterunternehmen in Hamburg, Wismar, Finsterwalde und Hohenhausen sowie in Wloszakowice und Dobrzyca in Polen. Die Zentrale ist im Harburger Binnenhafen.

## KOLUMNE

### Sturmerprobt & unerschrocken



Von **Steffen Moldenhauer**  
(Captain der STRATEGY PIRATES®)

## Veränderung? Ja, klar!

Kennen Sie das auch? Sie haben Ihren Mitarbeitern die neuen Ziele für das neue Geschäftsjahr vorgestellt: 1. Umsatzsteigerung um X Prozent. 2. Einführung eines neuen IT-Systems (CRM). 3. Anpassung der Organisationsstruktur für die neuen Herausforderungen. Schließlich muss Ihr Unternehmen effizienter, schneller und kundenorientierter werden. Und mit der Umsetzung (Wie? Womit?) fühlt sich Ihre bestehende Mannschaft allein gelassen?

Seien wir mal ehrlich: Wie war die Reaktion Ihrer Mitarbeiter? Begeisterungstürme? Oder doch eher eine „Gähn-lass-sie-erzählen-das-haben-wir-schon-oft-gehört“-Reaktion? Was ist aus Ihren Zielen in der täglichen Umsetzung geworden? Wussten Ihre Mitarbeiter, was sie tun sollen oder haben sie weitergemacht wie früher?

Betrachten wir das Ganze doch mal ganz einfach aus der Sicht Ihrer Mitarbeiter: Sie wollen Wasserski fahren und geben Ihrer Mannschaft „nur“ ein kleines Paddelboot, sprich: Sie verändern nichts. Fänden Sie das motivierend und würden Sie sich unter diesen Bedingungen voll für die Unternehmensziele einsetzen? Sicher nicht.

Wenn wir unsere Kunden-Einsätze der letzten Jahre reflektieren, dann sind immer folgende drei Gründe für das Scheitern von Zielen, Projekten und organisatorischen Veränderungen ganz vorne mit dabei:

- 1. Keine klare Kommunikation, was warum bis wann erwartet wird.**  
Hier geht es nicht um (nur) rationale Zahlen: Es geht um eine einfach und klar formulierte, emotional bindende Vision, die Ihnen und Ihrer Mannschaft als „Leuchtturm“ dient. An der alle ihr Handeln ausrichten können. Die Sie emotional vereint.
- 2. Veränderungen, um der Veränderung willen, ohne einen Zielzustand klar beschreiben zu haben.** Einen einfacheren Weg, Ihre Mannschaft zu frustrieren, gibt es kaum.
- 3. Nicht analysieren und verstehen, was die tatsächliche Ausgangslage ist.** Ich meine damit nicht jene Ausgangslage, die in PowerPoint-Folien dokumentiert wurde, sondern die tatsächlich täglich gelebte Situation. Dazu muss man sich mit seinen Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden intensiv auseinandersetzen und bereit sein, eigene (in PowerPoint festgehaltene) Vorstellungen zu hinterfragen und zu ändern.

Versuchen Sie es stattdessen mit weniger „Management-Buzzwords“, mehr Greifbarem und Begeisterendem für Ihre Mannschaft sowie klaren Prioritäten, die Sie nicht alle fünf Minuten wieder über Bord werfen. Definieren Sie eine klare Vision, der Sie Ihre Ziele und Ihr Handeln unterordnen. Gestalten Sie Ihre Ziele so, dass sie schnell erreichbar sind. Reden Sie häufiger über Erfolge statt zu rätseln, warum sie Ihre Ziele nicht erreicht haben. Sie wollen, dass sich Ihre Mitarbeiter auf Veränderungen freuen, diese engagiert vorantreiben und auch selbst Impulse setzen? Dann geben Sie Ihnen die Möglichkeit, aktiv mitzu gestalten, Ihren eigenen Anteil zu erkennen und nicht nur abzuarbeiten.

Also: Bitte kein Management-Blabla. Schenken Sie Vertrauen, indem Sie die Vision, Ihre Ziele und Rahmenbedingungen klar formulieren. Geben Sie Freiheiten bei der Umsetzung und lassen Sie mögliche „Fehler“ zu, Führung durch Feedback. Fragen Sie sich jetzt, wie das gehen soll? Zuhören. Nachdenken. Entscheiden. Reden. Damit haben Sie die Grundbausteine eines erfolgreichen Change-Managements.

» Fragen an den Autor?  
[captain@strategy-pirates.com](mailto:captain@strategy-pirates.com)



Corinna Horeis hilft Unternehmen bei der Fachkräftesuche. Ehrenamtlich ist sie auch Mitglied der Vollversammlung der IHK Lüneburg-Wolfsburg.

Foto: Horeis

# Fachkräfte gesucht?

## Das ist ein Fall für Bloggerin Corinna Horeis

Die Buchholzerin ist Personalberaterin und veröffentlicht auf ihrer Homepage Tipps für Unternehmer

**D**er Arbeitsmarkt ist eng: Selten zuvor gab es so viele offene Stellen, die unbesetzt blieben, weil es schlicht an geeigneten Bewerbern oder dem richtigen Zugang zu den Bewerbern fehlte. Der Fachkräftemangel ist zwar durchaus schon länger ein Thema, aber vor noch fünf Jahren speziell einige Branchen (Elektro, Handwerk) betroffen waren, hat es jetzt den Anschein, als ziehe sich das Arbeitskräftedefizit durch die gesamte Wirtschaft. Die andere Seite: Selten zuvor hatten es Arbeitnehmer so leicht, einen neuen Job zu finden. In der Folge tobt der Kampf um die Zielgruppe der Fachkräfte, also der ausgebildeten und im Zweifel qualifizierungswilligen Jobsuchenden, an allen Fronten. Mitten in diesem Umfeld hat sich die Buchholzerin Corinna Horeis einen Namen als Personalbeschafferin gemacht. Im Auftrag namhafter Kunden sucht sie geeignete Kandidaten, damit offene Stellen besetzt werden können. Zusätzlich schreibt sie einmal im Monat einen Blog mit Personalthemen, denn Corinna Horeis hat nicht nur gute Kontakte im Netzwerk der Personalbeschaffung, sondern auch gute Tipps für Unternehmer, die Mitarbeiter suchen.

„Mein Schwerpunkt ist das Recruiting. Ich suche im Auftrag von Firmen nach geeigneten Bewerbern für bestimmte Aufgaben. Dass ich im Auftrag von wechselwilligen Arbeitnehmern nach einer geeigneten Firma suche, ist dagegen die absolute Aus-

nahme“, berichtet sie aus ihrer Arbeit. Seit fast zehn Jahren ist die Marketing-Expertin im Personalwesen unterwegs und hat sich in dieser Zeit überwiegend für Kunden im Süden Hamburgs engagiert: „Es geht ja auch darum, Fachkräfte für unsere Region zu gewinnen.“ Hin und wieder ist sie allerdings auch mal in Bremen oder Berlin anzutreffen, weil Kunden auch dort präsent sind.

### Absprung vorprogrammiert

Der überhitzte Arbeitsmarkt hat nicht nur erhebliche Auswirkungen auf die ökonomische Entwicklung von Unternehmen, er führt auch insgesamt zu einem Klima der Überforderung, weil in vielen Betrieben immer weniger Leute immer mehr leisten müssen. Das wiederum wirkt sich negativ auf das Bindungsverhalten aus. Stimmt darüber hinaus auch das Betriebsklima nicht und ist die Bezahlung unterdurchschnittlich, ist der Absprung vorprogrammiert. Kurz: Mitarbeiter, die „gehen“ wollen, sind sozusagen die nächsten Kandidaten im Portfolio der Personalberaterin.

Hier setzt die Bloggerin an. Ihre Botschaft: „Die Unternehmen müssen sich öffnen! Wer qualifizierte Mitarbeiter sucht, sollte sich bewusst machen, dass der Bewerbungsprozess eine kleine Marketingkampagne ist. Unternehmen müssen sich bei den potenziellen Mitarbeitern bewerben. Und wer seine Mit-

arbeiter halten will, muss sich ebenfalls anstrengen, um ein förderliches Arbeitsklima zu schaffen, sinnvolle Tätigkeiten sowie Möglichkeiten der Weiterentwicklung anzubieten. Mit meinem Blog informiere ich über aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt, über Neuerungen in der Methodik der Personalbeschaffung und setze Impulse zur Veränderung. Meine Zielgruppe sind Geschäftsführer, Unternehmer, Führungskräfte und natürlich Mitarbeiter in den Personalabteilungen. Der Blog steht auf meiner Homepage und wird mit meinem Newsletter verschickt.“

Acht Themen hat Corinna Horeis, die übrigens auch regelmäßig die B&P-Kolumne „Personal4u“ schreibt (Seite 4), mittlerweile veröffentlicht. Da geht es mal um Visionen in der Arbeitswelt, um Ausbildung oder Digitalisierung. Einmal im Monat kommt ein neues Thema hinzu. Die Inspirationen dafür bekommt die Buchholzerin von den Unternehmen selbst, die sie bei der Personalsuche unterstützt: „Ich bin sehr gut nachgefragt. Einer der typischen Mangelbereiche liegt im Ingenieurwesen. Das hat sich auch für mich als ein Schwerpunkt herauskristallisiert. Zusätzlich bin ich auch im kaufmännischen Berufen, insbesondere Vertrieb stark gefragt.“ Und das offenbar erfolgreich, denn die Erfolgsquote liegt bei 80 Prozent, wie Corinna Horeis sagt. **wb**

» Web: <https://www.horeis-consult.de/blog/>

## Situation auf dem Ausbildungsmarkt verschärft sich

Umfrage der IHK Niedersachsen: Jedes dritte Unternehmen kann nicht alle Lehrstellen besetzen

**M**ehr als 3200 junge Menschen in Niedersachsen beginnen in diesem Spätsommer ihre Ausbildung in IHK-Berufen. Die Zahl zeigt: Die Berufsausbildung ist weiterhin einer der wichtigsten und schnellsten Wege des KarriereEinstiegs nach dem Abschluss der Schule. Für die Betriebe wird es aber in vielen Branchen immer schwieriger, geeignete Kandidaten zu finden: 30 Prozent der Unternehmen können nicht alle Ausbildungsplätze besetzen. Das zeigt eine Umfrage der IHK Niedersachsen, an der sich 1340 Unternehmen beteiligten haben, 262 davon aus dem Bezirk der IHK Lüneburg-Wolfsburg. „Die Situation auf dem Ausbildungsmarkt verschärft sich“, sagt Sönke Feldhusen, Leiter des IHK-Bereichs „Menschen bilden“. „Vor zehn Jahren waren von dem Bewerbermangel nur sieben Prozent der Unternehmen

betroffen.“ Dabei zeigen sich laut Umfrage branchenspezifische Unterschiede: Während in der Immobilienbranche 89 Prozent der Unternehmen alle Ausbildungsplätze besetzen konnten, klagen in der Gastronomie 63 Prozent über Besetzungsprobleme.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Bei 70 Prozent aller betroffenen Unternehmen blieb der Platz unbesetzt, weil die Bewerber nicht geeignet waren. Bei 30 Prozent bewarb sich niemand auf den angebotenen Platz. Gleichzeitig sind viele junge Menschen noch auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz. „Die Herausforderung besteht darin, dass Betriebe und potenzielle Azubis zusammenfinden. Das ist leichter gesagt als getan, denn oft haben Bewerber falsche oder gar keine Vorstellungen von den Berufen“, sagt Feldhusen und räumt ein, dass es angesichts von allein rund 180 IHK-Berufen keine leichte

Aufgabe ist, den für sich passenden Ausbildungsplatz zu finden.

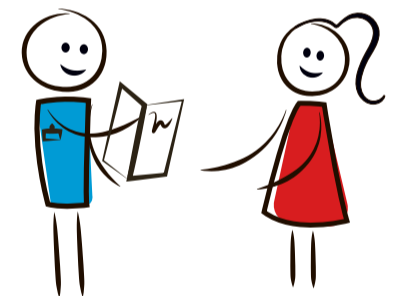
### Realistische Vorstellungen vermitteln

Realistische Berufsvorstellungen der Bewerber wünschen sich vor allem das Gastgewerbe (72 Prozent), Verkehrs- und Logistikunternehmen (64 Prozent) und der Handel (53 Prozent) – alles Branchen, in denen besonders viele Ausbildungsplätze frei bleiben. „Umso wichtiger ist es, dass die Berufsorientierung jetzt in allen allgemeinbildenden Schulen verbindlich im Lehrplan verankert ist. Nun kommt es darauf an, dass auch die neu einbezogenen Gymnasien und Gesamtschulen die Richtlinien schnell umsetzen“, sagt Feldhusen. „In der Ausbildungskampagne „Moin Future“, die wir zusammen mit

sechs Landkreisen und der Handwerkskammer umsetzen, haben wir daher in Zusammenarbeit mit der Landesschulbehörde ein Unterrichtskonzept entwickelt, das wir Lehrern kostenfrei zur Verfügung stellen.“

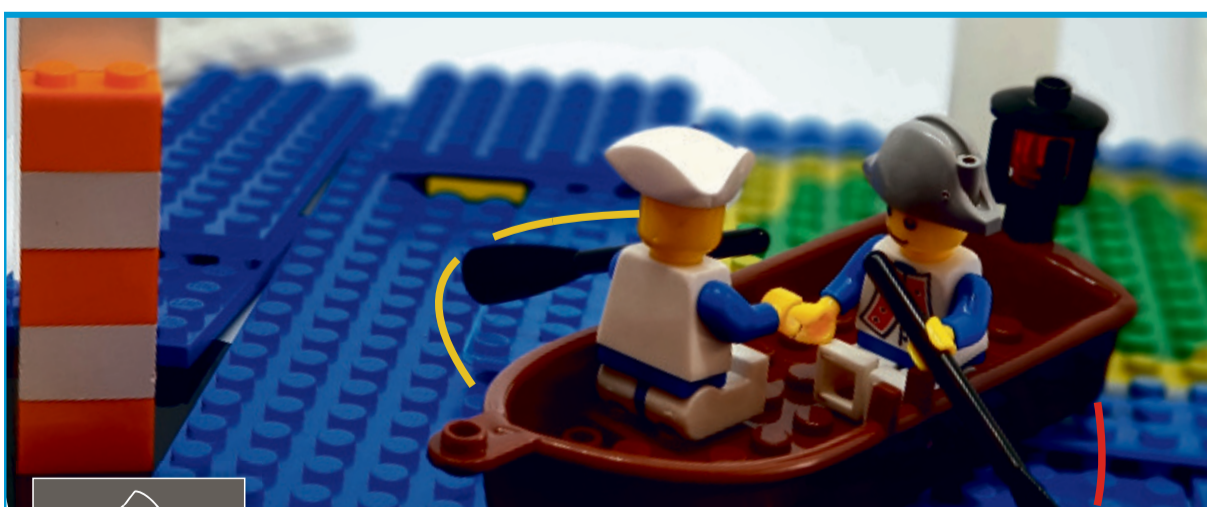
### Projekt Ausbildungsbotschafter

Um mehr Bewerbungen zu erhalten und die passenden Kandidaten anzusprechen, investieren fast die Hälfte der Unternehmen in Ausbildungsmarketing – ein besonders wichtiger Faktor, bei dem die IHK mit dem Projekt Ausbildungsbotschafter unterstützt. „Ausbildungsbotschafter sind Azubis, die Schülern ihre Berufe erklären und dabei ganz authentische Einblicke geben“, erklärt Feldhusen. In der Arbeits- und Organisationspsychologie gebe es schon sehr lange



das Konzept der sogenannten „Realistic Job Previews“. Das bedeutet, dass Arbeitgeber potenziellen Bewerbern ein realistisches Bild von sich und dem Berufsbild vermitteln. „Jetzt ist die Zeit gekommen, diese Art der Kommunikation auch im Azubimarketing anzuwenden. Im Grunde müssen sich Unternehmen beim Nachwuchs bewerben – und nicht umgekehrt.“

Im Wettbewerb um den Nachwuchs setzen 56 Prozent der Unternehmen niedersachsenweit schon jetzt auf eine überbetriebliche Vergütung, 47 Prozent unterstützen ihre Azubis mit Mobilitätszuschüssen wie Tickets für den öffentlichen Nahverkehr oder Benzingscheine und 40 Prozent gewähren mehr Urlaub.



### KEINE KLARE RICHTUNG?

Wir bringen Dein Unternehmen wieder auf Kurs.

[www.strategy-pirates.com](http://www.strategy-pirates.com)

STRATEGY PIRATES® GmbH & Co. KG | Vaenser Weg 29 | 21244 Buchholz i.d.N.  
E-Mail: [captain@strategy-pirates.com](mailto:captain@strategy-pirates.com) | Tel.: (0 41 81) 928 - 65 11



**Unsere aktuellen Highlights:**

- ✓ maßgeschneiderte Betriebshaftpflichtversicherung
- ✓ betriebliches Gesundheitsmanagement

Ihr unabhängiger Versicherungsmakler - die beste Versicherung

Lindhorster Straße 1 · 21218 Seevetal-Hittfeld  
Telefon +49.4105.77028-0 · [www.carl-rehder.de](http://www.carl-rehder.de)



YOJO

## Hoffen auf den Steigflug

**BILANZ** Mittlerweile nutzen 270 Unternehmen aus vier niedersächsischen Landkreisen das Fachkräfteportal für die Personalsuche

**E**in Jahr und neun Monate ist es her, dass sich die Landkreise Harburg, Stade, Lüneburg und Lüchow-Danzenberg gemeinsam an das Hamburger Fachkräfteportal Yojo angeschlossen haben. Zeit, einmal Bilanz zu ziehen, denn zum Jahresende läuft die erste Förderphase aus. Mit Xenia Raabe, Dr. Jöran Wrana und Marie-Luise Krüger haben drei Projektmitarbeiter der Süderelbe AG die vergangenen 21 Monate damit verbracht, das länderübergreifende Projekt in Fahrt zu bringen und potenziellen Fachkräften im ganzen Bundesgebiet zu empfehlen. Ergebnis: Nach der Zugänglichmachung des Portals für Unternehmen, zahlreichen Akquise-Aktionen in der regionalen Wirtschaft und überregionalen Marketing-Einsätzen präsentieren sich mittlerweile 270 Unternehmen aus der südlichen Hamburger Metropolregion auf Yojo – Young Jobs Hamburg.

„Unser Ziel war und ist es, speziell die Unternehmen und Standortqualitäten der südlichen Metropolregion sichtbarer zu



Ansprechpartnerin für Presse und Kommunikation: Marie-Luise Krüger.

Foto: SAG

machen“, sagt Projektmanagerin Marie-Luise Krüger. Und ihr Kollege Dr. Jöran Wrana erläutert: „Die Nutzung und Pflege des Portals ist nur ein Aspekt unseres Projekts. Die eigentliche Aufgabe besteht darin, die Unternehmen zu informieren und zu beraten, diesen Weg der Fachkräftesuche darzustellen und sie dabei unter anderem durch Social-Media-Aktivitäten zu unterstützen.“ Tatsächlich haben sich in den Landkreisen durchaus verschiedene Bedarfsschwerpunkte auf Yojo gezeigt. So werden im Landkreis Harburg überproportional viele Logistiker gesucht, während in Lüneburg eher IT-Fachkräfte und in Stade Bauhandwerker und medizinischen Berufen besteht. Allerdings stellen die 270 Betriebe, die Yojo nutzen, keine statistisch relevante Masse dar, über die sich ein landkreistypisches Suchprofil ableiten ließe.

Wrana: „Beim Start hatten wir das Ziel, aus jedem Landkreis 50 Unternehmen für Yojo zu gewinnen. Dieses Ziel haben wir schnell

erreicht und mittlerweile übertroffen.“ Allerdings räumt er auch ein, dass die Zahl noch ausbaufähig ist. Insgesamt sind auf Yojo mehr als 6000 Jobangebote von Unternehmen aus der Metropolregion Hamburg zu finden. Wer Fachkräfte sucht und das Portal nutzen möchte, kann sich vom Team der Süderelbe AG tatkräftig unterstützen lassen – beim Erstellen des Profils, bei einer Analyse der Einstellungsmerkmale im Unternehmen (Was ist besonders...?) und beim Herausarbeiten der Aspekte, die ein Unternehmen für einen potenziellen Bewerber interessant machen.

### Anfangsziel schnell übertroffen

Wie immer beim Marketing: Der Erfolg ist schwer und vor allem erst langfristig messbar und hat nicht selten mehrere Väter. Inzwischen gibt es Erfolgsgeschichten, die belegen, dass über das Fachkräfteportal neue Mitarbeiter gefunden werden. Flankiert werden die Maßnahmen übrigens durch

das gezielte Platzieren von Suchanzeigen in den sozialen Medien à la Facebook, Xing & Co. Auch dies übernimmt das Team der Süderelbe AG. Zudem ist das Trio in den vergangenen eineinhalb Jahren beispielsweise auf Messen präsent gewesen wie Ende September in Essen, hat Plakataktionen initiiert, Netzwerkveranstaltungen organisiert und Postkarten ausgelegt, die auf die Möglichkeiten des Projektes aufmerksam machen. Wrana betont: „Wir werben für die Unternehmen und unsere Region, sind also keine Headhunter.“

Auch andersherum funktioniert Yojo, denn hier können sich auch wechselwillige Fachkräfte im Talentpool darstellen – hier steht man noch am Anfang. Dieses Angebot wird dem Vernehmen nach insgesamt aber noch wenig genutzt. Das Team hofft nun auf eine Ausweitung des Gebiets und die Chance, nach der Startphase in den Steigflug übergehen zu können. wb

» Web: <https://www.yojo.de/>

FOLGE 2



## Startups im ISI Buchholz

Seit Jahresbeginn im ISI: Silke Marahrens baut Schritt für Schritt ihre Importfirma auf und versorgt den Einzelhandel mit Heimtextilien, beispielsweise Vorhängen. Foto: Wolfgang Becker

## CoSiMa – oder: Eine Frau gibt Stoff . . .

Silke Marahrens importiert Heimtextilien für den deutschen Einzelhandel

„In meinem ganzen Leben habe ich noch nicht so viel Spaß gehabt“, sagt Silke Marahrens. Seit dem 1. Januar 2019 ist sie mit der CoSiMa Home Tex GmbH selbstständig und baut ihre Firma derzeit im ISI aus. Das Ziel? „Die Weltherrschaft“ sagt sie mit einem Augenzwinkern. Dass sie so schnell vorankommen würde, hätte sie vor der Gründung nicht gedacht. Bereits jetzt schaut sie auf einen namhaften Kundenstamm und noch positiver in die Zukunft: „Ich kriege tolles, positives Feedback von meinen Kunden, und steigere mich Monat für Monat.“

Seit 2006 ist die 38-Jährige im Textilimport tätig und hat bei den Marktführern der Branche fleißig Wissen und sehr gute Kontakte gesammelt. Insbesondere in den viereinhalb Jahren in Hongkong baute sie ein sehr umfangreiches Textil- und Importhandelswissen auf. „China ist meine zweite Heimat“, und auch ein wichtiges Partnerland im Import. „Ich importiere Bettwaren, Bettwäsche, Gardinen, Dekokissen, Matratzentopper, Nackenstützkissen, Wohndecken und vieles mehr und beliebere Discounter, Möbelhäuser, Lebensmittelketten und Online-Händler. Meine Waren beziehe ich aus China, Pakistan und Osteuropa, von einem streng ausgewählten und langjährig bewährten Lieferantenstamm; von Partnern, die mich in vieler Hinsicht mehr als üblich unterstützen und denen ich völlig vertraue. Es darf jetzt nichts schiefgehen, also mache ich auch keine Experimente.“ Zusätzlich ist das Unternehmen CoSiMa BSCI-Mitglied (Business Social Compliance

Initiative), einer Einrichtung, die objektiv und regelmäßig die Sozial- und Sicherheitsstandards in den Fabriken kontrolliert.

Die Entscheidung, die eigene GmbH in Buchholz an den Start zu bringen, fällt sie ganz bewusst und schon vor vielen Jahren – vor allem wegen der perfekten Autobahnbindung in alle Richtungen und der Nähe zum Hamburger Hafen, die sich später noch positiv auf die Kostenstruktur auswirken wird. Silke Marahrens: „Im ISI fühle ich mich auch sehr wohl. Man hilft sich gegenseitig, und es herrscht ein tolles Klima voller Elan.“

Die langfristige Planung sieht ein eigenes Lager und mehrere Mitarbeiter vor, bislang schafft der Workaholic den Berg Arbeit aber noch allein. Die Gründerin hat Logistikunternehmen mit der Distribution und zum kleinen Teil auch Einlagerung der Ware beauftragt. Ich starte bei der Produktentwicklung unter Berücksichtigung der Preise und der Zielkunden. Da geht es um die Auswahl von Materialien und Farben. Hin und wieder designe und zeichne ich auch mal selbst ein Dekokissen oder eine Tischdecke. Das komplette Verpackungslayout und Werbetexte gehören ebenfalls dazu. Und selbstverständlich übernehme ich auch die gesamte Qualitätskontrolle, die Terminüberwachung und Logistik jeder Art. Full Service für meine Kunden.“

Volksbank Lüneburger Heide eG

Thorsten Albrecht und Michael Struckmann, Portfoliomanager Uninstitutional Kommunalfonds Nachhaltig und Uninstitutional Stiftungsfonds Nachhaltig, erörtern Anlagestrategien.



## Nachhaltige Ertragschancen im Niedrigzinsumfeld

Passgenaue Lösungen für die speziellen Anforderungen von Kommunen und Stiftungen: Unsere Mischfonds erfüllen strenge Kriterien nachhaltiger Geldanlagen und können solide Ertragschancen eröffnen.

Informieren Sie sich über die Chancen und Risiken bei Ihrer Volksbank Lüneburger Heide eG oder unter [www.vblh.de](http://www.vblh.de).

Wir arbeiten für Ihr Investment

Die Inhalte dieser Marketingmitteilung stellen keine Handlungsempfehlung dar, sie ersetzen weder die individuelle Anlageberatung noch die individuelle qualifizierte Steuerberatung. Bei dieser Anzeige handelt es sich um Werbung. Kontakt: Union Investment Institutional GmbH, Weißfrauenstraße 7, 60311 Frankfurt am Main, Telefon 069 2567-7652, [www.institutional.union-investment.de](http://www.institutional.union-investment.de).

Union Investment

Der Fachkräftemangel macht immer mehr Unternehmen zu schaffen – das gilt sowohl für die Suche nach dem bereits ausgebildeten neuen Kollegen als auch für das Thema Ausbildung. Selbst renommierte Unternehmen spüren, dass es immer schwieriger wird, geeignete junge Menschen zu finden, die vor allem mit langfristiger Bindungsperspektive nachrücken. Bei Tesmer (rund 500 Mitarbeiter) sind jetzt acht Azubis im kaufmännischen, drei im logistischen und 20 im technischen Bereich an den Start gegangen. Nach der Sommerpause geht die Suche für das Ausbildungsjahr 2020 los. Über das aktuelle Brennpunktthema sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker mit Klaus-Günther Mohrmann, Geschäftsführer der Hans Tesmer AG & Co. KG und verantwortlich für acht Mercedes-Autohäuser in der südlichen Metropolregion Hamburg.

**Wenn Sie auf das Ausbildungsjahr 2019 schauen, zu welchem Schluss kommen Sie dann – wird es schwieriger, junge Menschen für eine Ausbildung zu gewinnen? Zeichnet sich ein Trend ab?**  
Ich würde noch nicht von der Fortsetzung eines negativen Trends sprechen. Mein Eindruck: Die Anzahl der Bewerber sinkt. Und: Bei der Auswahl sind wir großzügiger geworden. Hinzu kommt, dass die Ausbildung speziell im technischen Bereich für viele Auszubildende sehr viel anspruchsvoller geworden ist. Was dazu führt, dass auch die Anzahl der Abbrecher zugenommen hat.

**Was muss ein Bewerber mitbringen, der eine Berufslaufbahn im technischen Bereich einschlagen möchte?**

Es wird bei den Tests sehr viel Wert auf Mathematik und Physik, aber eben auch auf technisches Verständnis gelegt. Eines muss auf jeden Fall da sein: die Bereitschaft, sich in Themen reinzuknien, Dinge auch zu lernen und zu lesen. Das ist meines Erachtens ganz wichtig. Diese Bereitschaft hat abgenommen.

**Junge Leute haben ja durchaus auch im Alltag mit komplexer Technik zu tun, die aber häufig – wie beispielsweise beim Smartphone oder beim PC – intuitiv bedienbar ist. Ist das möglicherweise eine Prägung, die zur Falle wird? Schließlich lässt sich ein Auto ja nicht intuitiv reparieren . . .**  
Vieles, was wir uns im elektronischen Bereich anschauen, ist selbstlernend. Im Autobereich ist das aber nicht der Fall. Da gibt es durchaus viele Dinge im elektronischen, im mechanischen und auch im Karosseriebereich, bei denen auf den ersten Blick nicht klar ist, warum sie genau so sein müssen. Das ist nicht immer sofort zu verstehen. Kurz: Ingenieurwissen erschließt sich häufig erst, wenn ich eine Reparaturanleitung gelesen habe.

**Haben sich die jungen Menschen, die sich bewerben, in den vergangenen zehn Jahren irgendwie verändert? Gibt es noch den hochmotivierten Azubi mit Zukunftsperspektive?**  
Unbedingt! Die gibt es. Und wir haben eine Reihe von Mitarbeitern im Unternehmen, bei denen sich schon in der Ausbildung abzeichnete, dass hier jemand ist, der sich entwickeln will. Deshalb wehre ich mich auch gegen diese Jugendschelte. Die Jugendlichen haben eine andere Welt – auch in ihrer Freizeit. Sie werden anders geprägt, sind aber in vielen Bereichen enorm kreativ und haben unter Umständen viel Spaß an Dingen, die Unternehmen nicht brauchen oder eben noch nicht gelernt haben, für sich nutzbar zu machen. Das führt im Alltag dazu, dass gerade ältere Monteure manchmal Probleme haben, einem Auszubildenden Dinge zu erklären, die seiner Lernfähigkeit entsprechen. Andererseits: Wenn die Älteren ein Problem mit dem PC haben, könnten sie auch ihren Azubi fragen.

# Jugendschelte? Nicht mit mir!

**INTERVIEW** Geschäftsführer Klaus-Günther Mohrmann über die Situation an der Ausbildungsfront



Die Tesmer-Ausbilder Timo Kleinknecht und Petra Flemming (rechts) präsentieren die neuen Azubis des Jahrgangs 2019. Fotos: Tesmer

**Wie kommt es zu den erhöhten Abbrecherzahlen?**

Ich denke, die Frustrationstoleranz ist gesunken. Einige brechen ab, weil vielleicht die Motivation von außen fehlt oder weil sie den kurzfristigen Erfolg gewöhnt sind.

**Tesmer ist mit Mercedes ganz sicher ein gefragter und attraktiver Ausbildungsbetrieb – gibt es dennoch Probleme, genügend Bewerber zu finden?**

In bestimmten Regionen ja – da haben wir allerdings auch starke Wettbewerber, die es gut verstehen, sich attraktiv als Ausbildungsbetrieb zu präsentieren. Auch wenn sie keine Premiummarke vertreten.

**Bedeutet das möglicherweise für suchende Unternehmen, dass sie andere Informationskanäle wählen und eine andere, jugendgerechtere Ansprache wählen müssten? Stichwort Social Media?**

Wir haben eine Umfrage gemacht, und ich bin erstaunt darüber, wie wenige Bewerber über diese Kanäle angesprochen wurden. Etwa 60 Prozent unserer Auszubildenden sind über persönliche Kontakte auf uns aufmerksam geworden. Wir sind dabei, eine betriebsinterne Befragung durchzuführen – auch um zu hören, was unsere Mitarbeiter meinen, wie sich Tesmer nach außen attraktiver darstellen ließe. Wie präsentiere ich das Unterneh-

men? Wie präsentiere ich die verschiedenen Berufe? Das ist ein großes Thema – was macht denn eigentlich ein Mechatroniker? Das muss doch mal anschaulich erzählt werden.

**Welche Rolle spielen die weichen Faktoren – Work-Life-Balance, Betriebsklima und so weiter?**

Das Thema ist extrem wichtig. Dabei geht es uns um Wertschätzung und auch um Ansprechpartner im Unternehmen, die ein offenes Ohr haben, auch wenn mal Probleme auftauchen. Auch persönlicher Art.

**Welche Zukunft hat der klassische Mechatroniker angesichts der zunehmenden E-Mobilität, die vieles im Service verändern wird?**

Der kann ja künftig durchaus auch ein E-Fahrzeug warten. Bei aller Sorge vor möglichen Veränderungen: Oft ist der Mechatroniker nur der Einstieg in den Beruf. Das wird häufig vergessen. Nach dem Einstieg eröffnen sich ganz neue Perspektiven und Möglichkeiten. Die Schulen und Jobagenturen können in der Regel gar nicht ermessen, welche Weiterbildungsmöglichkeiten sich zum Beispiel unter dem Mercedes-Dach eröffnen. Das gilt für den technischen Service ebenso wie für den kaufmännischen und logistischen Bereich. Und was die Veränderungen des Berufsbildes Mechatroniker angeht, da warten wir mal ab . . .

» Web: <https://www.mercedes-benz-hans-tesmer.de>



Im B&P-Interview: Klaus-Günther Mohrmann, Geschäftsführer bei Mercedes Tesmer.

## 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 50 000 Exemplaren
- » **Warum?** Weil Wirtschaftsthemen immer spannend sind
- » **Welche Zielgruppe?** Wirtschaftsinteressierte Leser, Unternehmer, Geschäftsleute, Investoren

Die nächste Ausgabe von Business & People erscheint am: **06.12.2019**  
Interessiert? Nehmen Sie Kontakt auf!

**Kontakt:** Wolfgang Becker (Objektleiter), Telefon: 0 41 81/92 89 408, E-Mail: [becker@business-people-magazin.de](mailto:becker@business-people-magazin.de)  
Sönke Giese (Objektleiter Anzeigen), Telefon: 0 41 61/51 67 518, E-Mail: [giese@tageblatt.de](mailto:giese@tageblatt.de)





**STEFAN BENZ (56)**

Teampayer und Spezialist für die Vordiagnostik, bevor das Fahrzeug zur Problemlösung und Reparatur in die Werkstatt geht

„Im Mittelpunkt unserer Tätigkeit stehen der Kunde und das Auto. Beide sind individuell zu behandeln, weil kein Kunde und kein Auto gleich sind. Wenn der Kunde zum Werkstattbesuch hier ist, geht es erstmal ähnlich zu wie beim Arzt. Wir müssen im Gespräch herausfinden, was ihm bei der Durchführung der Inspektion wichtig ist; geht es ihm hauptsächlich darum, dass das Auto sauber und pünktlich fertig ist? Auch wenn das Auto kaputt ist, reicht es nicht, einfach unter die Motorhaube zu schauen. Das Gespräch mit dem Kunden über das Problem ist wichtig – manchmal sitzt das Problem nämlich auch hinter dem Lenkrad. Auch einen geübten Autofahrer stellt die moderne Technik mit der Vielzahl der neuen Unterstützungs-Systeme vor so manche neue Herausforderung. Das ist der Reiz unseres Jobs, wir müssen nicht nur ein Interesse an Autos haben, sondern auch am Menschen. Im Dialog klären sich schon einige Dinge und der Weg zur Kundenzufriedenheit wird geebnet. Was wir Serviceberater nicht so gerne haben, sind Aussagen wie „Google sagt...“ oder „Im Forum habe ich gelesen, dass...“. Wir sprechen lieber erst mit dem Menschen und nehmen dann die Technik-Portale der Hersteller zu Hilfe. Das gehört übrigens genauso zu meinen Lieblingsaufgaben – die Recherche im Netz, was wo zu welchen Problemen geführt haben könnte. Die schnelle technische Entwicklung ist zwar eine Herausforderung, der ich mich aber gerne stelle.“

# Ich bin gern Serviceberater weil...

## Das Autohaus Werner Bröhan

in Stade-Wiepenkathen und Jork-Königreich bietet aufgrund seiner Betriebsstruktur, seiner beider Vertragsmarken Volvo und Hyundai und seiner Größe ein interessantes Tätigkeitsfeld für verschiedene Berufe, doch Nachwuchskräfte zu bekommen, ist nicht so einfach. Ein Grund: Viele junge Leute wissen gar nicht, welche Chancen der Berufseinstieg eröffnet und können sich nur schwer vorstellen, dass Menschen über Jahre und Jahrzehnte Freude an ihrer Arbeit haben können. B&P hat deshalb die drei Serviceberater Stefan Benz, Klaus Nieper und Patrick Hansen gefragt, warum sie ihren vielseitigen Beruf gern ausüben und ob sie ihn deshalb auch jungen Nachwuchskräften empfehlen können.

» **Web: Das Autohaus Bröhan sucht Nachwuchs-Serviceberater. Infos unter [www.autohaus-broehan.de](http://www.autohaus-broehan.de)**



**KLAUS NIEPER (62)**

Schon ein alter Hase im Geschäft, der sich nicht nur gern die Hände beim Schrauben in der Werkstatt schmutzig macht, sondern seinen Beruf auch durch die ständige Entwicklung der Digitalisierung bereichert sieht

„Für diesen Beruf muss man sowohl Interesse am Menschen mitbringen als auch am Auto und an der Technik. Die Autos werden von Jahr zu Jahr technischer und damit komfortabler. Wichtig ist zu verstehen, was sich zum Beispiel hinter dem Allrad-Knopf verbirgt, wie die Technik funktioniert. Wenn sich junge Menschen für diesen Beruf interessieren, sollten sie natürlich eine gewisse Affinität zur Technik mitbringen, aber auch die Muße und das Interesse, sich mit dem auseinanderzusetzen, was dahintersteckt. Was früher der Schraubendreher, die Prüflampe und die Ventileinstellehre war, ist heute der Computer mit dem Hersteller-Diagnose-Programm zur Fehlersuche, um Problemen hinter der Technik auf den Grund zu gehen. Aber das ist auch der Reiz dieses Berufes: eine interessante Mischung aus den Bereichen Technik, Elektronik und Mechanik. Dazu in einem Betrieb, der aufgrund seiner Größe und Struktur ein breites Einsatzspektrum bietet und die unmittelbare Nähe zum Kunden erlaubt.“



**PATRICK HANSEN (34)**

Dem Meister bringt es Spaß, mit Laptop auf dem Schoß bei einer Probefahrt dem Problem auf den Grund zu gehen

„Als Serviceberater erlebt man niemals jeden Tag gleich. Hinzu kommen tolle Produkte – der Volvo und der Hyundai. Beide Marken überzeugen auf ihre Weise. Der Volvo ist „designed around you“. Er ist um den Menschen herumgebaut, und diese Philosophie überzeugt mich. Denn in diesem Job muss man Interesse an beidem haben, am Menschen und am Auto. Der Hyundai ist ein wenig der Wolf im Schafspelz; so spricht er mit seinen sehr sportlichen und Performance-optimierten N-Modellen eine komplett andere Interessengruppe an, ist also auch ein Auto für junge sportliche Fahrer. Neben dem Beschäftigten mit einer immer anspruchsvoller werdenden Technik und modernen Digitalisierungskonzepten rund ums Auto ist auch täglich ein gutes Gespür für die wirtschaftlichen Interessen des Betriebes auf der einen Seite und der Kundenzufriedenheit auf der anderen Seite gefordert. Das macht unseren Job interessant – auch und besonders für junge Menschen.“



Möchte dazu motivieren, Bildungsvorsätze zu verwirklichen: Prof. Dr. Bernt R. A. Sierke. Foto: PFH

## PFH vergibt Bildungscoupons

Bis zu 500 Euro für Studienanfänger und Weiterbildungsteilnehmer

In der Arbeitswelt ist Bildung der Schlüssel zum Erfolg. Darauf macht die PFH Private Hochschule Göttingen aktuell mit sogenannten Bildungscoupons aufmerksam. Auch die beiden Bildungsanbieter PFH Professional School und mtec-akademie beteiligen sich an der Aktion. Wer ein Studium oder Fernstudium aufnimmt, einen Fernkurs oder ein Seminar belegt, spart damit bis zu 500 Euro auf die Studien- beziehungsweise Teilnahmegebühren. Interessenten können den PFH-Bildungscoupon ab sofort erhalten, wenn sie sich an eine der drei Einrichtungen wenden oder dort Informationsmaterial anfordern. Er gilt dann für alle Campus- und Fernstudiengänge der Hochschule sowie die Fernkurse und Seminare der PFH Professional School und der mtec-akademie von September 2019 bis einschließlich Januar

2020. Wer sich zum Beispiel für ein Studium immatrikuliert, kann mit dem Coupon Monat für Monat die Hälfte der Studiengebühren einsparen, bis die 500 Euro ausgeschöpft sind. Bei der Buchung von Fernkursen oder Seminaren kann der Coupon einmalig bis maximal zur Hälfte der Gesamtgebühr eingelöst werden. „Viele Menschen möchten mit einem Studium oder einer Weiterbildung ihre Berufsperspektiven verbessern, doch sie schieben den guten Gedanken jahrelang vor sich her. Mit den Bildungscoupons möchten wir dazu motivieren und Anreize schaffen, die Vorsätze in die Tat umzusetzen“, sagt Prof. Dr. Bernt R. A. Sierke, geschäftsführender Gesellschafter der PFH-Trägergesellschaft.

» **Web: [www.pfh.de/bildungscoupon](http://www.pfh.de/bildungscoupon)**



## Verantwortung. Respekt. Vertrauen.

Der letzte Weg hat Würde und Anteilnahme verdient – und einen vertrauensvollen zwischenmenschlichen Umgang. In Zusammenarbeit mit einem Bestattungsunternehmen Ihres Vertrauens sorgen wir für eine stilvolle Atmosphäre. Beste Serviceleistung, modernste Technik sowie Umweltverträglichkeit und Qualität sind unser Markenzeichen.

Fragen Sie uns. Wir sind für Sie da.

Die Feuerbestattungen Stade  
Ferdinand-Porsche-Straße 5 21684 Stade  
Telefon 04141 922691 Fax 04141 922692  
kontakt@fbstade.de www.fbstade.de



# „Digitalisierung fängt im Kleinen an – und hört nie auf“

Die dpk Digital GmbH berät konkret im Unternehmen – Die zwei P Plan:Personal kann über den Hamburger Weiterbildungsbonus Fortbildungen fördern

Die Digitalisierung ist in kleinen und mittelständischen Unternehmen mittlerweile ein Thema, das immer stärkeren Raum einnimmt. Die Wirtschaft muss handeln, aber häufig verfügen gerade die kleineren Unternehmen nicht über ausreichende finanzielle Ressourcen, um ihre Mitarbeiter fit zu machen. Dieser Umstand begegnet den Harburger Steuerberater Herbert Schulte, Partner bei Dierkes Partner, regelmäßig in der Praxis. Auf der Suche nach einer Lösung setzte sich Schulte mit Olav Vavroš, Geschäftsführer von der zwei P Plan:Personal, in Verbindung und fragte an, ob mit dem Hamburger Weiterbildungsbonus auch Fortbildungen im Bereich der Digitalisierung gefördert werden können. Die Antwort lautet Ja. Den Hamburger Weiterbildungsbonus gibt es seit zehn Jahren. In dieser Zeit konnte das Instrument zur Förderung von Beschäftigten und damit auch von Unternehmen immer auf aktuelle Anforderungen reagieren. Der Gedanke wurde von Schulte und Vavroš aufgenommen und mit Raphael Kammer, Geschäftsführer der dpk digital GmbH, konkretisiert. dpk ist eine Gesellschaft unter dem Dach von Dierkes Partner, die mit ihrem Know-how den Prozess der Digitalisierung in Unternehmen unterstützt. Der Hamburger Weiterbildungsbonus, der aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und der Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration (BASFI) gespeist wird, hat sich das Thema Digitalisierung auf die Fahne geschrieben (siehe auch das Interview

mit Sozialsenatorin Dr. Melanie Leonhard, Seite 2).

## Multiple Win-win-Situation

Die beispielhafte Dreier-Konstellation steht für eine sechsfache Win-Situation, denn am Ende profitieren alle:

- Arbeitnehmer bekommen die Chance, sich für die Zukunft fit zu machen.
  - Arbeitgeber bekommen im Gegenzug qualifiziertes Personal, das sich mit digitalen Arbeitsweisen auskennt.
  - Dierkes Partner (DP) kann seinen Kunden Wege in die Digitalisierung aufzeigen.
  - dpk digital, eine Gesellschaft unter dem DP-Dach, kann Workshops und Seminare veranstalten.
  - die zwei P Plan:Personal gGmbH kann ihre Klientel mit Themen im Rahmen des Weiterbildungsbonus fördern und
  - die BASFI wird dem Anspruch gerecht, das Thema Digitalisierung konkret voranzubringen.
- Über die Frage, wie und ob mit dem Weiterbildungsbonus auch DP-Mandaten gefördert werden können, wurde im Gespräch von Vavroš und Schulte ein konkreter Plan, zumal DP selbst seit Jahren auf dem Weg der Digitalisierung ist. Hierfür war im eigenen Haus Raphael Kammer als Leiter der digitalen Transformation zuständig. Er bereitete die Mitarbeiter bei DP beispielsweise auf das papierlose Büro vor – ein typisches digitales

Einstiegsthema, das auch für andere Unternehmen relevant ist.

## Wie funktioniert das papierlose Büro?

Kammer: „Das hieß zunächst sammeln, bündeln und intern abstimmen, welche Prozesse digitalisiert werden können. Konkrete Fragen? Zum Beispiel: Wie gehe ich mit der Informationsflut um? Wie löse ich das Papier ab? Wie dokumentiere ich den elektronischen Briefverkehr? Wie funktioniert das papierlose Büro? Aber es gibt auch andere Digital-Themen, die im Grunde jedes Unternehmen vor Herausforderungen stellen. Jetzt hat Microsoft das neue ‚Office 365‘ herausgebracht – ein Profi-Softwarepaket mit Word, Outlook, PowerPoint, Excel und weiteren Anwendungen für digitale Zusammenarbeit und Kommunikation. Das alles zu beherrschen und die Möglichkeiten auch tatsächlich zu nutzen, kriegt der Anwender allein eigentlich nicht mehr gehoben. Wir gehen in die kleinen und mittelständischen Unternehmen, die in der Regel keine eigenen IT-Fachleute haben, und schulen die Mitarbeiter.“ Mittlerweile ist aus dem internen Digital-Fachmann eine eigene Gesellschaft entstanden. Dierkes Partner hatte erkannt, dass viele Unternehmen auf diesem Aktionsfeld Beratungsbedarf haben. Kammer: „Die Anwender müssen zum einen verstehen, wie die Programme funktionieren, zum anderen lernen, wie digitales Selbstmanagement

geht.“ Und das möglicherweise nicht nur auf der Office-Ebene, sondern auch bei der Prozessoptimierung in Themenbereichen wie Finanzen/Buchhaltung, Personalverwaltung (Lohnabrechnung/ Arbeitszeitkonten/ Recruiting/ digitale Abwicklung von Bewerbungen) und allgemeiner Administration. Wer das beherrscht, ist als Mitarbeiter im Unternehmen gefragt.

## Ein Höchstmaß an Effizienz

Da setzt zwei P an. Olav Vavroš: „Unsere Aufgabe ist es, insbesondere geringqualifizierten Arbeitnehmern die Möglichkeit zu bieten, sich im Kontext des eigenen Unternehmens fortzubilden. Dazu setzen wir den Hamburger Weiterbildungsbonus ein. Wir beraten die Arbeitgeber und vor allem die Arbeitnehmer über die Fördermöglichkeiten. Finanziell unterstützt werden nämlich die Arbeitnehmer. Dabei ist unsere Erfahrung: Wenn die Themen der Qualifizierung im eigenen Unternehmen angewendet werden, erreichen wir ein Höchstmaß an Effizienz, weil die Qualifizierten im vertrauten Umfeld unterwegs sind und schnell verstehen, wie sich die erlernten Inhalte direkt umsetzen lassen. Deshalb holen wir den Arbeitgeber gerne mit ins Boot.“ Der Hamburger Weiterbildungsbonus ist ein Zuschuss-Konstrukt. Das heißt: Auch der Arbeitgeber ist finanziell gefragt, wenn er seine Mannschaft beispielsweise digital fit machen möchte – am Ende hat auch er einen Vorteil.

Bis zu 2000 Euro pro Maßnahme und Mitarbeiter kann als Zuschuss bewilligt werden. Nach Prüfung jedes Einzelfalls durch zwei P, wie Olav Vavroš betont. Raphael Kammer: „Wir wollen Unternehmen bei der Digitalisierung helfen. Auch in Bereichen, die den administrativen Finanzbereich betreffen, aber nicht mit dem Ziel, hier oft langjährige und vertrauensvolle Verbindungen zu den Steuerberatern zu unterbrechen. Das möchte ich ausdrücklich betonen. Ich persönlich habe zwar den Wissenshintergrund aus dem Steuerbereich, aber uns als dpk digital GmbH geht es um praktische Umsetzung von Digitalisierung im Unternehmen.“ Digitalisierung in den Unternehmen ist auch ein großes Thema innerhalb der Behörde. Darauf baut Olav Vavroš: „Es gibt bereits eine ganze Reihe von Förderprojekten. 40 konkrete Fälle haben wir bereits bearbeitet.“ Und er sagt: „Digitalisierung fängt im Kleinen an – und hört nie auf. Wir wollen die Unternehmen und ihre Mitarbeiter im Rahmen der Qualifizierung bei der Digitalisierung finanziell unterstützen. Da kommen verschiedene Wege in Frage, die individuell durch unser Beraterteam geklärt werden. Wichtig ist die Zusammenarbeit mit allen Bildungsträgern. Ich glaube, wir können mit dem Hamburger Weiterbildungsbonus auch kleineren Unternehmen Mut machen, den Schritt in die digitale Zukunft zu gehen.“ wb

» Web: <https://www.weiterbildungsbonus.net>, [www.dpk.digitalhttps://www.zwei-p.org/](https://www.dpk.digitalhttps://www.zwei-p.org/)



Drei Männer vor der Kulisse des Harburger Binnenhafens (von links): Raphael Kammer von der dpk digital GmbH, Olav Vavroš von Zwei P Plan:Personal und Herbert Schulte von Dierkes Partner.

Foto: Wolfgang Becker



## Zehn Jahre Weiterbildungsbonus

Einstieg in die Digitalisierung – Große Feier im Elbcampus

Mit rund 150 geladenen Gästen aus Politik, Verwaltung und Wirtschaft feiert die Zwei P Plan:Personal gGmbH am 14. November 2019 das zehnjährige Bestehen des Hamburger Weiterbildungsbonus. Dieses einfach zu beantragende Förderinstrument hat sich bewährt und wartet mit einer Premiere auf: dem Einstieg in die digitale Qualifizierung (siehe Bericht). Gefeierte wird im Elbcampus, dem Kompetenzzentrum der Hamburger Handwerkskammer in Harburg. Olav Vavroš, Geschäftsführer der zwei P Plan:Personal, hofft, dass der vom Europäischen Sozialfonds ESF und der Hansestadt Hamburg geförderte Weiterbildungsbonus als Maßnahme verlängert wird, denn die erste Förderperiode läuft Ende 2020 aus. Zunächst wird nun jedoch das Zehnjährige begangen: Ihre Teil-

nahme haben Hamburgs Sozialsenatorin Dr. Melanie Leonhard und Bärbel Wenckstern, Geschäftsbereichsleiterin des Elbcampus, zugesagt. Über die umwälzenden Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt wird Prof. Dr. Gunter Olesch, Geschäftsführer CHRO, Group Executive Board, Phoenix Contact GmbH & CO. KG, referieren. Sein Thema: „Menschen für Digitalisierung begeistern“. In die Veranstaltung eingebettet ist eine kleine Unternehmensausstellung mit Best-Practice-Beispielen. Zwei Handwerksbetriebe, die Horst Busch Gruppe und der SmartHome Elektriker Tim Brüggemann, die dpk digital GmbH (ein Unternehmen von Dierkes Partner Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwältin) sowie die bauwelt Delmes Heitmann präsentieren sich im Foyer mit Themen aus dem Umfeld der Qualifizierung

und stehen für Fragen zur Verfügung: Wie bekomme ich neue Mitarbeiter? Wie bilde ich sie aus? Was kann ich im Bereich Qualifizierung konkret tun? Die Unternehmen sind intensiv mit Digitalisierungsprozessen befasst und setzen einige konkret um. Dieses Thema treibt Olav Vavroš besonders an: „2019 – das ist aus meiner Sicht das Jahr der Digitalisierung. Insbesondere die Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration ist hier initiativ geworden. Die Bildungsträger merken, wie die Nachfragen zur Qualifizierung von Mitarbeitern ansteigen. Das spüren wir auch bei der Fördermittelvergabe. Hamburg gehört damit zu den Vorreitern bundesweit.“ Ob und wie die Förderung für die nächsten zehn Jahre aufgestellt werden kann, wird Thema einer abschließenden Podiumsdiskussion. wb

**GESCHÄFTE VON 13 BIS 18 UHR GEÖFFNET**

- PETER SEBASTIAN
- KANTUTA
- DE WINDJAMMERS

SO. 29. SEPT. – HERBSTFEST

**18 UHR Hamburgs größter LATERNENUMZUG**

**19 UHR FEUERWERK auf dem Rathausplatz**

SO. 3. NOV. – HARBURGER KULTURTAG

**HARBURG HIGHLIGHTS**

[www.citymanagement-harburg.de](http://www.citymanagement-harburg.de)



digital  
KONKRET  
digital@business-people.de

**hc media**

**Kontakt**

Ute Grünhagen  
Mediaberaterin bei der hc media GmbH  
Die Digitalagentur aus dem Hause  
Tageblatt  
Tel: 0 41 41/936 273  
E-Mail: ute.gruenhagen@hcmedia.de

# Für jedes Problem eine digitale Lösung

So langsam dürfte jedem klar sein: Die Digitalisierung ist mehr als nur das Hirngespinnst einiger datenversessener Entwickler, die die Weltherrschaft übernehmen wollen. Es ist die Digitalisierung selbst, die angetreten ist, die Welt zu beherrschen – und viele Staaten und Unternehmen schicken sich an, irgendwie dabei zu sein, um nicht abgehängt zu werden. Auch die Zeitungsverlage sind im Umbruch – und das nicht erst seit gestern. Print garantiert zwar nach wie vor ein sinnliches Erlebnis in Papierform, muss aber digital flankiert werden. Der Zeitungsverlag Krause hat deshalb bereits vor Jahren die Digitalagentur hc media ins Leben gerufen – der digitale Arm in die Welt der Medien. Hier einige aktuelle Fragen, die Unternehmen beschäftigen – und die digitalen Antworten aus dem Hause hc media.

## Sie suchen qualifizierte Fachkräfte und Azubis?

Eine Stellenanzeige in der Zeitung schalten und schon schwappt die Bewerbungsflut auf den Schreibtisch des Personalers? Das war einmal. Wer in Zeiten des Fachkräftemangels qualifizierte Mitarbeiter oder Auszubildende gewinnen will, muss mehr tun. Schließlich gehen die meisten Bewerber heute mit dem Smartphone auf Jobsuche. Unternehmen, die potenzielle Kandidaten erreichen wollen, müssen also ebenso online präsent sein.

Das **Jobportal** auf [jobs.tageblatt.de](http://jobs.tageblatt.de) bietet dazu die ideale Möglichkeit – regional wie national. Mit einer Online-Stellenanzeige profitieren Inserenten von der hohen Reichweite, die [Tageblatt.de](http://Tageblatt.de) garantiert, und sprechen dabei auch Nutzer an, die nicht aktiv nach einem neuen Arbeitsplatz Ausschau halten. Bei nationaler Schaltung erscheint die Stellenanzeige zusätzlich auf [Jobware.de](http://Jobware.de) sowie im [Jobware-Netzwerk](http://Jobware-Netzwerk) mit bis zu 400 fach- und regionsspezifischen Partnerportalen, zum Beispiel [sueddeutsche.de](http://sueddeutsche.de). Die Anzeigenschaltung ist denkbar einfach: Arbeitgeber laden ihre Stellenanzeige als Pdf hoch, diese wird CI-gerecht gestaltet, auch mit Fotos und Videos, für jedes digitale Endgerät angepasst, für Suchmaschinen optimiert und schließlich als hochwertige html-Seite veröffentlicht. Auch eine eigene Layout-Erstellung ist möglich. Bewerber können ihre Unterlagen wiederum direkt bequem hochladen und mit einem Klick absenden.

Wer seinen Bewerbern und sich selbst den Recruiting-Prozess einfach machen will, setzt auf **kandidas.de**. Das Portal erleichtert mittelständischen Unternehmen dank nützlicher Features wie intuitiver Bedienbarkeit das Bewerbermanagement, und Bewerbern wiederum das Bewerben.

**FuPa.net** ist für die Mitarbeiter- und Azubi-Gewinnung ebenfalls eine Opti-

## So hilft hc media, die Digital-Agentur des Zeitungsverlags Krause, Unternehmen beim Einstieg in die digitale Welt der Medien

Das Fußball-Portal, das sich der Berichterstattung aus den deutschen Amateurligen widmet, punktet mit einer ausgesprochen hohen Reichweite und Bekanntheit unter den Fußball-affinen Nutzern, was beispielsweise für die kurzfristige Bewerbung von Aktionen, Veranstaltungen, aber auch fürs Branding vorteilhaft ist. Und zwar nicht nur für Produkte und Dienstleistungen aus dem Bereich Fußball und Sport. Auf [FuPa.net](http://FuPa.net) tummeln sich hauptsächlich männliche Nutzer bis 35 Jahre, aber auch Spielerfrauen, Angehörige und Fans jeden Alters. Kurzum: Unternehmen erreichen mithilfe von hc media über [FuPa.net](http://FuPa.net) sehr schnell sehr viele Menschen in der Südeifel-Region.

## Sie möchten neue Kunden gewinnen?

Hochwertige Ratgeber-Texte mit Mehrwert, in denen Unternehmer und Entwickler als Experten zu Wort kommen, erfreuen sich großer Beliebtheit und genießen eine hohe Glaubwürdigkeit. Das macht sich der **Tageblatt-Ratgeber** ([www.tageblatt.de/ratgeber](http://www.tageblatt.de/ratgeber)) zunutze: Lokale Unternehmer können sich als Experte ihrer Branche unter Angabe der Kontaktmöglichkeit präsentieren, ihr Produkt oder ihre Dienstleistung anhand von Text, Bild und Video erklären – und so neue Kunden gewinnen. Dabei profitieren sie von einem Alleinstellungsmerkmal: Jedes Ratgeber-Thema wird nur einmal auf [Tageblatt.de](http://Tageblatt.de) veröffentlicht – Unternehmen haben den Beitrag also exklusiv, Konkurrenz ist ausgeschlossen. Von Gesundheit über Immobilien bis hin zu Mode und Beauty: Angesichts der 18 Ratgeber-Rubriken steht für Unternehmen jedweder Branche das passende Themenumfeld zur Verfügung.

Darüber hinaus bietet [Tageblatt.de](http://Tageblatt.de) weitere attraktive Themenumfelder, in denen **Online-Advertorials**, also Werbetexte in redaktionellem Gewand, platziert werden können, um Kunden auf ein Unternehmen, seine Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen.

Auch **klassische digitale Werbemittel** wie Skyscraper, Billboard, Rectangle und Halfpage-Ad gehören zur Angebotspalette. Angesichts von rund

342 000 Nutzern\*, die monatlich über [Tageblatt.de](http://Tageblatt.de) erreicht werden, ebenfalls eine erfolgversprechende Möglichkeit der Neukundengewinnung. Von dieser Reichweite profitieren auch Unternehmen, die bereits eine Werbebeilage in der Printausgabe gebucht haben und diese mittels TKP-Basis als **digitale Beilage** zusätzlich auf [Tageblatt.de](http://Tageblatt.de) veröffentlichen.

## Sie möchten ins Online-Marketing einsteigen?

Ob es darum geht, Fachkräfte oder Neukunden zu gewinnen: An Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA) und **Social Media** führt für Unternehmen heute kein Weg vorbei. Sie sind ein Schlüssel zum Erfolg. Wer sich selbst damit nicht auskennt, den macht die Digitalagentur hc media fit fürs Online-Marketing. In individuellen **Workshops** und Schulungen wird das notwendige Wissen vermittelt, um Facebook, Instagram, SEO & Co. für das Unternehmen erfolgreich einzusetzen. Sind die firmeneigenen Ressourcen begrenzt, kümmern sich die Digitalispezialisten auch selbst um die Umsetzung von Kampagnen und Aktionen auf den gewünschten Social-Media-Plattformen. Und: um die Optimierung der **Firmen-Website**. Dazu werden auf Basis einer Nachfrage-Analyse Zielgruppen ermittelt und entsprechende SEO-/SEA-Maßnahmen durchgeführt, damit die Produkte und Dienstleistungen gefunden werden – auch von potenziellen Neukunden, die nicht wissen, dass sie das betreffende Produkt oder die betreffende Dienstleistung bei dem Unternehmen bekommen.

## Sie möchten Ihren Online-Auftritt optimieren?

Der **Webauftritt** ist das Aushängeschild eines Unternehmens. Eine professionelle Analyse stellt sicher, dass sich ein Unternehmen nach außen bestmöglich präsentiert: Welche Produkte oder Dienstleistungen sollen präsentiert werden? Wie ist der Status quo? Was ist das konkrete Ziel? Um diese wichtigen Fragen zu beantworten, werden alle Entscheider an einen Tisch geholt. Auf Basis des Analyse-Ergebnisses wird ein Angebot erstellt – auf Wunsch als Komplett-Lösung inklusive Fotos, Texten und Spezialprogrammierungen. Auch das Hosting und der Support können bei Bedarf übernommen werden.

Wenn es nicht gleich ein komplett neuer Webauftritt sein muss: Auch Unternehmen, die lediglich eine **Landingpage** benötigen, profitieren vom digitalen Know-how des [Tageblatt-Partners](http://Tageblatt-Partners). Die

Experten erstellen kleine, aber feine, für Suchmaschinen optimierte Webseiten, um beispielsweise ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung am Markt bekannt zu machen beziehungs-

weise ein Produkt oder eine Leistung, die schon am Markt sind, voranzubringen. vdb

\*Google Analytics, Stand: August 2019

**STADAC 100 Jahre Zusatzpaket**  
Modell Advantage  
**11,00 EUR/Monat**

**STADAC 100 Jahre Zusatzpaket**  
Paket Business  
**22,00 EUR/Monat**

**STADAC 100 Jahre Servicepaket**  
Wartung & Reparatur  
**16,00 EUR/Monat**

## DER NEUE BMW 3er TOURING. AM 28. SEPTEMBER BEI UNS.

Seit jeher steht der BMW 3er für pure Fahrfreude und sportliches Design. Die moderne und klare Ästhetik bereichert der neue BMW 3er Touring mit Vielseitigkeit, Funktionalität und einer neuen Designsprache. Das macht ihn zu einem echten Allrounder, der mit seinem großzügigen Platzangebot und seinen optionalen intelligenten Assistenten jede Fahrt zum Erlebnis werden lässt. Überzeugen Sie sich selbst und vereinbaren Sie schon jetzt eine Probefahrt bei uns.

### Leasingbeispiel von der BMW Bank GmbH: BMW 320d Touring als STADAC 100 Jahre Jubiläumsmodell

**Modell Advantage:** Innenspiegel automatisch abblendend, Ablagenpaket, Park Distance Control (PDC), Klimaautomatik, u.v.m.

**Business Paket:** Innen- und Außenspiegelpaket, Lordosenstütze für Fahrer und Beifahrer, Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer, Connected Package Plus, BMW Live Cockpit Plus, u.v.m.

Anschaffungspreis:	30.521,29 EUR	<b>36 monatliche Leasingraten à:</b>	<b>349,00 EUR</b>
Leasingsonderzahlung:	0,00 EUR	Sollzinssatz p.a.*:	1,49 %
Laufleistung p. a.:	10.000 km	Effektiver Jahreszins:	1,50 %
Laufzeit:	36 Monate	Gesamtbetrag:	0,00 EUR

Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München. Dieses Beispiel gilt nicht für Verbraucher. Es richtet sich ausschließlich an selbständige und gewerbliche Kunden. Alle Preise zzgl. 19 % MwSt.; Stand 08/2019. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen.

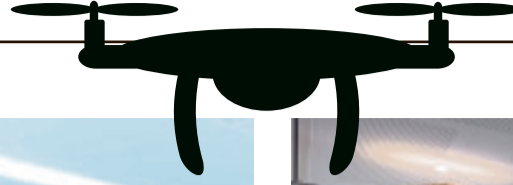
\*gebunden für die gesamte Vertragslaufzeit

Wir vermitteln Leasingverträge ausschließlich an die BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München.

Zzgl. 777,00 EUR für Zulassung, Transport und Überführung.  
Kraftstoffverbrauch innerorts: 5,4 l/100 km, außerorts: 4,0 l/100 km, kombiniert: 4,6 l/100 km, CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert: 119 g/km, Energieeffizienzklasse: A.  
Fahrzeug ausgestattet mit Schaltgetriebe.



**STADAC GmbH & Co. KG** [www.stadac.de](http://www.stadac.de)  
Stade (Firmensitz) Classic BMW | Altländer Str. 91 | Tel. 0 41 41 / 92 00 - 0  
Buxtehude | Lüneburger Schanze 6 | Tel. 0 41 61 / 71 60 - 0  
Buchholz | Hanomagstr. 25 | Tel. 0 41 81 / 28 90 - 0  
Norderstedt | Niendorfer Str. 151 | Tel. 0 40 / 54 88 00 - 0  
Ahrensburg | Beimoorkamp 2 | Tel. 0 41 02 / 207 77 - 0



Das offizielle „PolitikZeit“-Foto: AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch (von links), Wirtschaftsminister Michael Westhagemann, AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse und Thomas Bothe, Mitglied der Geschäftsleitung Mittelstandsbank Nord – Niederlassung Hamburg, Commerzbank AG.



Wirtschaftssenator Michael Westhagemann (rechts) begrüßt Hamburgs Handwerkskammer-Präsidenten, Hjalmar Stemmann. Im Hintergrund AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse.



Wirtschaftssenator Michael Westhagemann hält einen leidenschaftlichen Impulsvortrag.

Fotos: Martina Berliner

## Mit Drohnen gegen „Zweite-Reihe-Parker“

„PolitikZeit“: Hamburgs Wirtschaftsminister Michael Westhagemann referiert beim AGA Unternehmensverband

Man muss miteinander reden. Nur im persönlichen Austausch und durch gemeinsames Handeln geht es voran. Davon ist Hamburgs Wirtschaftsminister Michael Westhagemann überzeugt. Der Einladung des AGA Unternehmensverbands ist er deshalb gern gefolgt. Vor mehr als 120 Gästen der Kaufmannschaft und des konsularischen Korps erklärt er im Haus des Handels und der Dienstleister im Rahmen der Veranstaltungsreihe „PolitikZeit“ seine Sicht zum aktuellen Status der Metropolregion und zu künftigen Entwicklungschancen. Westhagemann brennt für seine im November vergangenen Jahres übernommene Aufgabe als Senator. Sein leidenschaftlich vorgetragener und frei gehaltener Impulsvortrag gerät länger als geplant. „Eigentlich haben Sie schon alles angesprochen, was ich Sie fragen wollte“, eröffnet AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse die anschließende Diskussion.

### 3000 Baustellen täglich

Ein Thema, das Westhagemann und Kruse gleichermaßen auf den Nägeln brennt, sind die Staus im Stadtgebiet. „Im Schnitt haben wir am Tag 3000 Baustellen in Hamburg. Aber das ist notwendig, denn wir wollen die Infrastruktur wieder in Ordnung bringen, die jahrelang auf Verschleiß gefahren wurde“, sagt Westhagemann. Er gibt aber zu, dass die Koordination mangelhaft ist. „Ich dachte, das läge allein an unserer Behörde. Aber so ist es nicht.“ Der Landesbetrieb Straßen, Brücken und Gewässer, erläutert er, sei nur für etwa ein Drittel der Bauarbeiten an Ham-

burger Verkehrswegen zuständig. Der Rest läge in Verantwortung der Bezirke, der Hamburg Port Authority und diverser Leitungsunternehmen. Das Problem: Die Institutionen kommunizierten bisher nicht miteinander. Das soll sich ändern. „Darum kümmere ich mich jetzt persönlich.“ Er habe erstmals alle Akteure zum Gespräch geladen.

### Froh über Fahrrinnenanpassung

In naher Zukunft soll außerdem eine neue Organisation die Überwachung des Verkehrsflusses in Echtzeit übernehmen – mit Wärmebildkameras, Drohnen und Sondeinheiten der Polizei zur Verhinderung von Zweite-Reihe-Parkern, kündigt Westhagemann an. Zum Thema autofreie Innenstadt sagt der Senator: „Ich warne davor, dabei Straßen ins Visier zu nehmen, die den Verkehr innerstädtisch entlasten. Wir müssen uns auch darüber unterhalten, wie zum Beispiel die Handwerker in die City kommen.“ Auch die Verlagerung des Innenstadtv-

kehrs in Wohngebiete sieht er kritisch. Eine Möglichkeit, die City zu entlasten, könne der Öffentliche Nahverkehr sein: „Da investieren wir zwei- bis dreistellige Millionenbeträge.“ Das Thema städtische Mobilität sieht auch AGA-Präsident Kruse kritisch: „Meiner Ansicht nach befinden wir uns in Hamburg in einem Infrastruktur-Dilemma: Vor zehn Jahren hatten wir in Hamburg rund 710 000 Pkw, heute sind es fast 800 000 zugelassene Autos. Die aber stehen zu den Hauptverkehrszeiten im Stau, oder es wird verzweifelt nach einem Parkplatz gesucht. Denn proportional zum Anstieg der Autozahlen ist die Zahl der verfügbaren Parkplätze in der Hansestadt gesunken, ausgelöst unter anderem durch Busbeschleunigungsstreifen und zusätzliche Radwege. Dieses Spannungsfeld gilt es zu lösen.“

Gleichermaßen glücklich sind der AGA-Präsident und der Senator über den Beginn der Bauarbeiten zur Fahrrinnenanpassung der Elbe: „Das ist ein Meilenstein in der Hamburger Hafengeschichte und sichert die Grundlage des Wohlstands der Region und

ganz Deutschlands. Leider hat es 17 Jahre gedauert. Das ist zu lang und mancher überseeische Partner hat so seine eigene Meinung dazu“, so Kruse.

### Klimaschutz als Chance verstehen

Um für mehr Ladung nach der Elbvertiefung zu werben, hat Westhagemann in den vergangenen Monaten Reeder aufgesucht. Denn nach der Vertiefung werden Schiffe mit bis zu 23 000 Containern Hamburg ansteuern können. Dass auch die neue Tiefe bald nicht mehr ausreichen könnte, weil Container-Riesen künftig noch größer werden, sei eher unwahrscheinlich, glaubt Westhagemann. „Selbst Reeder halten noch größere Schiffe nicht mehr für optimal. Der Umschlag würde zu lange dauern, die Schiffe wären länger unterwegs.“ Die Quintessenz seiner Reeder-Gespräche: Auch in Asien beobachtet man die Entwicklung des Hamburger Hafens aufmerksam. Qualität von Ladeabwicklung und Automatisierungsgrad

werden als gut bewertet, die Hinterland-Anbindung sogar besonders gelobt. Das Thema Klimaschutz steht auf Westhagemanns Agenda ebenfalls weit oben. Er sieht in der Krise auch eine „Riesenchance für die Industrie“ und in mit Hilfe von Windenergie produziertem Wasserstoff den umweltfreundlichen Energieträger der Zukunft. „Wasserstoff ist die Antwort darauf, wie wir Norddeutschland weiter entwickeln“, sagt Westhagemann, der als CEO der Siemens Region Nord mit Sitz in Hamburg vor allem für den Bereich Windenergie zuständig war und zudem Vorsitzender des Vereins zur Förderung des Clusters für erneuerbare Energien in Hamburg (EEHH) sowie Mitglied im Hochschulrat der Technischen Universität Hamburg ist. Westhagemann ist bereits mit den Wirtschaftsministern der Nordländer im Gespräch, wie die Wasserstoff-Technologie gemeinsam aufzubauen und räumlich zu verteilen sein könnte. mab

### Info:

Im AGA Unternehmensverband sind mehr als 3500 überwiegend mittelständische Unternehmen aus den fünf Küstenländern organisiert – Groß- und Außenhandelsunternehmen sowie unternehmensnahe Dienstleister. Mit seinen 40 Mitarbeitern unterstützt der AGA seine Mitgliedsunternehmen in allen Fragen der Unternehmens- und Personalführung.

Web: [www.aga.de](http://www.aga.de)



MIT VOLVO ZIELE ERREICHEN.



### WIR MACHEN IHREN ERFOLG EINFACHER.

Bei uns finden Sie auf jeden Fall das Wunschfahrzeug, das genau zu Ihrem Business passt. Ob Kombi, SUV oder Limousine – jedes Volvo Fahrzeug ist serienmäßig mit Stil und Sicherheit ausgestattet. Überzeugen Sie sich selbst von der faszinierenden Kombination aus schwedischem Design und innovativen Technologien.

### JETZT PROBE FAHREN.

Autohaus Werner Bröhan GmbH

21635 JORK-KÖNIGREICH, KÖNIGREICHER STR. 15-17, TEL: 04162/94300

21684 STADE-WIEPENKATHEN, GRAVENHORST-WEG 4, TEL: 04141/99110  
WWW.AUTOHAUS-BROEHAN.DE

## AM „HUG-POINT“ IN HELSINKI

### Hier umarmen sich Wirtschaft und Wissenschaft

TUHH-Professor Christian Lühje und Unternehmer Christoph Birkel in der Aalto Design Factory

Auf den ersten Blick sieht dieser Ort so aus, als wäre der Name Programm. Wer die Aalto Design Factory betritt, steht in einer großen Halle mit hohen Decken, an denen sich Lüftungsrohre entlangschlängeln. Ein Fabrikgebäude, so hat es den Anschein. Doch der Schein trügt. Die Aalto Design Factory auf dem Campus der Aalto University in Helsinki ist eine Fabrik, aber weniger eine, in der Maschinen Lärm und Staub erzeugen, sondern viel mehr eine Denkwerkstatt, in der gelernt und an Projekten getüftelt wird.

Statt Industriearbeitern im Blaumann begegnen sich Studenten, Doktoranden, Professoren und Unternehmen. Die Aalto Design Factory vereint diese Player unter einem Dach und bietet ihnen eine Plattform für Innovation. Prof. Dr. Christian Lühje, der das Institut für Innovationsmarketing an der Technischen Universität Hamburg (TUHH) leitet, und Christoph Birkel, Geschäftsführer des hit-Technopark, haben diesen Ort besucht, an dem Wissenschaft und Wirtschaft so geschickt verbunden werden, wie sonst selten auf der Welt. „Vernetzung und interdisziplinäres Zusammenarbeiten sind Dinge, die auch wir gemeinsam forcieren wollen“, sagt Birkel. Lühje ergänzt: „In der Aalto Design Factory soll die Innovationskraft genutzt werden, die aus der interdisziplinären Zusammenarbeit von Studie-



Über den Tellerrand schauen – zum Beispiel in Helsinki: Christoph Birkel (rechts) und Prof. Dr. Christian Lühje (links) mit Gastgeber der Aalto Design Factory, die Wissenschaft und Wirtschaft unter einem Dach vereint. Foto: hit-Technopark

renden sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen verschiedener Branchen entsteht. Am Ende kommt dann etwas Greifbares dabei heraus.“ Die Aalto Design Factory sei in allem ein gutes Vorbild, eine Art Blaupause für die Partnerschaft zwischen TUHH und hit-Technopark. Das Zusammenspiel zwischen Wissenschaft und Wirtschaft beginnt in der Aalto Design Factory bereits an der Kaffeemaschine. Wer sich dort anstellt, muss schon ein wenig Geduld mitbringen:

Es gibt nur einen Automaten – für rund 80 Personen. Nicht selten bildet sich dort eine Schlange. Darin steckt der Sinn: Die Küche ist, wie die gesamte Fabrik, ein riesiger Ort der Begegnungen. Auch ein „Hug-Point“ gehört dazu. Begegnen sich an diesem Punkt zwei Personen, so die Hausregel, sollen sie sich in den Arm nehmen – und miteinander reden.

Die eigentliche Verzahnung findet jedoch in Projekten statt. Was in der Theorie etwas abstrakt klingt, funktioniert in der Praxis sehr konkret. Studenten und Partnerunternehmen entwickeln ein gemeinsames Projekt – von der Idee über das Produktdesign bis zur Produktion von Prototypen in der eigenen Werkstatt. Die Studententeams arbeiten interdisziplinär, das heißt: Hier treffen nicht nur Produktdesigner und -entwickler zusammen, sondern auch Juristen, Informatiker, Ingenieure und Betriebswirte, die allesamt einen eigenen Blick auf das Projekt haben. Bis zu zehn solcher Projekte, finanziert unter anderem durch einen 15 000-Euro-Zuschuss der Partnerunternehmen, werden jedes Jahr durchgeführt. Am Ende profitieren alle Seiten von der gemeinsamen Arbeit. Die Unternehmen erhalten außer neuen Ideen auch gleich den passenden Prototypen. Die Studenten lernen anhand der eigenen Erfahrung, an interdisziplinären Projekten zu arbeiten. as





Helios

# Warten auf die ersten Drillinge...

Neues Personal, diverse Umbauten: So strukturiert die Helios Mariahilf Klinik Hamburg ihre Geburtshilfe neu



Das Team der Geburtshilfe rund um ihren neuen Chefarzt Dr. Mouhib Adjan. Fotos: Helios

Torge Koop kennt beide Seiten: Der 46-Jährige mit friesischen Wurzeln machte Zivildienst im Gesundheitswesen, arbeitete in der Pflege, studierte Medizin, landete im Medizinmanagement, studierte Gesundheitsökonomie und ist damit seit 1992 immer irgendwie mit dem Thema Krankenhaus in Berührung. Er lebt seit 20 Jahren in Hamburg, war von Helios zuletzt in Stralsund eingesetzt. Das Foto zeigt ihn auf der umgebauten Frühchenstation.

Sein Appell ist unüberhörbar: „Wir freuen uns über jede weitere Pflegekraft!“ Torge Koop, neuer Geschäftsführer der Helios Mariahilf Klinik Hamburg, teilt das Fachkräftethema mit fast allen Kollegen seiner Branche. Das Gesundheitswesen gilt in der Riege der Suchenden als besonders gebeutelt. Umso härter traf es die Harburger Klinik Anfang des Jahres, als gleich fünf Ärzte aus dem Kernbereich Geburtshilfe ihren Hut nahmen und die ärztliche Versorgung zeitweise ins Stocken geriet. Was zu dem Desaster führte, ist Koop, der seit April die Verantwortung trägt, schleierhaft – zumal das Haus in diesem Bereich große Investitionen tätigt: „An der personellen Ausstattung lag es garantiert nicht, denn da stand die Mariahilf-Klinik zu diesem Zeitpunkt überdurchschnittlich gut da.“ Jetzt schaut die Mannschaft nach vorn und ist dabei, die Geburtenzahlen, die von Februar bis April deutlich zurückgegangen sind, wieder hochzufahren.“

## Die Zahlen gehen hoch

Koop: „Seit Ende Mai verzeichnen wir einen stetigen Anstieg der Geburten. Das freut mich für die Mitarbeiter.“ Das einstige katholische Krankenhaus Mariahilf ist über Harburgs Grenzen hinaus traditionell als Geburtsklinik im Süden der Hansestadt bekannt und verfügt zudem über eine Kinderstation. Nachdem die medizinische Versorgung im Süden neu geordnet und die Geburtshilfe aus der Asklepios-Klinik im Tausch gegen die Notfallaufnahme an der Stader Straße konzentriert wurde, schossen die Geburtenzahlen 2017 steil in die

Höhe. 2017 wurden 2099 Geburten (mit insgesamt 2130 Kindern) begleitet, 2018 waren es 2055 (2087 Kinder). Nach dem Einbruch im Frühjahr dürfte es 2019 nicht gelingen, die 2000er-Marke zu knacken. Dennoch ist und bleibt Mariahilf die Geburtsklinik im Hamburger Süden. Was für Pflegekräfte gilt, gilt auch für Ärzte, wie Torge Koop sagt: „Ein neues Team mit voller Stärke baut sich auch nicht mal eben so nebenbei auf.“ Im Juni trat Dr. Mouhib Adjan als neuer Chefarzt der Abteilung für Geburtshilfe und Pränatalmedizin seinen Dienst an. Nun baut er ein neues ärztliches Geburtshilfe-Team auf. Der Klinikgeschäftsführer ist optimistisch: „Hamburg ist bei Ärzten beliebt, denn die Stadt ist attraktiv. Also werden wir das hinkriegen. Außerdem sind wir sehr gut mit Hebammen ausgestattet, das ist ein weiterer Pluspunkt bei der Personalgewinnung.“

## Umbau in vier Stufen

Unterdessen sind in den Neubau an der Stader Straße wieder die Handwerker eingezogen. In mehreren Stufen wird umgebaut, um das Haus auf die neuen Erfordernisse anzupassen. Die Mariahilf-Klinik ist Perinatalzentrum Level II, darf also Neugeborene bis zu einem Mindestgewicht von 1250 Gramm beziehungsweise ab der 29. Schwangerschaftswoche versorgen. Jetzt werden die baulichen Voraussetzungen für Level I geschaffen: Die Versorgung von Frühgeburten unter 1250 Gramm. Diese Maßnahme ist Teil einer internen Rochade. Im ersten Schritt ist die Gynäkologische Ambulanz vom ersten Stock ins Erdgeschoss

gezogen. Dort wurde ebenfalls der Bereich der ehemaligen Notfallambulanz neu strukturiert und voll auf die Behandlung von Kindern, Schwangeren und gynäkologischen Patientinnen ausgerichtet. Den Umbau fördern der Krankenhausstrukturfonds und die Hansestadt je zur Hälfte mit insgesamt 5,3 Millionen Euro. Wie viel Geld am Ende tatsächlich bezahlt werden muss, ist noch offen – etwaige Mehrkosten übernimmt Helios selbst.

## Flexibles Rooming-in

Doch damit nicht genug: Im ersten Obergeschoss wurde der frei gewordene Raum genutzt, um die Frühchenstation (Neonatologie) zu erweitern. Zu den Zahlen: 2017 zählte die Helios-Klinik 170 Frühgeburten, 2018 waren es 138. Künftig stehen für diese Neugeborenen mehr Intensivplätze zur Verfügung und flexibles Rooming-in wird möglich. Die Station wurde am 20. September offiziell von der Hamburger Gesundheitssenatorin, Cornelia Prüfer-Storcks, eingeweiht. Derzeit läuft Stufe vier des Umbaus: Bis zum Jahresende wird der Kreißsaal optimiert. Dazu zählen die Einrichtung eines Überwachungsraumes für Frauen, die durch Kaiserschnitt entbunden haben, eine direkte Anbindung an den OP-Bereich und die Vergrößerung des Untersuchungsraumes für Neugeborene. Torge Koop: „Künftig können bei uns auch Drillinge das Licht der Welt erblicken.“ wb

» Web: <https://www.helios-gesundheit.de/kliniken/helios-mariahilf-klinik-hamburg/>

## Risiko und Chance zugleich

Der Wegfall der Notaufnahme stellt die Helios Mariahilf Klinik Hamburg vor eine besondere Herausforderung: Während die Kinderklinik, die Geburtshilfe und die Gynäkologie deutlich gestärkt werden, leiden die anderen Disziplinen unter einem spürbaren Patientenrückgang, da Notfälle, die früher beispielsweise in der Unfallchirurgie behandelt wurden, nun gar nicht mehr eingeliefert werden. Dazu sagt Torge Koop: „Der Wegfall der Notaufnahme ist für uns Risiko und Chance gleichermaßen. Zum einen müssen wir die Patienten auf anderen Wegen von uns überzeugen, zum anderen ist jetzt Arbeiten ohne dringende Notfälle möglich. Wir konzentrieren uns also auf das Elektivgeschäft – das heißt: planbare Eingriffe mit festen Terminen und kurzen Wartezeiten. Für die Patienten ist das ein großes

Service-Plus. Und wir können die Qualitätsanforderungen noch einmal steigern.“

## Helios eröffnet zwei MVZ

Konkret: Wer sich in der Orthopädie eine neue Hüfte einsetzen lässt, der kann davon ausgehen, dass der OP-Termin auch wie geplant stattfindet. Früher passierte es durchaus, dass ein eingeliefertes Unfallopfer dazwischen geschoben werden musste, was bei den Hüft-Patienten zu Wartezeiten und nicht selten auch zu einem Domino-Effekt im Kalender führen konnte. Koop: „Wir haben in jeder Fachabteilung Themen, die sich gut für eine elektive Behandlung eignen. Darauf werden wir uns konzentrieren.“

Die Neuausrichtung der Klinik wird von einer Premiere begleitet: Zum Jahresbeginn wurden gleich zwei Medizinische Versorgungszentren (MVZ) mit niedergelassenen Ärzten gegründet. Die Ärzte haben ihre Zulassungen sozusagen an Helios übertragen und sind nun Angestellte. In Neugraben ist ein MVZ in der Kombi Orthopädie/Unfallchirurgie/Anästhesie erfolgreich an den Start gegangen. Die Außenstelle „brummt“, so Koop, und führt dem Krankenhaus Patienten zu, wenn eine stationäre Behandlung erfolgen muss. Das zweite MVZ (Pädiatrie, Innere Medizin, Hausärztliche Versorgung) befindet sich auf dem Klinikgelände und wird ebenfalls gut angenommen. Torge Koop: „Das ist erst der Anfang. Diesen Weg gehen wir weiter.“ Im nächsten Schritt soll ein Kardiologe ebenfalls auf dem Klinikgelände seinen Dienst aufnehmen. wb

## KOLUMNE

## Business & Health



Von VALESKA VON KROSIGK und KARSTEN VON HARLING, Fachärzte für Innere Medizin im Medizinischen Versorgungszentrum auf dem Gelände der Helios Mariahilf Klinik Hamburg

## Kleiner Pieks, große Wirkung

Masern, Keuchhusten, Influenza – beim Thema Impfen denken wir immer erst an Kinder. Für Erwachsene sind Impfungen meist kein Thema mehr. Oder wüssten Sie auf Anhieb, wo ihr Impfpass liegt? Und das nicht ohne Grund, denn bei den meisten Impfungen reicht eine Grundimmunisierung im Kindes- und Jugendalter aus. Doch bei einigen Impfungen, wie zum Beispiel Tetanus, Polio und Diphtherie, muss dieser Schutz im Laufe des Lebens durch Auffrisch-Impfungen verlängert werden, spätestens alle zehn Jahre. Impfungen schützen nicht nur Kinder. Die meisten Infektionskrankheiten betrachten wir als Kinderkrankheiten, weil Kinder ohne Impfschutz meist schon früh daran erkranken. Doch man sollte sie trotzdem nicht unterschätzen: Trotz moderner Medizin stellen viele Infektionskrankheiten weiterhin ein hohes gesundheitliches Risiko dar. Darum gilt es auch im Erwachsenenalter, den eigenen Impfstatus immer wieder zu überprüfen.

Vor allem, wenn sich die Lebensumstände ändern. So sollten Frauen mit Kinderwunsch zunächst in ihren Impfpass schauen – schließlich sind viele Impfungen während der Schwangerschaft nicht möglich und eine Infektion während der 40 runden Wochen könnte dem Kind schaden. Auch Erwachsene mit chronischen Krankheiten sollten besonders vorsichtig sein und sich regelmäßig impfen lassen, damit der sowieso schon herausgeforderte Körper nicht auch noch gegen eine Infektionskrankheit kämpfen muss.

## Erst Impfpass, dann Urlaub!

Andere Länder, andere Krankheiten – sollten Sie einen Urlaub in ein fernes Land planen, müssen nicht nur die Koffer gepackt werden, auch der Blick in den Impfpass ist angeraten. Durch Impfungen und vorbeugende Medikamente können gefährliche Krankheiten wie etwa Typhus, Hepatitis, Gelbfieber oder Malaria vermieden werden. Vor allem in Ländern mit warmem oder tropischem Klima laufen Sie Gefahr, sich mit Krankheitserregern zu infizieren. Damit gefährden Sie dann nicht nur sich selbst, sondern nach der Rückreise auch Ihre Mitmenschen zu Hause. Ihr Hausarzt berät Sie gern. Sie wechseln Ihren Arbeitsplatz? Sprechen Sie mit Ihrem neuen Betriebsarzt oder Hausarzt über die möglichen Risiken des neuen Arbeitsumfeldes und lassen Sie Ihren Impfstatus bei Bedarf auffrischen. So ist beispielsweise medizinisches Personal besonders gefährdet, durch Patienten infiziert zu werden oder die Erreger im Patientenkontakt weiterzugeben. Daher wird allen Menschen über 60, chronisch Kranken jeden Alters, Schwangeren und medizinischem Personal zu einer jährlichen Grippe-Impfung geraten. Der Influenzavirus stellt eine erhebliche gesundheitliche Bedrohung dar. Lassen Sie sich also rechtzeitig vor Beginn der winterlichen Grippe-Saison impfen – möglichst bereits im Oktober oder November. Darüber hinaus empfiehlt die Ständige Impfkommission (STIKO) allen, die nach 1970 geboren wurden, eine zusätzliche Masern-Impfung, sollte noch kein ausreichender Immunschutz vorliegen. Ihren Impfstatus können Sie jederzeit von Ihrem Hausarzt prüfen lassen. Also: Auf die Plätze, fertig, los – wer seinen Impfpass zuerst findet, schützt nicht nur sich selbst, sondern auch viele andere Menschen!

So steht das Autohaus Meyer in Elstorf heute da: Ein großzügiger Komplex mit großen Stellflächen und allen Aktivitäten zwischen Verkauf und Service unter einem Dach.



Mit einer kleinen Aral-Tankstelle und einer Kfz-Reparaturwerkstatt an der Lindenstraße in Elstorf hatte 1969 alles angefangen: Damals legten Marga und Uwe Meyer den Grundstein für das Autohaus Meyer, das heute von Mirco und Uwe Meyer geführt wird. Ihre Aufgabe ist es, das Unternehmen mit seinen 35 Mitarbeitern durch bewegte Zeiten zu manövrieren, denn der Umbruch im Autohandel ist unübersehbar: E-Mobilität, CO<sub>2</sub>-Debatten im Zeichen des Klimaschutzes, der Diesel-Skandal, verstopfte Großstädte, alternative Mobilitätskonzepte – die Liste der Herausforderungen ist lang, wenn es darum geht, mit dem Verkauf von Autos Geld zu verdienen. Mirco Meyer und sein Vater haben sich bewusst dafür entschieden, den eigenen Betrieb im 50. Jahr noch einmal ganz neu aufzustellen. In den grünen Abgesang auf das Auto mit Verbrennungsmotor stimmen sie nicht ein.

Als Seat Stützpunkt-Partner sieht sich auch das Autohaus Meyer gefordert, wenn der Hersteller einen angemessenen Auftritt verlangt. Konkret: Die Fahrzeuge sollen in einheitlichem CI präsentiert werden. Der Volkswagen-Konzern gibt seinen Marken klare Vorgaben – und der Handel muss mitziehen. Oder aussteigen. Mittlerweile ist das Autohaus Meyer der einzige Seat-Stützpunkt zwischen Stade und Hamburg; auch, weil Händlerkollegen die nötigen Investitionen nicht aufbringen wollten.

## Investitionen im großen Stil

In Elstorf sieht es anders aus: Es ist, als sei der Gründergeist von vor 50 Jahren noch einmal mit Vollgas durchgestartet. Die Meyers haben die Werkstatt um ein Drittel vergrößert, in neue Technik investiert, ein neues Reifen-Hotel für die Einlagerung von etwa 1000 Radsätzen gebaut und die Seat-Halle grundsanitiert. Und da die Handwerker schon mal im Haus waren, wurde die gesamte Ausstellungsfläche gleich mit auf Vordermann gebracht. Mirco Meyer: „Wir haben eine neue 7,5-Tonnen-Hebebühne einbauen lassen, auf der wir jetzt auch Nutzfahrzeuge reparieren können – zum Beispiel Transporter aller Art. Außerdem haben wir einen mo-

dernen Lichtprüfstand eingerichtet. Hier reagieren wir auf die technologische Entwicklung im Bereich von LED- und Matrix-Licht. Wir sind davon überzeugt, dass sich diese Investitionen lohnen.“ Die neu aufgestellte Werkstatt steht Kunden unabhängig von der Fahrzeugmarke zur Verfügung.

Das Autohaus Meyer ist seiner Linie über die Jahrzehnte treu geblieben. Die Marke Seat ist seit 15 Jahren in Elstorf angesiedelt. In der benachbarten Verkaufshalle und auf der großen Außenfläche stehen aber auch zahlreiche Fahrzeuge von VW und Audi, die Meyer als Reimporte besonders günstig an-

boten kann. Insgesamt sieht der Autohändler eine kontinuierliche Aufwärtsbewegung, räumt aber auch ein, dass es jetzt durchaus Themen gibt, die auch für Fragen sorgen. Ein Thema ist die E-Mobilität. Anfang 2020 bringt Seat den kleinen Mii als Voll-E-Version auf den Markt und vollzieht damit den

Weg von VW nach. Mirco Meyer: „Für uns bedeutet das den Anbruch neuer Zeiten. Wir müssen unsere Mitarbeiter schulen, E-taugliche Arbeitsplätze einrichten, Ladesäulen installieren, Spezialwerkzeuge anschaffen und schauen, wie sich das Thema tatsächlich entwickelt. Das ist ein großer Umschwung.“ Er glaubt allerdings nicht, dass die E-Mobilität der Weisheit letzter Schluss ist und über kurz oder lang die Verbrenner verdrängen wird: „Ich denke, wir werden für eine relativ lange Übergangszeit mehrere Antriebssysteme nebeneinander auf den Straßen haben: sehr saubere Diesel, die es ja längst gibt, saubere Benziner, E-Fahrzeuge, Hybridfahrzeuge und vielleicht auch irgendwann Autos, die mit Wasserstoff betrieben werden. Darauf müssen wir uns als Händler und Serviceanbieter einstellen. Aber ich glaube nicht, dass wir auf Autos mit Verbrennungsmotoren schnell verzichten können. E-Mobilität hat ganz klar ihre Berechtigung, aber eben auch ihre Begrenzungen.“

## E-Mobilität im Fokus

Wer günstig fahren möchte, hat allerdings noch eine andere Alternative. Mirco Meyer: „Seat ist innerhalb des VW-Konzerns Technologieführer im Bereich gasgetriebener Motoren. Diese Technologie ist zwar keineswegs neu und hat sich auch nie als Massenprodukt durchgesetzt, dennoch haben wir es hier heute mit modernen Fahrzeugen zu tun, die sich zu besonders günstigen Kosten betreiben lassen.“ Vorbei sind die Zeiten, in denen im Kofferraum kaum noch Platz war, weil dort der Zusatztank für die Gasfüllung untergebracht war. Ein Blick in den Seat Arona überrascht, denn der Gastank ist unterhalb der Ladefläche versteckt und fällt kaum auf. Meyers Fazit im Jahr 50: „Sicherlich erleben wir derzeit einige Umwälzungen, aber ich bin sicher: Das Geschäftsmodell Auto wird nicht von heute auf morgen völlig abgeschafft. Außerdem gibt es ja vielerorts auch gar keine Alternative, auf die die Menschen umsteigen könnten. In großen Städten wie Hamburg mag das funktionieren, aber in der Fläche geht ohne Auto bis auf Weiteres nichts.“ wb

» Web: [www.autohaus-meyer-elstorf.de](http://www.autohaus-meyer-elstorf.de)

# Ein Jubiläum im Zeichen des Umschwungs

Elstorf: So stellt sich das Autohaus Meyer auf die Zukunft ein



Alle reden über E-Mobilität: Lilli Drohm, Verkäuferin im Autohaus Meyer, zeigt einen Seat Arona, der auch mit Gas betrieben werden kann – eine kostengünstige Alternative.



Fotos: Wolfgang Becker/Autohaus Meyer

## TUTECH INNOVATION GMBH

### Wissenstransfer auf allen Ebenen

Tutech ist Ansprechpartner für alle Facetten EU-geförderter Forschungs- und Entwicklungsprojekte:

Von der Suche nach passenden Projektausschreibungen und der Zusammenstellung multidisziplinärer und internationaler Konsortien, über die Beratung bei der Antragstellung bis hin zur Begleitung im Projektverlauf.

[tutech.de](http://tutech.de)

## IHK HOFFT AUF EINEN „ECHTEN SCHUB“: DIGITALBONUS FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN IN NIEDERSACHSEN

„Die Digitalisierung fängt oft im Kleinen an, kann aber Großes bewirken. Der Digitalbonus wird in vielen Unternehmen den Anstoß geben, jetzt voll auf die digitale Karte zu setzen.“ Mit diesen Worten begrüßt Michael Zeinert, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg, den offiziellen Start des Digitalbonus'. Nachdem die neue Förderrichtlinie des Niedersächsischen Wirtschaftsministeriums bereits offiziell verkündet wurde, steht der Digitalbonus ab sofort auf der Internetseite der NBank zur Verfügung. Der Digitalbonus richtet sich vorwiegend an kleine und mittelständische Unternehmen. Sie sollen in ihren Digitalisierungsanstrengungen begleitet und unterstützt werden. Gefördert werden Investitionen in Informations- und Kommunikationstechnik-Hardware, -Software und -Software-Lizenzen sowie Produkte und Dienstleistungen zur Verbesserung der IT-Sicherheit. Bei kleinen Unternehmen

wird einmalig ein Zuschuss zu den zuwendungsfähigen Kosten in Höhe von 50 Prozent, bei mittelständischen Unternehmen von 30 Prozent erteilt. Die maximale Förderungsumme beträgt 10 000 Euro. Mit einem Gesamtvolumen von 15 Millionen Euro in den Jahren 2020 bis 2022 hat die Landesregierung nach Einschätzung der IHK Lüneburg-Wolfsburg Maß und Mitte zwischen einem teuren Subventionsprogramm und einem kleinteiligen Anreizsystem gefunden. Der Digitalbonus könne in den geförderten Unternehmen effektiv die Digitalisierung voranbringen. Michael Zeinert: „Wir setzen auf den Multiplikatoreffekt. Eine Investition in neue Hard- und Software zieht neue Erkenntnisse, Neugier und schlussendlich weitere Investitionen in die Digitalisierung nach sich. In vielen Unternehmen werden digitalisierte Vorgänge und Prozesse in Zukunft schneller und einfacher ablaufen. Der Digitalbonus kann einen echten Schub bewirken.“

Harburgs weiße Seite: Das Weiße Dinner mit 600 Gästen war Ende August bei tropischen Temperaturen am Außenmühlenteich nicht nur meteorologisch ein Volltreffer.



Harburgs bunte Seite: Die Nacht der Lichter findet jeweils Ende September statt und bringt im wahrsten Sinne des Wortes Farbe in den Binnenhafen.

# Harburgs weiße Seite, **bunte** Seite, musikalische Seite und klassische Seite

Citymanagement sorgt mit Kulturveranstaltungen für Standort-Qualität

**A**ngenehme Gesellschaft, leckeres Essen und fast tropische Temperaturen: Das Weiße Dinner Harburg, eine Veranstaltung des Citymanagements, hat es Ende August zum fünften Mal geschafft, dolce vita nach Norddeutschland zu holen. Vom „Leuchtturm“ bis zum „Bootshaus“ reiheten sich die weiß dekorierten Tische entlang des Ufers an der Außenmühle. Mit vielen Leckereien im Gepäck, die zum Teil sogar an das farbliche Motto angelehnt waren, trafen sich Freunde, Familie und

Bekannte in der Natur-Kulisse des Harburger Außenmühlenteichs. Stammgäste des Weißen Dinners und Neulinge kamen zu einem großen gemeinsamen Picknick zusammen – darunter Besucher aus Uelzen, Rostock, Bremen und Hamburg-Winterhude. Genau dieses Ziel steht im Hintergrund: „Wir wollen mit unseren Aktionen dafür sorgen, dass Harburg bekannter wird. Und wir wollen die schöne Seite dieses Stadtteils zeigen“, sagt Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann, die mit ihrem Team Jahr für

Jahr den Spätsommer nutzt, um ein identitätsstiftendes Kultur-Feuerwerk abzubrennen. „Die Teilnahme ist in allen Fällen kostenlos. Wir wollen den Stadtteil aufwerten und damit zur Image-Verbesserung beitragen.“ Das Weiße Dinner war Teil einer Veranstaltungsreihe, zu der auch das Freilichtbühnen-Programm „Sommer im Park“, die Opern-Übertragung Anfang September auf dem Rathausplatz (Dimitri Schostakowitschs Oper „Die Nase“, Übertragung der Premiere in der Hamburger Staatsoper), die Nacht der Lichter im Channel mit dem Lichterlauf (20. September) und das Herbstfest auf dem Rathausplatz (29. September) gehören – eine Kulturstrecke mit wechselnden Zielgruppen, aber offenbar hoher Attraktivität, wie die 600 Teilnehmer des Weißen Dinners belegen.



Harburgs klassische Seite: Auch so geht Oper – die Übertragung auf die Rathausleinwand ist ein Angebot für Klassik-Fans.



Harburgs musikalische Seite: Der „Sommer im Park“ war zwar phasenweise eine nasse Angelegenheit, aber davon ließen sich die Besucher der Freilichtbühne im Stadtpark nicht irritieren.  
Fotos: Citymanagement Harburg

## Für jeden etwas dabei

Die Erfahrung aus den vergangenen Jahren: Tatsächlich gelingt es dem Citymanagement, unterschiedliche Personengruppen zu aktivieren – so bietet das Programm für jeden Besucher etwas. Melanie-Gitte Lansmann betont: „Die Frage, warum denn eigentlich das Citymanagement solche Veranstaltungen organisiert, kommt hin und wieder durchaus mal hoch. Dazu lohnt jedoch ein Blick auf unser Aufgabenprofil.“ Fünf Kernkompetenzen sind dort aufgelistet: das originäre Citymanagement, Stadtmarketing, Veranstaltungen, Tourismus und das BID Sand-Hörlertwiete.

Unter Veranstaltungen sind nicht nur die oben genannten Events genannt, sondern beispielsweise auch Weihnachts- und Osteraktionen. Das Harburger Citymanagement hat sich mit den Jahren einen Ruf als verlässlicher Veranstalter erarbeitet und sorgt dafür, dass Harburg über die Grenzen hinaus wahrgenommen wird, wie das Beispiel Weißes Dinner zeigt. Und noch etwas ist gelungen: Strittige Themen, die es früher zwischen dem Bezirksamt und privaten Veranstaltern gab, gehören der Vergangenheit an. Dr. Anke Jobmann, Sozialdezernentin im

Bezirksamt Harburg: „Aus Sicht des Bezirksamtes kann ich nur sagen: Wir sind sehr froh, dass das Citymanagement die Veranstaltungen organisiert, denn da arbeiten flexible Profis mit großem Erfahrungsschatz. Ich finde es ganz prima, dass es in Harburg ein Citymanagement gibt – sowohl als Verein als auch in Person von Frau Lansmann, die das Potenzial vor Ort erkannt hat. Das ist ein Glücksfall für Harburg.“ **wb**

» Web: [www.citymanagement-harburg.de](http://www.citymanagement-harburg.de)

## 3D-SCAN

DIGITALISIERTE WIRKLICHKEIT

## NC- PROGRAMMIERUNG

GESTEUERTE REALISIERUNG

## 3D-DRUCK

IDEEN ZUM ANFASSEN

www.nc-protec.de

**ProTec GmbH | NC-Programmierservice**  
 Lüneburger Schanze 18  
 21614 Buxtehude (Deutschland)  
**Geschäftsführer: Mirco Schulz**  
 Telefon: 04161 / 5026-0  
 Telefax: 04161 / 81942  
 E-Mail: [mirco.schulz@nc-protec.de](mailto:mirco.schulz@nc-protec.de)  
 Web: [www.nc-protec.de](http://www.nc-protec.de)

WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE AUF UNSERER WEBSITE UNTER  
**WWW.NC-PROTEC.DE**



Sie wechseln den Posten: Franziska Wedemann übernimmt den Vorsitz von Arnold G. Mergell, er wird Stellvertreter.

## WIRTSCHAFTSVEREIN FÜR DEN HAMBURGER SÜDEN

### Franziska Wedemann über- nimmt Vorsitz

**F**ranziska Wedemann, geschäftsführende Gesellschafterin des Harburger Familienunternehmens Backhaus Wedemann, ist neue Vorsitzende des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden und damit Nachfolgerin von Hobum-Geschäftsführer Arnold G. Mergell. Der hat mit sofortiger Wirkung sein Amt als Vorstandsvorsitzender des Wirtschaftsvereins für den Hamburger Süden niedergelegt. „Für unsere Firma hat sich die einmalige Chance ergeben, die Internationalisierung unseres Geschäfts erheblich auszuweiten“, sagt Mergell. Deshalb werde er in den kommenden Jahren sehr viel im Ausland unterwegs sein. Die neue Herausforderung werde es schwer für ihn machen, die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden des Wirtschaftsvereins in angemessener Weise auszufüllen. Er werde dem Verein und auch der Harburg-Vision als stellvertretender Vorsitzender eng verbunden bleiben.

Franziska Wedemann erklärte sich bereit, Mergells Aufgaben im Wirtschaftsverein und den Vorsitz zu übernehmen. Die Unternehmerin ist seit mehr als 25 Jahren Mitglied im Wirtschaftsverein. Seit 2008 ist sie im Vorstand aktiv, seit 2012 stellvertretende Vorsitzende. Ebenfalls vertritt Franziska Wedemann seit 2008 im Ausschuss der Handelskammer den Hamburger Süden. Sie ist zudem Mitglied im Vorstand von Foodactive, dem Ernährungscluster der Freien und Hansestadt Hamburg.

Jochen Winand, Beiratsvorsitzender und langjähriger Vorstandsvorsitzender: „Ich freue mich über die Zusage von Franziska Wedemann, die ehrenamtliche Verantwortung als neue Vorstandsvorsitzende des Wirtschaftsvereins zu übernehmen. Sie ist seit mehr als einem Jahrzehnt ein engagiertes, innovatives und erfahrenes Mitglied des Vorstands des Wirtschaftsvereins.“

Seit 1947 führt der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden die wichtigen Akteure aus Politik und Wirtschaft zusammen. Branchenübergreifend und Landesgrenzen überspannend vertritt er mehr als 270 Unternehmen mit rund 40 000 Beschäftigten. Der Verein war und ist Impulsgeber für die Harburg-Vision 2020/2050, in der Strategien für die Zukunft des Stadtbezirks Harburgs und sein näheres Umland entwickelt werden.



Kaffeegenuss pur: Nur 15 Prozent der deutschen Kaffeetrinker verstehen sich darauf, manuell Kaffeespezialitäten herzustellen. Die überwiegende Mehrheit setzt auf Brüh- und Filterkaffee. Fotos: Gastroback



Die neue Gastroback-Espressomaschine vereint Technik und manuelles Handeln – da können die Baristi punkten und eigene Kreationen in den Milchschaum zaubern, denn das Auge trinkt mit...

## So machst DU einen guten Kaffee!

Manuell trifft Technik: Gastroback bringt die „Design Espresso Advanced Barista“ auf den Markt

**D**ie Anleihen aus der Autoindustrie sind unübersehbar: „Wir sprechen von der Plattform und vom Hut“, sagt Andreas Kirschenmann, Inhaber der Gastroback GmbH in Hollenstedt. Und zeigt dabei auf das neue Familienmitglied – eine manuelle, aber programmierbare Siebträger-Espressomaschine mit integriertem Kegelmahlwerk. Sie kommt pünktlich zum Weihnachtsgeschäft auf den Markt. Noch geheim, aber schon mit „neuem Hut“ ist das Facelift des Modells für 2020 in der fast abgeschlossenen Entwicklungsphase. „Wir planen jetzt schon für das nächste Jahr“, sagt Kirschenmann und fügt hinzu: „Der Markt für Elektrogeräte ist hart umkämpft. Da müssen wir unserer Zeit immer einen Schritt voraus sein.“ Espresso – allein bei dem Wort geht ein kleiner Film im Kopf ab: Italien. Barista. Cappuccino, Latte Macchiato. Sonne satt. Mittelmeer-Feeling. So viel zum emotionalen Teil der Geschichte. Ein Blick ins Datenblatt der „Design Espresso Advanced Barista“ macht schnell deutlich, dass hinter der Hülle, also auf der Plattform, allerlei Technik zu finden ist, die dafür sorgt, „dass der Kaffee dieselbe Qualität erreicht, die ich auch im Coffeeshop bekomme“, so Andreas Kirschenmann. Er hat die Maschine selbst mitentwickelt und weiß genau, worauf es ankommt. Bei aller Technik: Am Ende soll der erste Schluck überzeugen. Darum geht es.

Die neue Espressomaschine, eines von zwölf Modellen, die Gastroback in allen Preisklassen anbietet, erfüllt den Anspruch des Hollenstedter Unternehmers: „Wir bringen Profiqualität in die Küche.“ Längst sind die etwa 150 verschiedenen Elektrogeräte der Marke im einschlägigen Handel breit vertreten. Kirschenmann: „Die Maschine verfügt über ein Kegelmahlwerk, das heißt: Wir mahlen im ersten Gang die Kaffeebohnen frisch, um das volle Aroma auszuschöpfen. Im zweiten Gang sorgen wir für den richtigen Andruck des feinen Kaffeepulvers im Siebträger, dann erfolgt drittens der Brühvorgang mit 15 bar Druck und schließlich das Milchaufschäumen.“ Kurz: Diese Maschine verlangt eine ganze Reihe von Handlungen – ein völlig anderes Konzept als der Druck auf die Latte-Macchiato-Taste beim Vollautomaten.

ellen Espressomaschine heißt es: Du machst aber einen guten Kaffee. Das ist der entscheidende Unterschied. Einen guten Kaffee zu machen, ist nicht ganz ohne. Es kommt auf die Qualität der Bohne an, auf den Druck, mit dem das heiße Wasser durch das Kaffeesieb fließt, und auf den Andruck des Kaffeepulvers – zehn bis 15 Kilo etwa.“ Hat der Barista alles richtig gemacht, läuft der Espresso binnen 25 bis 30 Sekunden in die Tasse, und die Crema weist verschiedene Brauntöne auf. Kirschenmann: „Dann habe ich die perfekte Extraktion des Kaffees erreicht.“

### Arabica & Robusta Blend

Ein Wort zur Kaffeequalität: „Je besser die Qualität, desto besser der Kaffee. Bewährt hat sich für uns ein Arabica & Robusta Blend, eine Mischung von verschiedenen Kaffees aus Südamerika, Afrika und auch Asien. Sortenrein geröstet und dann perfekt kombiniert. Da kostet ein Kilo etwa 20 bis 30 Euro. Aber das schmeckt man dann auch.“ Gastroback bietet nicht nur die Maschine, sondern auch gleich den Kaffee an und lässt sich dazu von regionalen Röstern beliefern. „Der Gastroback-Kaffee trägt unsere individuelle Handschrift und steht für unsere Liebe zum Kaffeegenuss.“ Wer es einfacher mag: Die Design Espresso Advanced Barista lässt sich auch mit Pads betreiben.

Zurück zur Technik: Die Espressomaschine ist mit knapp 30 mal 30 mal 40 Zentimetern kompakt und damit auch für kleinere Küchen bestens geeignet. Das Gehäuse ist aus Edelstahl. Ein Thermo-Block-Heizsystem sorgt für eine schnelle Aufheizzeit von nur etwa 90 Sekunden. Mahlgrad, Wassermenge pro Tasse, Kaffeepulvermenge – alles ist einstellbar. Der Wassertank fasst zwei Liter. Eine beheizte Warmhalteplatte dient als Stellfläche für bis zu sechs Espressotassen. Andreas Kirschenmann ist seit 25 Jahren im Geschäft. Viele Produkte hat er sich selbst ausgedacht und in Zusammenarbeit mit Technikern und Designern entwickelt. „Allein in diesem Jahr bringen wir 20 Neuheiten heraus“, sagt er. Darunter auch die Design Espresso Advanced Barista, die im mittleren Preissegment angesiedelt ist. wb

Der macht aber guten Kaffee. Bei dieser manu-

» Web: [www.gastroback.de](http://www.gastroback.de)



## ZUSAMMENGROSS

Der AGA setzt sich mit vereinten Kräften für Unternehmen ein, die über sich hinauswachsen wollen. Unter anderem gemeinsam mit dem TeamMittelstand, einem Expertennetzwerk für KMU, von dessen Angeboten alle Mitglieder profitieren.

**TeamMittelstand**  
www.teammittelstand.de

**AGA**  
Unternehmensverband  
www.aga.de



Carsten Schmidt im Beratungsgespräch: Zu den Privatkunden gesellen sich immer häufiger auch institutionelle Anleger wie Stiftungen, Unternehmen und Kommunen. Foto: Wolfgang Becker

## „Streuen! Streuen!

# Streuen!“

Volksbank Lüneburger Heide eG: Carsten Schmidt über Anlagestrategien in der Nullzinsphase

Es klingt ein wenig wie der berühmte Slogan in der Immobilienbranche: „Was zählt? Lage! Lage! Lage!“ Bei Carsten Schmidt, Abteilungsleiter Vermögensberatung bei der Volksbank Lüneburger Heide eG, geht es allerdings um eine andere „Lage“: die Geldanlage. Sein Tipp für Vermögende, die nach Anlagemöglichkeiten mit Renditeaussichten suchen, lautet so: „Streuen! Streuen! Streuen!“ Und riskieren, dass eine von mehreren Anlagen auch mal nicht den erhofften Erfolg hat, die Gesamtrechnung aber positiv ausgehen dürfte. Carsten Schmidt: „Der Anlageberater wird heute zusehends zum Risikomanager.“

Eines stellt der 46-Jährige gleich klar: „Wenn ich heute noch nennenswerte Kapitalerträge erzielen möchte, bleiben als Anlagemöglichkeit nur Aktien.“ Zwar treibe die Zinspolitik der EZB das Geld weiterhin in den Bereich Immobilien, aber, so Schmidt: „Selbst dort wird es immer schwieriger, deutliche Renditen zu erzielen.“ Eine Wende sei zudem nicht in Sichtweite: „Spätestens seit einem halben Jahr dürfte jedem Anleger klar sein, dass die Zinswende weiterhin auf sich warten lassen wird.“ Die Null- oder besser gesagt Minus-Zinsphase sorgt dafür, dass alte Modelle an ihre Grenzen kommen. Schmidt: „Das gilt insbesondere für Lebensversicherer und Stiftungen, die zunehmend vor großen Herausforderungen stehen. Immer häufiger fragen auch Unternehmen an, wie sich überschüssiges Geld am besten parken lässt und möglichst noch Rendite abwirft. Dabei gibt es einen wichtigen Unterschied: Ein vermögender Privatkunde kann allein über sein Geld entscheiden und möglicherweise auch ins Risiko gehen. Eine Stiftung oder auch ein Unternehmen entscheidet zumeist über Fremdgeld. Gerade bei institutionellen Anlegern ist es für uns wichtig zu wissen, wie genau es um die Risikobereitschaft bestellt ist.“

Der 1999 verstorbene Aktien-Guru André Kostolany hatte zum Thema Aktienkauf stets geraten: Kaufen, weglegen und nach 20 Jahren mal nachsehen. Das funktioniert heute kaum noch, denn: „Lange Zeiträume sind einfach nicht mehr zu überblicken“, sagt Carsten Schmidt. Die Zeit sei schnelllebiger geworden, allerdings sagt er auch: „Die Zeiten sind genauso bedrohlich wie immer.“ Will heißen: Einträgliche Geldanlage ohne Risiko gibt es im Grunde nicht. Schmidt: „Inflation, Deflation, geopolitische Risiken, wie wir sie zurzeit in

Form von Brexit, Handelskrieg und Euro-Krise erleben oder erlebt haben – irgendwas ist immer. Deshalb bleibt einem Anleger nur ein Weg: Er sollte sein Vermögen auf verschiedene Anlageformen verteilen, denn die Risiken kommen immer – wir wissen bloß nie, wo das sein wird. Streuen! Streuen! Streuen! Genau so funktioniert auch der Vermögensaufbau.“

### Mischfonds für Kommunen

Die derzeitige Geldpolitik bringt auch die Kommunen in Schwierigkeiten. Grund: Zum einen sind sie gezwungen, Rücklagen zu bilden, zum anderen besteht die Gefahr, dass für Rücklagen Strafzinsen fällig werden – von dem Abschmelzen durch die vorhandene leichte Inflation einmal ganz zu schweigen. Eines bringen Rücklagen jedoch nicht: Zinsen.

Auch mit kommunalen Vertretern ist Carsten Schmidt im Gespräch: „Vielen Kommunen geht es ja finanziell nicht gerade gut, aber Rücklagen müssen vorhanden sein. Dazu bieten wir auch Lösungen unseres Partners Union Investment an – wie zum Beispiel die Mischfonds maßgeschneidert für Kommunen. Auch hier stellt sich aber die Frage, wie risikobereit die politischen Entscheider sind.“ Sie stehen vor der Frage, gegebenenfalls Strafzinsen zu akzeptieren oder die langfristigen Chancen der Kapitalmärkte zu nutzen. Schmidt: „Die Hauptfrage heißt heute: Wie vermeide ich Strafzinsen. Dazu kann ich aber auch sagen, dass die Volksbank Lüneburger Heide eG bei langjährigen Kunden Strafzinsen nicht pauschal in Rechnung stellt, wir werden vorab mit unseren Kunden reden und zusammen nach Lösungsmöglichkeiten suchen.“

Carsten Schmidt stammt aus Sachsen-Anhalt, ist seit 1992 im Bereich der Genossenschaftsbanken unterwegs und lebt seit 2005 mit seiner Familie in Lüneburg. Er leitet bei der Volksbank Lüneburger Heide eG die Abteilung Vermögensbetreuung und hat dazu ein Team von 15 Mitarbeitern. Der Schwerpunkt der Vermögensbetreuung liegt im Bereich Privatkunden. Das Team bietet dazu die klassischen Anlageformen an, kümmert sich aber auch um Themen wie Vorsorge, Absicherung und Nachfolgeberatung (Unternehmenskunden). wb

» Web: [www.vblh.de](http://www.vblh.de)

## KOLUMNE



## MAHNS MEINUNG

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

### Darauf einen Toffee Nut Latte!

Über zu viele Anglizismen in der deutschen Sprache hat man sich schon immer beschwert. Aber „Freitag für die Zukunft“ hört sich eben einfach doof an. Auch in der Lebensmittelbranche greift das schon länger um sich: Ich trinke ein „Craft Beer“ zu meinem „Pulled Pork Burger“, und danach gibt es einen „Toffee Nut Latte“ oder besser noch einen „Java Chip Chocolate Cream Frappuccino“. Molle und schwarzer Filterkaffee? Fehlanzeige. Inzwischen werden auch alte Angebote durch einen sprachlichen Kniff neu und schön verpackt – und gaukeln dem Verbraucher so einen Mehrwert vor. Wellness Cereals, Powerbars, Snack Bites oder Vitamin Supershots zum Beispiel. Müsli, Nüsse und Fruchtsaft tun's auch. Aber das wäre zu einfach und so gar nicht hip.

Neulich stolperte ich über ein Seminarangebot namens „Forest Detox“. Was muss man sich darunter vorstellen? Bärlauch kauen und Bäume streicheln für gestresste Städter? Beim virtuellen Nachschlagen stieß ich auf einen mir noch unbekanntem deutschen Begriff, der nicht minder absurd anmutet: Waldbaden. Aha. Ich vermute, das nannte man früher einfach Spaziergang. Aber das klingt halt nicht. Zum Waldbaden bitte

schön tief einatmen und die Feinstaub-gestressten Lungen mit guter Luft füllen. Oder ist etwa gar der Vorgang gemeint, wenn man sich ins erfrischende Nass eines Waldsees stürzt – das Wald-Baden?

Überhaupt: Das Nass, das hat es in sich. Kürzlich kam unser Bundesumweltministerium mit einer sensationellen Erkenntnis um die Ecke: Leitungswasser ist der wahrscheinlich umweltfreundlichste Durstlöcher. Diverse Gazetten titelten dazu, Leitungswasser sei das Mittel der Wahl gegen Durst. Nein, echt? Darauf wären wir ja nun wirklich nicht gekommen. Demnächst werden wir von ministerieller Seite wahrscheinlich noch aufgeklärt, dass Luft gut gegen Erstickung ist. Und dazu mit Kopfhörern versorgt, die uns im stetigen Rhythmus ins Ohr flüstern „Einatmen, ausatmen, einatmen, ausatmen...“. Reine Fürsorge von Vater Staat, versteht sich. Und nebenbei auch noch gut fürs Klima. Denn eigenes Nachdenken verbraucht mehr Energie und das erhöht den persönlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß, den „carbon footprint“. Und der muss ja unbedingt reduziert werden.

» Fragen an den Autor? [mahn@tutech.de](mailto:mahn@tutech.de)



## Neuer Antrieb für Ihr Business schon ab 107 € mtl.<sup>1</sup>

### SEAT Arona TGI

#### Erdgas bringt Sie einfach voran.

Die Technologie TGI von SEAT rechnet sich gleich doppelt: Neben der attraktiven Business Leasing Rate sparen Sie mit Erdgas-Antrieb im Vergleich zu Benzin oder Diesel auch noch Kraftstoffkosten und senken den Feinstaub- und CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Alles easy.

#### SEAT FOR BUSINESS.



### SEAT CARE

Ab 9,99 € mtl.<sup>2</sup> sorgenfrei unterwegs mit Wartung & Verschleiß. Zuverlässige Mobilität zu gleichbleibend günstigen Raten.

Kraftstoffverbrauch SEAT Arona 1.0 TGI (Erdgas), 66 kW [90 PS]: innerorts 4,6–4,4, außerorts 3,2–3,1, kombiniert 3,7–3,5 kg/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen: kombiniert 101–98 g/km. CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: A. <sup>1</sup>107,00 € (zzgl. MwSt.) mtl. Leasingrate für den SEAT Arona Style 1.0 TGI (Erdgas), 66 kW [90 PS], auf Grundlage der UVP von 17.075,63 € bei 24 Monaten Laufzeit und jährlicher Laufleistung von bis zu 10.000 km. 0 € Sonderzahlung, Überführungskosten werden separat berechnet. Ein Angebot der SEAT Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gilhofer Straße 57, 38112 Braunschweig. Dieses Angebot ist nur für gewerbliche Kunden ohne Großkundenvertrag und nur bis zum 30.09.2019 gültig, in Verbindung mit einem neuen Leasingvertrag bei der SEAT Leasing. Die individuelle Höhe der Leasingrate kann abhängig von der Netto-UPF, Laufzeit und Laufleistung sowie vom Nachlass variieren. Bonität vorausgesetzt. <sup>2</sup>In Verbindung mit einem neuen Leasingvertrag mit der SEAT Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gilhofer Straße 57, 38112 Braunschweig, 9,99 € (zzgl. MwSt.) mtl. Servicerate für die Dienstleistung Wartung & Verschleiß bei einer Gesamtaufleistung von bis zu 30.000 km für den SEAT Arona. Bei einer Gesamtaufleistung von bis zu 60.000 km beträgt die monatliche Rate 24,00 € (zzgl. MwSt.). Abweichende Staffelpreise bei höheren Gesamtaufleistungen. Dieses Angebot ist nur bis zum 31.12.2019 gültig und nur für gewerbliche Kunden mit und ohne Großkundenvertrag. Ausgenommen sind Taxi-/Mietwagenunternehmen und Fahrschulen. Nähere Informationen bei uns. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

### Autohaus M. Meyer GmbH

Am Moor 1, 21629 Neu Wulmstorf/Elstorf,  
[www.autohaus-meyer-elstorf.de](http://www.autohaus-meyer-elstorf.de)

## URLAUBSRECHT

Das ändert sich für  
Arbeitnehmer und  
Arbeitgeber

**B**islang waren Urlaubsansprüche von Arbeitnehmern an das laufende Kalenderjahr gebunden. Nicht genommener Urlaub verfiel. Eine Ausnahme bildeten betriebliche oder persönliche Gründe, dann wurde eine verlängerte Frist bis zum 31. März des Folgejahres gewährt. Diese Regelungen gehören nun der Vergangenheit an. Wie schon der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat nun auch das Bundesarbeitsgericht (BAG) entschieden, dass Urlaub nur dann am Jahresende verfällt, „wenn der Arbeitgeber den Arbeitnehmer zuvor unter Hinweis auf noch bestehende Urlaubsansprüche erfolglos aufgefordert hat, diesen Urlaub zu nehmen“, so Reinhard Gusek, Rechtsanwalt des Arbeitgeberverbandes Lüneburg-Nordostniedersachsen. „Versäumt er dies, bleibt der Urlaubsanspruch des Mitarbeiters auch im nachfolgenden Kalenderjahr bestehen.“

## Schriftliche Erinnerung ist Pflicht

Gusek rät Unternehmern, diese Neuerung bereits in Arbeitsverträgen hervorzuheben. Vage äußert sich das BAG derzeit noch über den Zeitraum, in welchem eine solche Information erfolgen soll. Bisher heißt es lediglich, dass der Arbeitnehmer zu Beginn des Jahres auf seine bestehenden Urlaubsansprüche und einen ggf. drohenden Anspruchsverlust hingewiesen werden müsse. „Um den Vorgaben des EuGH gerecht zu werden, ist es sicher sinnvoll, den Arbeitnehmer in der zweiten Jahreshälfte erneut zu erinnern“, empfiehlt der Arbeitsrechtler. Zu beachten sei, dass jede Benachrichtigung grundsätzlich in Textform erfolgen müsse. Inhalt und Wortwahl wurden seitens des BAG bisher nur grob skizziert. Fest steht: Die Belehrung des Mitarbeiters muss nachvollziehbar und in verständlicher Sprache formuliert werden.

Die Entscheidung wirkt sich im Übrigen nicht nur auf die Urlaubspraxis der Zukunft aus, sondern auch auf Ansprüche aus der Vergangenheit. Personalabteilungen sind daher aufgerufen, Ansprüche umgehend zu identifizieren und die betreffenden Mitarbeiter schriftlich zu belehren. Kommt der Unternehmer seiner Pflicht nicht oder nur unzureichend nach, kann der Beschäftigte seinen Resturlaub auch noch in den Folgejahren geltend machen. Welche Verjährungs- und Ausschlussfristen konkret greifen, darüber erfolgte seitens des BAG bislang noch keine konkrete Aussage.



Arbeitet notgedrungen nachts: André Marín, Gründer von Game Matter.



Die Beta-Version zum Testen ist bereits auf dem Markt, aber die Entwicklung des Spiels dauert an.

Darum brennt nachts noch  
ein Licht im hit-Technopark...

Wenn andere schlafen, arbeitet Gründer André Marín an seiner Leidenschaft:  
„Duel Revolution“ – das eigene Online-Spiel

**A**n seinen neuen Arbeitsplatz im hit-Technopark in Heimfeld muss sich André Marín erst noch gewöhnen. „Ein eigenes Büro ist schon eine Umstellung“, sagt er. Es ist das erste Mal, dass der Gründer und Geschäftsführer des Spielentwicklers Game Matter außerhalb der eigenen Wohnung für seine noch sehr junge Firma arbeitet. „Wir machen eigentlich alle Homeoffice, aber ich finde zu Hause keine Ruhe mehr. Daher wollte ich raus“, sagt Marín. Ruhe hat er im Büro genug, denn er beginnt seinen Bürotag für gewöhnlich erst dann, wenn ihn alle anderen beenden. „Ich komme meistens erst am späten Nachmittag oder abends ins Büro“, sagt er: „manchmal arbeite ich sogar nachts – wie es passt.“ Das liegt daran, dass der 30-Jährige einem zweiten Job in einem Kiosk in Neuwiedenthal nach-

geht, um sich die Selbstständigkeit zu finanzieren. Erst nach Feierabend geht's ins neue Büro. Auf sein Team müsse er dabei keine Rücksicht nehmen. Das ist ohnehin in der ganzen Welt und in den verschiedensten Zeitzonen verteilt. Und: „Jeder hat seine Aufgaben“, sagt Marín.

## Sieben Mitarbeiter weltweit

Game Matter, das ist ein Team aus insgesamt sieben festen Mitarbeitern – verteilt über den (fast) gesamten Globus. „Wir haben Kollegen in Kanada, den USA, Italien und den Niederlanden“, sagt Marín, der in Madrid geboren ist, aber schon seit fast 20 Jahren in Hamburg lebt. Seit fünf Jahren arbeitet er nun schon an seinem Projekt „Duel Revolution“, einem so genannten Online-Game,

bei dem Spieler durch verschiedene Welten gehen, Monster einfangen und diese gegen Monster anderer Spieler kämpfen lassen. „Ähnlich wie bei dem Spiel Pokémon“, erklärt Marín. Eine Beta-Version zum Testen haben die Entwickler bereits seit zwei Jahren auf dem Markt. Wann das Spiel fertig ist, vermag Marín aktuell aber noch nicht einzuschätzen.

Bisher sei Game Matter auch noch nicht rentabel, sagt der junge Gründer. Daher auch der Nebenjob. Der Schritt ins neue Büro soll ihm diesen Ziel aber ein Stück näher bringen. Gut möglich übrigens, dass Marín nicht lange alleine bleibt. Gründerkollege Dimitri Lautenschläger habe gesagt, dass ihm das neue Büro des Kollegen gefiele und angekündigt, vielleicht bald auch einzuziehen. Dann sind die Nächte auch nicht mehr so einsam. as

## Schlaglichter auf die digitale Transformation

Vormerken: TUHH, channel hamburg und der Wirtschaftsverein laden zum interaktiven Impuls Forum in den „HIP One“

**A**ls 2007 der Film Transformers I in die Kinos kam, war das noch Science Fiction in Reinkultur. Kämpfende und sich verändernde Maschinen, die ein Eigenleben und sogar so etwas wie eine menschliche Moral entwickeln – das ging ans Herz und sorgte auch noch für reichlich Action. Doch nun wird die ganze Welt transformiert: Die Künstliche Intelligenz (KI) ist eines der Forschungs- und Entwicklungsfelder, in das Länder wie beispielsweise China massiv Geld pumpen. Die Wissenschaft ist dabei, die Möglichkeiten auszuloten und kann auch schon reihenweise Ergebnisse vorweisen – reichlich Informations- und Diskussionsstoff für das nächste Impuls Forum in Hamburg.

Roboter erledigen bereits seit Jahren Fließbandarbeit und sind mittlerweile auch in der Lage, komplexe Flugzeugteile zu fertigen oder zu montieren. Schon sollen Menschen mit Exoskeletten ausgestattet werden, um beispielsweise schwere Lasten mit mechanischer Unterstützung so bewegen zu können, dass sich nicht nach ein paar Berufsjahren die Bandscheiben verabschieden. Möglich wird dies alles durch die Digitalisierung – und wie es scheint, steht die Entwicklung noch ziemlich am Anfang. Grund genug also, sich auf den aktuellen Stand bringen zu lassen: Die Technische Universität Hamburg (TUHH), channel hamburg e.V. und der Wirtschaftsverein für den Hamburger Süden laden zum zweiten Impuls Forum in den „HIP One“ ein. Am 6. November geht es in dem Neubau an der Blohmstraße im Harburger Binnenhafen von 17.30 bis 20 Uhr um KI, Robotik und Assistenzsysteme.

Organisiert wird das Impulsforum von channel hamburg. Geschäftsführerin Melanie-Gitte Lansmann: „Wir haben versierte Sprecher eingeladen, die jeweils einen kurzen, wissenschaftlichen Impulsvortrag halten und zudem gegeben worden sind, wenn möglich, eine Art



Vor zwei Jahren auf der Hannover-Messe vorgeführt: Eine junge Frau präsentiert ein Exoskelett. Über den aktuellen Stand der Entwicklung informieren die Professoren Robert Weidner und Jens Wulfsberg von der Helmut-Schmidt-Universität in ihrem Impulsvortrag.

Foto: Wolfgang Becker

Exponat mitzubringen. Etwas Anfassbares. Anschließend soll es eine Diskussion geben.“ Und das sind die Experten:

■ Dr. Lothar Hotz vom Hamburger Informatik Technologie-Center e.V. (HITec) sowie von der Uni Hamburg, Fachbereich Informatik,

■ Dr. Thomas Domaschke, CEO und Mitbegründer der 3D.aero GmbH (Thema 3D-Druck im Flugzeugbau),

■ Prof. Dr. Alexander Schläfer vom TUHH-Institut für Medizin-Technik (Thema Robotik in der Medizin) sowie

■ Prof. Dr. Robert Weidner und Prof. Dr. Jens Wulfsberg, beide von der Helmut-Schmidt-Universität, Fakultät für Maschinenbau Laboratorium Fertigungstechnik (Thema Exoskelett).

Melanie-Gitte Lansmann: „Wir werden uns in der neuen Kreativ-Ebene des HIP One treffen. Die Veranstaltung hat durchaus interaktiven Charakter und richtet sich an interessierte Unternehmer und Akteure aus dem beschriebenen Themenfeld.“ wb

» Anmeldung unter: <http://channel-bm-evento.de/index.php>






## Wirtschaftstreff WIR IM SÜDEN

### ZEIGEN SIE, WAS SIE KÖNNEN!

Um die aufstrebende Region im Süden Hamburgs als Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der eigenen Firma optimal nutzen zu können, ist ein Netzwerk mit guten Kontakten untereinander notwendig.

Für rund 160 Unternehmen haben wir daher einen Rahmen geschaffen, um sich in lockerer Atmosphäre und mit minimalem Aufwand präsentieren zu können.

**Das Hotel Lindtner in Harburg ist am Montag, 04. November, der Treffpunkt für die mittelständische Wirtschaft in der Süderelbe Region. Melden Sie sich jetzt an und nutzen Sie Ihre Chance!**

**Mehr Informationen im Internet unter: [www.wirtschaftstreff-hamburg.de](http://www.wirtschaftstreff-hamburg.de) – oder unter Telefon: 04142 / 893 97 90**



JETZT ANMELDEN UNTER:

Sonderkonditionen für Start-ups

## www.wirtschaftstreff-hamburg.de

Sie beobachteten die Translozierung des Winsener Quelle-Fertighaus nach Ehestorf (von links): Ronald Gröll (Sohn der ehemaligen Besitzer), Carina Meyer (Kaufmännische Geschäftsführerin des Freilichtmuseums), Theda Boerma-Pahl (Museumsarchitektin und Projektleiterin „Königsberger Straße“), und Alexander Eggert (Volkskundler und Projektleiter „Königsberger Straße“).



Dieses Foto aus dem Jahr 2010 zeigt das Quelle-Fertighaus am Originalstandort in Winsen.



Der spannende Moment: Der etwa 40 Tonnen schwere Hauskorpus wird auf den Tieflader gestellt.  
Fotos: FLMK

AUF DEM KIEKEBERG ANGEKOMMEN

# Das Quelle-Fertighaus ist da

Das Winsener Relikt aus den 60er-Jahren steht jetzt im Freilichtmuseum – und zwar in der „Königsberger Straße“

In einer groß angelegten Aktion hat das Freilichtmuseum am Kiekeberg ein Quelle-Fertighaus aus Winsen auf sein Gelände geholt. Von einem Spezialunternehmen eingepackt und auf Tieflader gehoben, wurde es nachts transportiert und am nächsten Morgen im Museum aufgebaut. Jetzt ergänzt es die Baugruppe „Königsberger Straße“ am Kiekeberg. Mit dem Projekt „Königsberger Straße. Heimat in der jungen Bundesrepublik“ zeigt das Museum demnächst, wie sich das Alltagsleben in der Nachkriegszeit veränderte. Das Fertighaus vom Versandunternehmen Quelle stammt aus dem Jahr 1966. Am Kiekeberg wird es im Sommer 2021 eröffnet und zeigt dann das Leben einer Familie um 1979. Das Fertighaus aus dem Katalog wurde Ende August zum Kiekeberg transportiert – oder besser gesagt transloziert, also „im Stück“ versetzt. Zuvor war es über Wochen sorgfältig „eingepackt“ worden: Von innen und außen gesichert konnten die großen Glasfenster und dünnen Wände unbeschadet den langen Weg überstehen. Dach, Hauskorpus und zwei Treppen wurden auf drei Tieflader verfrachtet und auf den fast 25 Kilometer weiten Weg durch die Nacht geschickt. Als der Hauskorpus von seinem Sockel angehoben wurde, hielten alle auf der

Baustelle den Atem an. Museumsarchitektin Theda Boerma-Pahl, die zusammen mit Alexander Eggert das Projekt „Königsberger Straße“ leitet, sagt: „Solch eine Translozierung ist für uns alle etwas Besonderes. Wir arbeiten ganz bewusst mit erfahrenen Fachleuten zusammen. Aber trotzdem bleibt ein spannender Moment: Bleibt alles heil, verwringen die Wände nicht, hält alles? Im Nachhinein sind wir jetzt erleichtert: Es ist alles perfekt gelaufen.“

## Kostengünstig und schnell gebaut

Zufrieden ist auch Ronald Gröll, der seine Kindheit und Jugend im Quelle-Haus verbrachte. Seine Eltern Walter und Gisela Gröll

hatten mit dem Freilichtmuseum vereinbart, dass das Haus ins Museum kommt. Nach deren Tod unterstützen die drei Söhne das Vorhaben – und freuen sich jetzt, dass ihr Elternhaus auf Dauer erhalten bleibt. Ronald Gröll war neun Jahre alt, als die Familie einzog. Heute, mit 61 Jahren, ist er bewegt: „Es ist wunderbar zu wissen, dass unser Heim erhalten bleibt.“

Was heute unspektakulär anmutet, war früher unbekannt – ein Fertighaus aus dem Katalog. Es gab viele Skeptiker gegenüber Fertighäusern: Der Leichtbauweise wurde eine mangelnde Qualität unterstellt, sie erinnerte zudem an die Notunterkünfte nach dem Krieg. Und doch gab es einige Vorteile, mit denen Quelle-Fertighäuser überzeugten: Allen voran waren sie kostengünstig,

schnell zu errichten und waren insbesondere in der Raumaufteilung auf die aktuellen Bedürfnisse von Familien zugeschnitten. Oftmals waren die Bauherren zudem fortschrittsorientiert und interessiert an moderner Architektur.

## Kulturgeschichte zum Anfassen

Das Quelle-Fertighaus steht beispielhaft für den Versuch, das moderne Bauen weiten Teilen der Bevölkerung nahezubringen – und für die Möglichkeit, einzelne Nachkriegsgebäude im Originalzustand zu sichern, mit vielen Menschen aus der Erlebnisgeneration zu sprechen und Dokumente der Zeit, von Bauunterlagen, der provisorischen Erstein-

richtung bis zum Fotoalbum, in die Sammlung des Museums zu übernehmen. Dies ist das Gedächtnis für die folgenden Generationen.

Die „Königsberger Straße“ besitzt bundesweite Bedeutung: Erstmals wird die Kulturgeschichte der Nachkriegszeit bis 1979 in der ländlichen Region erforscht und durch den Aufbau von Häusern und eine umfassende Ausstellung gezeigt. Diese bundesweite Ausstrahlung verdeutlicht auch die Förderung durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien in Höhe von 3,84 Millionen Euro. Das Museum wählte typische Gebäude mit aussagekräftigen Geschichten aus, die in gleicher Weise für die gesamtdeutsche Entwicklung stehen:

- eine Tankstelle aus Stade (Mitte September eröffnet),
- eine Ladenzeile mit sechs Geschäften,
- ein Siedlungsdoppelhaus und ein Flüchtlingswohnhaus,
- einen Aussiedlerhof, ein landwirtschaftlicher Betrieb mit hohem Automatisierungsgrad außerhalb des Dorfes,
- ein Fertighaus als neuer Bautyp: das Quelle-Haus.

Das Gesamtprojekt ist auf 6,14 Millionen Euro angelegt.

## „Menschen folgen Menschen“

Buchholzer Wirtschaftsrunde: Influencer André Kuhnert über die Macht der Werbung in sozialen Medien

YouTube, Instagram und Co.: Viele Menschen kennen und nutzen diese sozialen Medien, aber wie funktioniert Influencer-Marketing und was bringt das für mein Unternehmen? Welchen Mehrwert bieten Bewegtbilder und Audio in der heutigen Zeit, über welchen Medienkanal erreiche ich bestmöglich die richtige Zielgruppe für meinen Betrieb? Antworten auf diese Fragen erhielten kürzlich Mitglieder der Buchholzer Wirtschaftsrunde aus berufenem Munde des Gastdozenten André Kuhnert. Der 32-jährige Journalist, Radio-Moderator und Influencer kam direkt aus dem Studio an der Spitaler Straße zum Unternehmertag, der dieses Mal im Buchholzer Movieplex-Kino stattfand.



Der Journalist, Moderator und Influencer André Kuhnert spricht im dunklen Kinosaal, hinter ihm ist sein Foto auf die Leinwand projiziert. Fotos: Martina Berliner



Onne Hennecke (Empore, von links), Christoph Diederich (1. Vorsitzender Buchholzer Wirtschaftsrunde), René Meyer (Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg WLH) und Frauke Franzen (Ferienhaus Dibbersen) vor Beginn der Veranstaltung.



Dennis Czech (Happyware Server Europe, von links), Sonja Bausch (Industrie- und Handelskammer, Regionalbüro Landkreis Harburg) und Ute Stolberg (Volksbank Lüneburger Heide) im Kino-Foyer.

„Menschen folgen Menschen“, erklärte André Kuhnert im Halbdunkel des Kinosaals, während sein Bild überlebensgroß auf der Leinwand prangte. Von Angesicht zu Angesicht begegnen dem Hamburger vergleichsweise wenige Menschen. Die meisten lauschen ihm, wenn er gemeinsam mit John Ment und Birgit Hahn die „Morning Show“ von Radio Hamburg moderiert. Oder sie sehen und hören seine Nachrichten auf Instagram. Regelmäßig schauen 8293 sogenannte Follower Fotos und Mini-Videos an, die er von sich und seinen Aktivitäten ins Netz stellt und damit für Produkte, Dienstleistungen und Orte wirbt. Dass die Posts positive Wirkung zeigen, ist direkt an erhobenen Daumen oder lobenden Kommentaren abzulesen. Es gibt aber auch Rückmeldungen über den Gebrauch der von Kuhnert

beworbenen Artikel. Dazu lieferte Kuhnert im Movieplex ein anschauliches Beispiel. Er wird im Februar heiraten und will bis dahin seinen Körper stählen. Regelmäßig berichtet er in 15-Sekunden-Clips von seinen Erlebnissen in einem Norderstedter Fitnessstudio.

Das sogenannte Storytelling animiert offensichtlich. Mit expliziter Berufung auf ihn haben sich etliche seiner Fans ebenfalls dort angemeldet. Kuhnerts persönlicher Sympathiefaktor und die Tatsache, dass er selbst eben auch keinen Traumbody hat, sind gleich-

maßen förderlich. Kuhnert berechnet 350 Euro für drei jeweils nur 24 Stunden lang auf Instagram sichtbare 15-Sekunden-Videos. Der Preis eines Influencers ergäbe sich im Wesentlichen aus der Zahl seiner Follower, erklärte der Experte. Er selbst hat – verglichen mit Stars der Szene, denen mehrere Millionen folgen – eine vergleichsweise kleine Anhängerschaft. Aber er kann mit einer hohen Rückmeldungsraten punkten. Und mit der Plattform Instagram, die Jung und Alt gleichermaßen anspricht, ausführliche Statistiken bietet, privat und öffentlich genutzt wird und schnelles Wachstum verspricht.

Nach Kuhnerts Analyse hat jede soziale Plattform ihr ganz eigenes Profil: Snapchat – sehr jung, sinkende Nutzerzahlen; Twitter – medienaffin und kritisch; YouTube – wird jünger, anspruchsvolle Zielgruppe; Facebook – wird älter und privater. Welche Plattform die für die eigene Firma am besten geeignete ist und welcher Influencer als Werbeträger und Multiplikator in Frage komme, müsse jeder Chef selbst entscheiden. Als das Publikum nach dem Vortrag im Schein des Projektors zurück ins helle Tageslicht trat, war jedem Besucher klar, dass die neuen Sonderwerbformen eine eigene digitale Dimension darstellen (siehe auch Seite 15). Ein Universum bilden, das so komplex ist und sich so schnell wandelt wie die reale Welt. Und dass kein Unternehmer künftig daran vorbeikommen wird... mab

» Web: [www.buchholzer-wirtschaftsrunde.de](http://www.buchholzer-wirtschaftsrunde.de)

## Echt sportlich. Auch beim Preis.

DER FORD ECOSPORT. JETZT BEI UNS BESONDERS GÜNSTIG!

Sparen Sie mehr als 21%!



FORD ECOSPORT COOL & CONNECT

Geschwindigkeitsregelanlage mit Geschwindigkeitsbegrenzer, Zentralverriegelung mit Fernbedienung, Klimaanlage, Ford Navigationssystem inkl. Ford SYNC 3 mit Applink und 8"-Touchscreen

UVP der Ford-Werke GmbH € 20.590,00  
22,36% Hausrabatt, Ihre Ersparnis: € 4.660,00  
Zuzüglich Fracht € 860,00

Unser Hauspreis für Sie nur **16.990,-**<sup>1</sup>  
Oder mit 0%-Finanzierung monatlich nur **166,-**<sup>2</sup>

Laufzeit 48 Monate, jährliche Laufleistung 5.000 km, inkl. Ford Protect Garantie-Schutzbrief 0 €, Überführungskosten 860,- €, Anzahlung 0 €, Nettodarlehensbetrag 16.990,- €, Sollzinssatz (fest) p.a. 0,0%, Effektiver Jahreszins 0,0%, Restrate 9,188,- €, Gesamtdarlehensbetrag 16.990,- €.

Abbildung zeigt Wunschausstattungen gegen Mehrpreis.

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung): 6,4 (Innerorts), 5,0 (außerorts), 5,5 (kombiniert); CO<sub>2</sub>-Emissionen: 125 g/km (kombiniert), Effizienzklasse: B.



Autohaus Tobaben GmbH & Co. KG • Buxtehuder Str. 84-92 • 21073 Hamburg  
Harsefeld Buxtehuder Str. 2 • Allländer Straße 9-11 • Brillenbürgweg 27a • Buxtehuder Str. 84-92  
Tel. 04164 - 89 99 0 • Tel. 04141 - 95 37 0 • Tel. 04161 - 55 89 0 • Tel. 040 - 76 62 61 0

<sup>1</sup>Gilt für einen Ford EcoSport 1,0-EcoBoost-Benzinmotor 74 kW (100 PS), Start-Stopp-System, <sup>2</sup>Ford Auswahl-Finanzierung der Ford Bank GmbH, Josef-Lammerting-Allee 24-34, 50933 Köln. Gültig bei verbindlichen Kundenbestellungen und Darlehensverträgen. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 6a Preisangabenverordnung dar. Ist der Darlehensnehmer Verbraucher, besteht ein Widerrufsrecht nach § 495 BGB. Gilt für Privatkunden. Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler.



HITART 2019/2020

Der neue Zyklus beginnt am 15. November mit einer großen Vernissage

**K**unst ist eine gute Gelegenheit, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Seit fast 20 Jahren bietet der hit-Technopark jedes Jahr einen neuen Zyklus mit verschiedenen Ausstellungen zu einem gemeinsamen Thema. Titel des Zyklus 2019/2020: „Kunst verbindet...“

gestern heute morgen“. Gezeigt werden Urban-Art, Malerei, Fotografie, Druckgrafik und Bildhauerei. Dabei sein werden unter anderem das Urban Art-Team getting-up, die Malerin Lillemor Mahlstaedt und der Fotograf Jo Jankowski. Start der Reihe mit einer Gemeinschafts- und sieben Einzelausstellungen

gen ist eine Vernissage am 15. November (18.30 Uhr) im Foyer des hit-Technoparks. Zugesagt hat auch Hamburgs Sozialsenatorin Dr. Melanie Leonhard. Sie ist Harburgerin und hat vor ihrem Amtsantritt die Abteilung für Harburger Stadtgeschichtliche unter dem Dach des Archäologischen Museums

Hamburg geleitet. Kuratiert wird die Ausstellung von Dorothea Ladek. Mit dem Ausstellungstitel solle die Basis gewürdigt werden, die in den vergangenen 20 Jahren geschaffen wurde, sagt sie. „Zum Wesen der Kunst gehört es, die eigene Position zu hinterfragen“, so Ladek. „Ich freue mich sehr, dass es

im hit-Technopark erwünscht ist, über den eigenen Tellerrand zu gucken. Das gilt für die Kunst und für das Konzept insgesamt.“  
■ **Teilnahme an der Vernissage nach vorheriger Anmeldung im hit-Technopark, Tempowerkring 6, 21079 Hamburg, oder per Telefon: 040/790 12-345.**

Ihr neuer  
Wirtschafts-  
prüfer  
für Harburg

Sehen & gesehen werden . . .

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@business-people-magazin.de, Stichwort: „Sehen und gesehen werden...“

Simon Thering

Wirtschaftsprüfer  
Steuerberater | Partner



DIERKES PARTNER  
WIRTSCHAFTSPRÜFER STEUERBERATER RECHTSANWÄLTE

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



■ Als Antonio do Carmo, Leiter Private Banking bei der Sparkasse Harburg-Buxtehude, kürzlich gefragt wurde, warum er sich nach der Schulzeit für eine Ausbildung bei der Sparkasse entschieden hat, antwortete er: „Ich glaubte damals, die Banker haben einen kurzen Arbeitstag von 9 bis 16 Uhr. Ich muss nicht so früh aufstehen.“ Vier Jahrzehnte ist es her, dass sich Antonio do Carmo für die Ausbildung zum Sparkassenkaufmann statt zum Zahntechniker entschied. Jetzt hat er ein rundes Dienstjubiläum gefeiert. Was ihn in seinem Job besonders begeistert: „Ich mag Menschen. Ich mag es, Kolleginnen und Kollegen erfolgreich zu machen.“ Sein Lebensmotto: „Das Leben ist kurz – also jeden Tag bewusst leben und genießen.“ Mit Heike Schmidt, Kundenberaterin im Private Banking, feiert eine enge Mitarbeiterin von do Carmo ebenfalls das 40-Jährige. Sie hat eine besondere Vorliebe für Kunst und mag die Ostsee – speziell Kühlungsborn.



■ Zum Auftakt der Sommertour 2019 hat Manuela Schwesig (SPD), Ministerpräsidentin in Mecklenburg-Vorpommern, in Wismar das Produktionswerk der Patellenservice Hamburg Gruppe (PSH) besucht. Vor Ort informierte sie sich über das Holzcluster Wismar: „Die Holzwirtschaft hat sich zu einem wichtigen wirtschaftlichen Standbein in Mecklenburg-Vorpommern entwickelt“, sagte Manuela Schwesig. Sie freute sich sehr, dass die Unternehmen hier im Holz-Cluster eng miteinander kooperierten. Das sei ein großer Vorteil für alle Beteiligten. „Hier wird jedes Gramm Holz genutzt“, erklärt Daniel Stadach (rechts), Vorstand der in Harburg beheimateten PSH AG, bei der einstündigen Führung durch die Produktionshallen. Aus der sogenannten Seitenware fertigt das PSH-Werk 200 000 Paletten pro Monat. Zu den weiteren Teilnehmern des Werksrundgangs zählte auch der Präsident der IHK zu Schwerin, Matthias Belke (links). Foto: Zand-Vakili



■ 14 junge Menschen haben zum 1. August ihre Ausbildung bei der Sparkasse Harburg-Buxtehude begonnen – annähernd doppelt so viele wie im Vorjahr. Eine erfreuliche Entwicklung, die sich nunmehr schon im

zweiten Jahr in Folge abzeichnet. Mit großer Spannung und Vorfreude starteten die zwölf angehenden Bankkauffrauen und -männer sowie zwei Trainees am 1. August ihre Reise in die berufliche Zukunft: Desphina Grewe, Pia Tobaben (Buxtehude Bahnhofstraße), Annika Etterling (Buxtehude-Alt-kloster), Ines Schledewitz (Neu Wulmstorf), Chantal Janz (Neugraben), Jannes Kröger (Nenndorf), Tom Mäth (Hittfeld), Pia Lobner, Dominic Carnaghi (Harburg), Emily Ospalek, Pia Feline Bätz (Buchholz), Laura Wentzien (Tostedt), Lennon Fuhrmann (Jesteburg) und Hasnaa Darwich (Winsen) mit ihren Ausbilderinnen Kathrin Rammin (hinten Reihe, dritte von links) und Laura Niebuhr (hintere Reihe, fünfte von links).



■ Professor Dr. Christian M. Ringle von der Technischen Universität Hamburg (TUHH) hat den Emerald Literati Award 2019 des Emerald Publishing Verlags erhalten. Mit einem leicht verständlichen Praxisbezug, einem innovativen Konzept und einer qualitativ hochwertigen Literaturrecherche überzeugte der Artikel „An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research“ eine Jury unterschiedlicher Fachzeitschriften. Konkret: Warum werden Hotels gebucht und wie zufrieden sind Kunden mit ihrer Wahl? Um diesen und weiteren Fragen schlüssig auf den Grund zu gehen, werden häufig partielle Strukturgleichungsmodelle (PLS-SEM) eingesetzt. Mit deren Hilfe werden Zusammenhänge mehrerer Faktoren auf eine Fragestellung hin untersucht. Ring-

le untersucht in seinem Artikel, wie diese Modelle in der Hotelforschung angewandt werden und wie diese künftig noch präziser einzusetzen sind. Er forscht an der TUHH zu den Themen Organisation, Human Resource Management, Marketing, Strategisches Management und Quantitative Methoden.



■ Nicht neu, aber immer wieder gern gehört: „Der Landkreis Harburg liegt nicht im Speckgürtel Hamburgs, sondern in dessen Muskelring.“ Nicht nur mit diesem Statement hat Niedersachsens Wirtschaftsminister und CDU-Landesvorsitzender, Dr. Bernd Althusmann, bei dem parlamentarischen Abend der CDU-Mittelstandsvereinigung MIT Harburg Land die Bedeutung des Landkreises und der ganzen Region Süderelbe beschrieben. Althusmann im Hof Kröger in Wörme: „Wir sind hier im Norden teilweise Wettbewerber, aber keine Konkurrenten“, insbesondere wenn es um die Stärkung des Standortes südlich von Hamburg gehe. Einmal im Jahr lädt die MIT zum Grillen nach Wörme ein – Premiere für den kommissarischen Vorsitzenden Carsten Tippe (links), der die Vereinigung derzeit mit Dr. Heiner Austrup führt – hier auf dem Foto mit Christiane Oertzen.

