

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Dr. Thomas Wüstefeld

Mit High Innovation
gegen die Pandemie



Inklang

High End-Lautsprecher
aus Leidenschaft

Familienunternehmertage

„Leinen los! Auf welchem
Kurs aus der Krise?“

Nr. 2

2021

High
Performance

Innovativ. Familiär. Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



montagebau-hansa.de

 **HANSA.**

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER

Liebe Mitglieder und Freunde von DIE FAMILIENUNTERNEHMER und DIE JUNGEN UNTERNEHMER!

Wer kennt das Sprichwort nicht: „Unter den Blinden ist der Einäugige König!“ Verglichen mit etwas Schlechtem erscheint das Mittelmäßige gut. Denken wir an politische Verantwortungsträger und deren Entscheidungen und Maßnahmen während der Pandemie, denken wir an Maskendeal, Impfstoffbeschaffung, Ausgangssperre, Lockdown, Corona-Hilfe, Überbrückungsgeld, Homeoffice-Pflicht, Hybrid-Unterricht ... Sehen wir dann überwiegend Hochleistung?

Wann und mit welcher Methodik wurde während der Pandemie das mittelständische Unternehmertum involviert? Welchen proaktiven Beitrag, sich gemeinsam aus der Krise zu kämpfen, konnten Unternehmer beisteuern, wo wurde Ihnen Gehör geschenkt? Auf der Internetseite des Bundeswirtschaftsministeriums heißt es:

„ERFOLGSMODELL MITTELSTAND – Mittelständische Unternehmen sind der Erfolgsfaktor der deutschen Wirtschaft: Über 99 Prozent aller Unternehmen in Deutschland sind Mittelständler. Sie erwirtschaften mehr als die Hälfte der Wertschöpfung, stellen fast 60 Prozent aller Arbeitsplätze und rund 82 Prozent der betrieblichen Ausbildungsplätze bereit.“

Ein Lippenbekenntnis, wenn man den Umgang mit dem mittelständischen Unternehmertum bewertet! Unternehmer wollen keinen übergriffigen Staat, sie wollen Verantwortung übernehmen und mitgestalten.

Die meisten Unternehmer eint dabei eine Charaktereinstellung: Sie geben sich selten mit Mittelmaß zufrieden. Der Wettbewerb mit anderen zwingt uns zur stetigen Verbesserung. Das Leistungsniveau oben zu halten, gelingt dabei nicht immer. Irgendwann kommt immer eine Krise. Aber auch hier gilt es, sich vor allem ehrlich zu machen, die Ärmel hochzukrempeln und mit Innovation, Kreativität, Mut, Fleiß und viel Disziplin für ein besseres Ergebnis zu kämpfen. Das können vor allem Unternehmer um ein Vielfaches besser als Politiker, so wie Profi-Fußballer eben um ein Vielfaches besser Fußball spielen können als die DFB-Schiedsrichter. Politik gehört in die Rolle des Schiedsrichters, nicht in die Rolle des Spielers!

High Performance finden wir glücklicherweise im Unternehmertum an allen Ecken und Enden, diese Magazin-Ausgabe hat versucht, diese ausfindig zu machen. Das Streben nach Hochleistung macht uns alle gemeinsam besser, Mittelmaß führt uns hingegen in die Krise. Das gilt wirtschaftlich übrigens ebenso wie politisch.

Mit dem Gefühl von WIR in Wirtschaft,
viel Freude beim Lesen –
Malte Wettern &
David Friedemann



David Friedemann
DIE JUNGEN UNTERNEHMER

Malte Wettern
DIE FAMILIENUNTERNEHMER

Anzeige

 www.facebook.com/DieJungenUnternehmerHamburg
www.facebook.com/hamburg.familienunternehmer.eu

 www.instagram.com/diejungenunternehmerhamburg
www.instagram.com/familienunternehmer_hh

HAMBURGER UNTERNEHMER

Wirtschaftsmagazin des Nordens

Nachgedacht

- 6 Über High Performance
- 56 Glosse - Fa(l)ke News

Vorstands-Statements

- 8 Henning Fehrmann & Julia Dettmer

Wirtschaft & Politik

- 20 AGA - ELMATIC GmbH
- 48 Kampagne - Hamburger Originale



Kunst & Kultur

- Ateliergespräch mit Anselm Reyle 58

Wissen

- High Performance-Mythen entlarvt 10
- Der Unternehmenskaufvertrag (SPA) 40



Thomas Wüstefeld

Titelstory

- Thomas Wüstefeld im Interview 34

Mitglieder & Veranstaltungen

- Hidden Champions - Hamburger Volksbank 16
- Konjunkturanalyse - Prof. Dr. H. Vöpel 18
- Familienunternehmer-Tage 2021 28

Interview

- 12 Diensthundeschule - Heiko Valli
- 24 Inklang - Thomas Carstensen
- 32 Dermalog - Günther Mull
- 44 Torquato - Axel, Max und Moritz Stürken
- 46 Nordstory - Topmotive Gruppe
- 52 HDI - Anja Ottersberg-Maenner
- 62 Nachgefragt bei Künstlicher Intelligenz



Trends & Style

- Gold und Silber 42
- Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause 62

Hochleistung auch in der nächsten Krise?

Von Dr. Björn Castan

Haben Sie den Eindruck, dass Ihr Unternehmen besser, schneller oder effizienter als die Mehrzahl Ihrer Mitbewerber ist? Meinen Glückwunsch, dann zählt Ihr Unternehmen zum Kreis der High Performer.

ÜBER HIGH PERFORMANCE

Wie werden auch
Ihre Unternehmen antifragil?

Wie werden Unternehmen zu High Performern?

Betrachten wir zunächst, wie Sportler es schaffen, überdurchschnittliche Leistungen zu erbringen. Mit außergewöhnlicher Disziplin, Willen und Durchhaltevermögen, gepaart mit günstigen körperlichen Voraussetzungen plus aktiver Förderung durch kompetente Trainer. Dies gilt auch für Unternehmen, wobei die körperlichen Voraussetzungen durch die Geschäftsmodelle ersetzt werden müssen.

Wie bleiben Unternehmen High Performer?

Die aktuelle Corona-Krise zeigt deutlich die Anfälligkeit von Geschäftsmodellen gegenüber externen, unerwarteten Änderungen von Rahmenbedingungen. Die Pandemie hat alle Geschäftsmodelle, die körperliche, menschliche Nähe voraussetzen, in Schwierigkeiten gebracht. Alle anderen Geschäftsmodelle teilen sich in robuste bzw. resiliente, die sich anpassungsfähig zeigen und nicht von Nachfrageschwankungen betroffen sind und in solche, die von der neuen Situation sogar profitieren. Zur letzteren Gruppe gehören z.B. die IT-Firmen, deren Leistungen durch die Umstellungen auf Distanzkontakte und Distanzarbeit stärker nachgefragt werden. Nassim Taleb hat dafür in seinem neuen Buch den Begriff der „Antifragilität“ geprägt. Das Gegenteil von „fragil“ sei „robust“. Während robuste Unternehmen wenige Auswirkungen der veränderten Rahmenbedingungen spüren, würden antifragile Unternehmen sogar durch externe Erschütterungen profitieren. Sich mit den Ursachen für Antifragilität zu beschäftigen, erscheint mir daher ausgesprochen sinnvoll. Taleb hat beobachtet, dass Organisationen, die keinen kleineren Krisen ausgesetzt sind, im Falle großer Krisen schneller kollabieren als Organisationen, die daran gewöhnt sind, sich öfter an neue Rahmenbedingungen anpassen zu müssen.

Manche langjährigen High Performer wie die Lufthansa wurden in der Pandemie von einem Moment auf den anderen zu Sanierungsfällen. Es offenbarte sich ihre Fragilität. Andere High Performer wie Roboterhersteller, Onlinehändler, Versicherungen, landwirtschaftliche Betriebe oder medizinische Forschungslabore erleben eine Sonderkonjunktur und erweisen sich als antifragil.

Corona wird nicht das letzte große Ereignis gewesen sein, das Rahmenbedingungen stark verändert. Die Bundestagswahl steht vor der Tür und falls wir eine grüne Bundeskanzlerin bekommen, werden sich grundlegende Veränderungen ergeben. Wir dürfen jedenfalls mit Gewissheit davon ausgehen, dass es auch in Zukunft weitreichende Ereignisse geben wird, die wir aufgrund ihrer Seltenheit für unwahrscheinlich halten und auf die wir keinen Einfluss haben. Daher sollten wir uns fragen, wie gut unsere Unternehmen darauf vorbereitet sind.

Wenn Krisen für irgendetwas gut sind, dann hoffentlich dafür, dass wir aus ihnen lernen.

Wenn wir den Wunsch nach Antifragilität für unsere Unternehmen teilen, können wir unsere Geschäftsmodelle darauf hin herausfordern, welche Auswirkungen unterschiedliche Szenarien selten eintretender, elementarer Änderungen der Rahmenbedingungen haben. Mit dieser Kenntnis verschaffen wir uns die Möglichkeit rechtzeitiger Vorbereitung der Anpassung unserer Geschäftsmodelle.

So können High Performer es auch in der nächsten Krise bleiben.

Herzlichst,
Ihr
Björn Castan

**Wie erreichen Sie
High Performance?**

Schreiben Sie mir gerne an
castan@researchforfuture.com

Der
Autor



Dr. Björn Castan

High Performance Statement von Henning Fehrmann und Julia Dettmer

Welche Hamburger Wirtschaftszweige bzw. Branchen sehen Sie aktuell und zukünftig als High Performance? Wo sind wir Spitze oder können es werden?

Henning Fehrmann: Bei den aktuellen und zukünftigen High Performern sehe ich vier Branchen vorne: Aviation, Logistik, Health und Materials. Bei allen vier Branchen sind wir in Hamburg auch in der Forschung & Wissenschaft exzellent aufgestellt. Dazu sind wir in der ressourcenschonenden Schlüsseltechnologie 3D-Druck international vorn dabei und haben die Grundlagen gelegt, die Unternehmen vor Ort mit KI-Expertise zu unterstützen. Als Handelsstadt hat Hamburg leider seit Jahren an Boden verloren – zuerst gegenüber steuerlich günstigeren Metropolregionen wie Genf oder Singapur, aber v.a. gegenüber digitalen Handelsplattformen wie Amazon, Alibaba, Zalando und anderen, deren Vorsprung kaum einholbar sein wird. Dennoch gibt es noch viele Spezialhändler, und ich hoffe, dass sie sich erfolgreich transformieren.

Julia Dettmer: Ich halte es für gefährlich, wenn sich Deutschlands zweitgrößte Stadt in Sachen Exzellenz auf bestimmte Sektoren beschränkt. Wir müssen noch mehr als bisher High Performer und Spitzenreiter in der Schaffung jener Grundlagen sein, die die Wirtschaft erst stark machen. Neben der Arbeit an einer perfekten Infrastruktur, zu der selbstverständlich der Hafen, Flughafen und Straßen genauso wie Breitbandleitungen gehören, muss Hamburg Testlabor für Ideen sein. Ob Versuchsstrecken für autonome Autos, Wasserstoff-Konzepte in Schifffahrt und Luftverkehr oder Mega-Investments in Großforschung und Hochschulbildung – nur so kann ein Standort

wie Hamburg den Kampf um Ideen und Köpfe für sich entscheiden. Und vor allem: Hamburg darf sich, wie ein Unternehmer auch, nie auf Erfolgen ausruhen – denn dann könnte es schnell damit vorbei sein. War unsere Stadt etwa einst die Pressehauptstadt der Republik mit den wichtigsten Verlagen und Agenturen, eröffneten Google oder Facebook zwar ihre Deutschland-Zentralen und Vertriebseinheiten in Hamburg. Doch als Deeptech-Metropole, in die Millioneninvestments in Zukunftstechnologien von Apple, Microsoft oder Google flossen, machte zuletzt München auf sich aufmerksam. München hat zwei global exzellente Universitäten, Großforschungseinrichtungen von Weltrang, einen leistungsfähigen Flughafen, mehrere DAX-30-Konzerne. Und manchmal sind es eben auch noch „softe Faktoren“ wie das Kulturangebot, spannende Architektur, soziale Sicherheit, geringe Kriminalität, und ein großes Freizeitangebot, die Exzellenz anziehen – und damit Unternehmertum erleichtern. Hier darf Hamburg nie müde werden, weiter attraktiv zu bleiben.

Was erwarten Sie vom Hamburger Senat, damit die Unternehmen bestmöglich performen und ihren Beitrag zum Überwinden der Coronakrise leisten können?

Henning Fehrmann: Die Pandemie war heilsam, hat sie doch schonungslos offengelegt, dass die öffentliche Verwaltung trotz voller Kassen veraltet, dysfunktional und bei der Krisenbekämpfung überfordert war. Daraus sollte der Senat die richtige Schlussfolgerung ziehen, die da lautet: Weniger Staat, nicht mehr! Er muss mehr Freiraum und Unternehmertum möglich machen, lediglich Rahmenbedingungen setzen und diese die Unternehmen machen lassen. Mikromanagement, um die Wirtschaft lenken zu wollen, hat noch nie zum Erfolg geführt, das zeigt uns die Geschichte. Wo der Staat hingegen gefordert ist, das ist beim Anschieben von Technologien, die noch nicht so weit nutzbar sind, dass sich die etablierten Unternehmen – selbst darin investierender Mittelstand – lohnend damit beschäftigen könnte. Denn Mittelständler verfügen nicht über die Forschungs- und Entwicklungsbudgets wie Konzerne. Wichtig wäre auch, Zukunfts- und Schlüsseltechnologien erleben und erlernen zu können, fokussiert anzusiedeln, zu fördern und erlebbar zu machen. Dabei denke ich beispielsweise an den 3D-Druck, KI und Quantencomputing. Die einzige Chance für den Staat, Schulden zurückzuzahlen und die Schuldenbremse einzuhalten, sind florierende Unternehmen. Jede Entscheidung sollte darauf ausgerichtet sein, der Wirtschaft zu nützen.

Julia Dettmer: Hamburg sollte alles daran setzen, es Unternehmen einfach zu machen: einfachere Genehmigungsverfahren als bisher, einfachere Verwaltungsprozesse, einfacheren Zugang zu Entscheidungsträgern. Denn wenn die Corona-Krise eines gezeigt hat, dann die Schwerfälligkeit der Verwaltung im Umgang mit neuen Situationen. Weniger hornhautfarbene Computer in Behörden-Stuben oder mehrseitige Formular-Wüsten, dafür mehr Pragmatismus und schlanke Wege. Dass Hamburg so was kann, zeigt sich in der Genehmigung innovativer Projekte wie dem Fahrdienstleister Moia oder der Einrichtung einer Versuchsstrecke für autonome Autos quer durch die Stadt.

High Performance in Unternehmen ist nur mit hochmotivierten Mitarbeitern und optimistischen Unternehmern realisierbar. Wie gelingt es Ihnen, Ihre Leistungsbereitschaft und die Ihrer Belegschaft hochzuhalten?

Henning Fehrmann: Der Fisch stinkt bekanntlich immer vom Kopfe, daher beginnt alles mit meiner Motivation und meinem Einsatz. Meine eigene Leistungsbereitschaft speist sich aus meiner Leidenschaft, Neuland zu betreten und die Zukunft mitzugestalten. Auch Corona kann mich nicht schrecken; unsere Firma hat schon einige schwere Krisen überstanden, da meistert sie diese auch. Dieser Optimismus überträgt sich auf meine Mitarbeiter. Gerade jetzt, in einer Zeit, in der politisch, medial und gesellschaftlich Angst geschürt wird, ist es wichtig, den Kompass der Zuversicht nicht zu verlieren. Ein weiterer Motivationsfaktor in diesen volatilen Zeiten ist Stabilität. Bei Fehrmann haben meine Mitarbeiter ein Fundament, auf das sie vertrauen können und das berechenbar ist. Wir bauen nicht ab, wir holen neue Mitarbeiter an Bord, stellen gute Teams zusammen, die einander ergänzen und respektieren, und bieten spannende Aufgabengebiete. Da gibt jeder gerne sein Bestes.

Julia Dettmer: Meine Erfahrung ist: Das eine bedingt das andere. Mitarbeiter sind dann hochmotiviert, wenn man ihnen vertraut, sie breit und eigenständig Entscheidungen treffen können und sie sich selbst angstfrei ausprobieren dürfen. Je weniger Angst, Misstrauen, Beharrungswillen, Unmut und Kontrollwahn ein Unternehmen prägen, je weniger man gegen Gummiwände läuft, desto besser wird die Performance. Und eine solche Arbeitsumgebung motiviert auch mich zu Höchstleistungen.



Zwei High Performance-Mythen entlarvt

So vermeiden Sie Kollateralschäden durch High Performance-Tipps

Von Gabriela Friedrich



„Bleiben Sie unzufrieden“ und „Fokussieren Sie sich zu 100 Prozent auf Ihr Ziel“. Diese Ratschläge liest man häufig, wenn es darum geht, Menschen zu Höchstleistungen zu motivieren. Mentaltrainerin Gabriela Friedrich erklärt, weshalb diese Tipps mehr schaden als nutzen und wie Sie es besser machen – für dauerhafte Leistungsstärke.

Nicht nur in herausfordernden Zeiten wie diesen suchen Unternehmer nach Möglichkeiten, um ihr eigenes Leistungspotential und das ihrer Mitarbeiter maximal auszuschöpfen. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass sie bei ihrer Recherche auf die folgenden beiden Ratschläge stoßen:

1. Bleiben Sie unzufrieden.
2. Fokussieren Sie sich zu 100 Prozent auf Ihr Ziel.

Auf den ersten Blick wirken diese Tipps sinnvoll. Schließlich ist Sättigung der Feind jedes Fortschritts. Und auf 1000 Hochzeiten gleichzeitig zu tanzen, führt selten zum Erfolg. Deshalb verinnerlichen insbesondere stark leistungsorientierte Menschen gerne diese Tipps, nutzen sie als ihre Antreiber für High Performance und integrieren sie in ihr Füh-

rungsverhalten. Kurzfristig oder für einzelne Individuen mag das durchaus funktionieren, aber als allgemeingültige oder als Langzeitstrategien kann man sich bzw. seine Mitarbeiter so in den Burn-out und ins private Desaster treiben. Warum ist das so und wie können Sie diese Strategien mit einem mentalen Twist positiv und sicher nutzbar gestalten?

Dauer-Unzufriedenheit brennt aus.

Stellen Sie sich vor, Sie wären tatsächlich ständig mit sich, dem Erreichten oder der Leistung ihrer Mitarbeiter unzufrieden. Sie wären permanent getrieben von einem unrealistischen Perfektionismus und würden Ihre Belegschaft tagtäglich als defizitär empfinden und entsprechend mit ihr umgehen. Grauenvolle Vorstellung, oder? Sie dürften sich nicht über Fortschritte freuen und hätten nie das befriedigende Gefühl, ein Ziel erreicht zu haben. Denn schließlich geht es ja immer noch ein bisschen besser. Innovativer. Mit noch höheren Gewinnen oder Marktanteilen. Wie bitte soll da Freude an der Arbeit oder der für Höchstleistung erforderliche Flow aufkommen? Nein, so geht es nicht. Auch deshalb nicht, weil solch eine kultivierte Unzufriedenheit den Körper unter Dauerstress setzt, wofür er nicht gemacht ist. Wir benötigen einen rhythmischen Wechsel aus Stress und Entspannung, um gesund zu bleiben. Permanente Anspannung bewirkt ständige Ausschüttung von Adrenalin und Cortisol. Beide Hormone sind grundsätzlich lebenswichtig, in akuten Stresssituationen pushen sie uns zu Höchstleistungen und steigern unsere Konzentrationsfähigkeit. Doch dauerhaft hohe Adrenalin- und Cortisolspiegel bewirken das Gegenteil, bringen uns um den Schlaf, mindern die Konzentrationsfähigkeit und führen letztendlich mit zu dem, was wir unter Burn-out verstehen.



Tanken Sie mit freudvollen Emotionen mehr Kraft

Gesünder und mit mehr Zufriedenheit arbeiten Sie, wenn Sie Ihren Blick regelmäßig voller Dankbarkeit und Freude selbst auf kleine Fortschritte und Verbesserungen richten. Dazu gehört auch, mit Mitarbeitern regelmäßig darüber zu sprechen, was gut läuft und was sie erfolgreich geschafft haben. Gleichzeitig aber setzen Sie sich ambitionierte Ziele, hegen Liebe fürs Detail und gehen mit Freude daran, Ihr Unternehmen und/oder die Welt ein Stück zu besser machen. So arbeiten Sie mit einem positiven Mindset und damit langfristig erfolgreich.

Extremer Fokus = kein Ausgleich

Viele große Künstler waren Besessene. Über ihre Kunst vergaßen sie alles, lebten ausschließlich für ihre Werke. Ein Besessener unserer Tage ist Elon Musk. Musk gilt als der größte Visionär und einer der reichsten Menschen der Welt, arbeitet laut eigenen Aussagen 120 Stunden pro Woche, konsumiert Schlafmittel und nach Aussage von Freunden auch Drogen, um die täglichen Anforderungen ertragen zu können. Er ist mittlerweile mehrfach geschieden, im Sommer 2020 wurde er Vater seines sechsten Kindes von Partnerin Nummer 4. So kann die extreme Umsetzung des Tipps, sich zu 100 Prozent auf seine Ziele zu fokussieren, aussehen. Es fehlen Ausgleich, Selbstfürsorge, Rücksichtnahme auf die Bedürfnisse von Familie und Freunden. Wenn Ihnen dieser Preis zu hoch ist, kombinieren Sie fokussiertes, effizientes Arbeiten mit Quality time im Privaten. Wie kann das aussehen? Schaffen Sie sich am Arbeitsplatz ablenkungsfreie Räume und Zeiten, in denen Sie sich wirklich in eine Aufgabe versenken können. Ohne Telefon, Mails oder WhatsApp-Nachrichten. Schalten Sie alles aus, und Sie werden die Qualität und Quantität Ihres Outputs deutlich steigern. Durch die höhere Produktivität können Sie sich dann guten Gewissens Zeit für Familie, Freunde, Gesundheit und Bildung gönnen.

Fazit: Höchstleistung, Freude und Gesundheit sind vereinbar. Viel Erfolg!

Die Autorin



Gabriela Friedrich ist seit 27 Jahren Kommunikationsberaterin mit Führungserfahrung und seit 26 Jahren Mentaltrainerin und Reflexionspartnerin für Unternehmer, Führungskräfte, Angestellte, Selbständige und Privatpersonen zu beruflichen und privaten Themen. Buchautorin, Verfasserin diverser Fachartikel und Mitbegründerin der Digit & Brain-Society. Sie schreibt aktuell an ihrem fünften Buch, das sich mit der Versöhnung der Geschlechter beschäftigt.

Sie erreichen sie unter: www.gabriela-friedrich.de





Mit Spieltrieb zur Höchstleistung

Diensthunde-Ausbildung der Hamburger Polizei

Von Gabriela Friedrich



Jeder wünscht sich Mitarbeiter, die Höchstleistungen bringen können und wollen. Doch wie erkennt und fördert man solche Supertalente, wenn es sich dabei um Hunde handelt? Gabriela Friedrich hat sich bei der Diensthundeschule der Hamburger Polizei umgeschaut.

Recruiting und Mitarbeiterentwicklung ist nicht nur für Unternehmer eine Herausforderung, sondern auch für die Hamburger Polizei, erfahre ich von Heiko Valli, Oberkommissar der Polizei Hamburg und Ausbilder der Hundestaffel, als ich ihn in der Diensthundeschule in Alten-gamme besuche. „Mehr als 99 Prozent der Hunde, die uns von Privatleuten angeboten werden, sind als Diensthund ungeeignet“, erklärt er. Kein Wunder, denn die Einstellungsanforderungen an vierbeinige Kollegen sind hoch. Von einem Gesundheits-Check und einem Sporttest abgesehen, müssen sie vor allem charakterlich top sein. Heißt: Selbstbewusst und mutig für den Schutzdienst sowie umweltsicher, damit sie überall einsetzbar sind. Doch das A und O ist ein extrem ausgeprägter Spiel- und Beutetrieb.



„Der optimale Diensthund will immer spielen.“

Zu jeder Tag- und Nachtzeit, am liebsten stundenlang und egal was um ihn herum passiert“, erklärt mir Valli und greift zu einem Spielzeug aus Leder. Sofort ist Black, sein schwarzer Deutscher Schäferhund, wie angeknipst. Black ist ein Brandmittelspürhund, der an der Diensthundeschule erst die 16-wöchige Grundausbildung zum Schutzhund und anschließend eine dreimonatige „Fachfortbildung“ absolviert und mit einer Prüfung erfolgreich abgeschlossen hat. Seitdem wird er bei der Suche nach festen und flüssigen Brandbeschleunigern eingesetzt. Beispielsweise erschnüffelt er minimale Reste von Nitroverdünnung oder Grillanzündern in einer Brandruine und hilft so aufzuklären, ob ein Fall von Brandstiftung vorliegt. Dabei ist seine Nase technischen Hilfsmitteln wie Photoionisationsdetektoren weit überlegen. Doch ist die konzentrierte Suche für ihn anstrengend:

„Wenn ein Hund acht bis 10 Minuten sucht, lässt sich dies vergleichen mit einem Menschen, der einen Marathon läuft“,

verdeutlicht der Hundeführer die Leistung seines Partners. „Blacks Körpertemperatur erhöht sich um ein Grad, sein Puls steigt und er atmet pro Minute bis zu dreihundertmal ein und aus.“ Und das Einzige, was Black zu einem derartigen Einsatz motiviert, ist die Aussicht auf ein kurzes Spiel mit seinem Herrchen. Anschließend darf er sich eine halbe Stunde ausruhen, bis er zur nächsten Suche eingesetzt wird. Auch wenn ein Diensthund meist nur einmal täglich sucht, gibt es doch immer wieder Einsatzsituationen, in denen der Hund dreimal in eineinhalb Stunden oder sogar fünfmal an einem Tag arbeiten muss. Man stelle sich vor, jemand müsse nicht nur einen, sondern mehrere Marathons nacheinander laufen... Der Begriff „High Performance“ ist für die Leistung dieser Spürhunde eine absolute Unter-treibung.



Oberkommissar Heiko Valli und sein Brandmittelspürhund Black

Derzeit umfasst die Hundestaffel der Hamburger Polizei 60 Tiere.

Außer den Brandmittelspürhunden gibt es Sprengstoffspürhunde, Rauschgiftspürhunde, Blut- und Leichenspürhunde, Schutzhunde und Personenspürhunde. 45 der Hunde sind Deutsche oder Belgische Schäferhunde, die ca. ein- bis anderthalbjährig von der Polizei bei auf Arbeitshunde spezialisierten Züchtern gekauft und dann in der Diensthundeschule am Borghorster Hauptdeich auf das „Arbeitsleben“ vorbereitet wurden. Bei den fünf Personenspürhunden setzt die Hamburger Polizei auf Bayerische Gebirgsschweißhunde, eine Rasse, die gezüchtet wurde, um bei der Jagd angeschossenes Wild aufzuspüren.



Während in Unternehmen ISO-Zertifizierungen mit verbindlich definierten Prozessen sicherstellen, dass sich im Alltag keine Nachlässigkeiten einschleichen, regelt man dies in der Hundestaffel über regelmäßige Fortbildungen und Trainings für Hund und Herr. „Wenn ein Polizist mit seinem Schutzhund im Einsatz ist, kann er nicht immer alle Abläufe präzise einhalten, die er dem Hund ursprünglich beigebracht hat“, schildert mir Heiko Valli das Problem. „Beispielsweise soll der Hund nach Aufforderung aus dem Wagen springen und dann warten, bis er vom Hundeführer den nächsten Befehl bekommt. Aber wenn der Polizist eine Örtlichkeit stürmen muss, ist dafür nicht die Zeit, sondern alle rennen sofort los.“

Deshalb sind während der gesamten Dienstjahre der Hunde regelmäßige Auffrischungstrainings nötig, um nachzukorrigieren.

Darüber absolvieren Rauschgift- und Sprengstoffspürhunde dreimal jährlich einen einwöchigen Kurs, bei dem sie nach sämtlichen Stoffen erfolgreich suchen dürfen. So bleibt nicht nur das Duftgedächtnis frisch, sondern die Hunde auch motiviert. Schließlich brauchen auch Hunde Erfolgserlebnisse. Und da bisher in Hamburg noch nie im realen Einsatz eine Bombe zu finden war, kann man ihnen die Erfolgserlebnisse nur im Training vermitteln.

Hunde brauchen eine Aufgabe oder eine Beschäftigung.

Das weiß jeder Hundehalter, der erlebt hat, wie zerstörerisch oder unruhig ein unausgelasteter Hund sein kann. Unter diesem Gesichtspunkt sind die Hamburger Diensthunde glückliche, artgerecht gehaltene Hunde. Was ihr Leben von dem vieler Familienhunde sonst noch unterscheidet, ist das Hundeverständnis ihrer Besitzer. Denn in der Polizeihundeschule lernt nicht nur das Tier, sondern auch der Mensch. Ein Hundeführer muss beispielsweise wissen, dass er nur 0,3-1,1 Sekunden Zeit hat, um das Verhalten seines Hundes positiv zu bestätigen oder zu korrigieren, damit dieser

schnell und korrekt lernt. Oder konkreter: Wenn Herrchen den Befehl „Sitz“ beibringen will und sich zu viel Zeit damit lässt den Hund zu belohnen, falls er sich zufällig hinsetzt, verknüpft der das Hinsetzen gar nicht mehr mit dem Leckerli. Perfektes Timing ist also die halbe Miete. Außerdem lernen Hundeführer, sich auf ihren Hund zu konzentrieren, dessen Körpersprache zu verstehen und hündisch zu denken statt menschlich, was dicht dran ist an dem, was auch Martin Rütter Hundehaltern vermittelt.

Mit etwa neun Jahren geht's in Rente.

So ein Diensthundeleben ist vergleichbar mit dem eines Schichtarbeiters, was bedeutet, es ist nicht besonders gesund. Ein Polizeihund muss auch nachts, bei Unwetter oder Kälte arbeiten, wenn Familienhunde schlafen oder im Warmen auf dem Sofa liegen. Deshalb beenden die meisten Diensthunde ihre Einsatzfähigkeit mit etwa neun Jahren und verbringen dann den Rest ihres Lebens als Rentner bei ihrem Hundeführer, während die Polizei für Futter, Versicherung und Tierarztkosten aufkommt. Bedenkt man, was diese Hunde in den acht Jahren im Polizeidienst leisten, haben sie sich das wirklich verdient. Im Schnitt werden sie 12-13 Jahre alt, können also noch eine schöne Phase als Privatier genießen.



Supernase Django bei der Arbeit

Anzeige

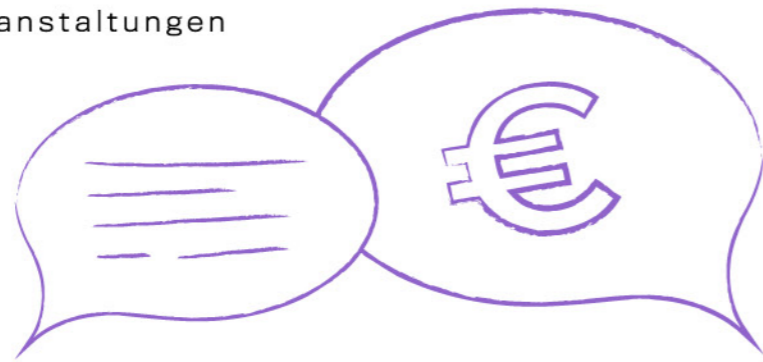
FÜR HAMBURG GIBT ES MEHR ALS 1000 GUTE GRÜNDER.



IHR SEID DAS VOLK,
WIR EURE BANK.

STEFFEN WÜSTHOF,
LEITER FIRMENKUNDEN

 **Hamburger
Volksbank**



„Was zeichnet Weltmarktführer-Kommunikation aus?“

Warum hanseatische Zurückhaltung ins Abseits führt

Von Gabriela Friedrich

Lernen von einem Kommunikationsprofi – das versprach der digitale Mittagstisch aus dem Studio der Hamburger Volksbank am 16. April 2021. Und tatsächlich erhielten die Teilnehmer von Frank Plümer, Inhaber der B2B-Agentur Plücom, konkrete, direkt umsetzbare Tipps und Anregungen für ihre eigene Kommunikationsarbeit.

Die Gastgeber bei der Hamburger Volksbank, Rita Herbers, Vorständin Vertrieb und Steffen Wüsthoff, Bereichsleiter Firmenkunden und Immobilienkunden, führten durch das Online-Event und sorgten für regen Austausch zwischen den Teilnehmern und dem Referenten Frank Plümer. Plümer hat sich mit seiner in 2007 gegründeten Agentur Plücom auf B2B-Medienarbeit für Weltmarktführer, Mittelstand und Start-ups spezialisiert. Seine Leistungen umfassen Public Relations, Leadgenerierung und Aktivitäten zur Mitarbeitergewinnung. Wie Hidden Champions diese Disziplinen ohne falsche hanseatische Zurückhaltung meistern, erklärte er in seiner Präsentation.

Er startete mit Public Relations, d. h. professioneller Medienarbeit mit Redaktionen von Fachmedien, denn für Innovationsentscheider spielen redaktionelle Medien noch immer eine zentrale Rolle. „Ein Redakteur bekommt 600-800 Meldungen täglich in sein Mail-Postfach“, erklärte Plümer, „die meisten von ihnen wird er ungeöffnet löschen. Da muss man herausstechen mit fertigen Artikeln, die dem Redakteur keine Arbeit machen, sondern die er 1:1 verwenden kann.“ Professionelle Texte sind hier also der Schlüssel zum Erfolg, gekoppelt mit einem Werbebudget. Denn während früher Redaktionen und Anzeigenabteilung bei den meisten Medien strikt getrennt waren, fragen Redaktionen mittlerweile häufig nach Anzeigenschaltungen oder bitten um einen Werbekostenzuschuss. Viele von ihnen bieten außerdem innovative Produkte zur Leadgenerierung zu fairen Preisen an. Ein wertvoller Hinweis, denn, wie Plümer ausführte, gehen die Leadpreise derzeit nach oben und erreichen leicht 350-450 € pro Lead.

Wie sonst finde ich im Netz potentielle Kunden? Plümer empfahl die Landingpage mit Formularseite, wo sich Interessenten mit ihren Kontaktdaten registrieren können, um Zugang zu wertvollem Content zu erhalten. Denkbar sind Checklisten, Webinare, White Paper, Videokurse, Studien und Umfragen oder Best Case-Studies.

Entscheidend ist, Lösungen für die Herausforderungen des Interessenten in den Mittelpunkt des Funnel zu stellen.



Nach der ersten Interaktion mit dem registrierten Interessenten lässt sich der Lead durch die Einladung zu einer nächsten Aktion qualifizieren, wobei dann das Unternehmen abgefragt wird. Es gilt das Prinzip: Wer viel interagiert, ist interessiert und damit für das Unternehmen interessant.

Nächster Schwerpunkt des Vortrags war Social Media, wobei Frank Plümer direkt klarstellte: „Social Media nie ohne Werbebudget. Denn die organisch generierbare Reichweite ist zu gering, es braucht auch bezahlte Reichweite.“ Für die Kundengewinnung im B2B-Bereich empfahl er beispielsweise, eigene moderierte Fachgruppen bei Facebook einzurichten. Dort sollte der CEO des Unternehmens im Dialog mit den Gruppenmitgliedern daran arbeiten, ihre Herausforderungen zu lösen. Derartige Fachgruppen müssen mit Facebook-Ads beworben werden, um die richtigen und ausreichend viele Mitglieder anzusprechen.

Wer von den Teilnehmern noch geglaubt hatte, LinkedIn als kostenloses Verkaufstool nutzen zu können, erfuhr: Nein, Social Selling ist

nicht zu empfehlen. Und auch auf dieser Plattform geht es nicht mehr ohne Anzeigenschaltung.

Da Fachkräftemangel für Unternehmer immer ein Thema ist, präsentierte der Agenturinhaber einige seiner Social Recruiting-Kampagnen. Bei Facebook und LinkedIn hatte er für einen Auftraggeber potentielle Wechsler mit bezahlten Anzeigen angesprochen und dann in ein Bewerbungs-Funnel weitergeleitet. Innerhalb kürzester Zeit konnten auf diese Weise freie Positionen erfolgreich besetzt werden. Plümers letzter Tipp für Start-ups, die Unternehmen gewinnen wollen, überraschte:

„Verschickt Briefe“, riet er, „in digitalen Zeiten ist ein individueller Brief auf Papier wieder aufmerksamkeitsstark.“



Anzeige



Konditionsrechner
starten



hypo 
hamburg.de[®]
Immobilien günstiger finanzieren

Gewerbefinanzierungen
in Kooperation mit

COMPEON

hypo-hamburg.de/compeon



„Es ist ein Privileg, diese Zeiten zu erleben.“

Online-Konjunkturanalyse mit Prof. Dr. Henning Vöpel

Von Gabriela Friedrich

„Welt im Fieber: Was Corona wirklich mit der Wirtschaft macht?“ – diesem Thema widmete sich das Online-Event am 6. April. 18 Teilnehmer hatten sich eingeloggt, um von Prof. Dr. Henning Vöpel, Direktor des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts, Denkanstöße und Prognosen zu erhalten.

Professor Vöpel eröffnete seine Präsentation mit dem Eingeständnis, auch nicht genau zu wissen, was Corona für die Wirtschaft bedeuten wird. Fair und nachvollziehbar, denn wer könnte das schon? Doch dann folgten inspirierende, aufrüttelnde Betrachtungen wie der Hinweis auf die fehlende Resilienz der globalisierten Wirtschaftsketten und die daraus resultierende Notwendigkeit, sich von Just-in-Time-Strategien wieder zu einem Just-in-Case-Ansatz zu entwickeln.

Die Corona-Krise sieht Vöpel als einen Weckruf und eine Chance, die Welt anders zu sehen und zu wachsen; für ihn ist Corona ein Katalysator des Strukturwandels. Wirtschaft und Gesellschaft stehen seiner Ansicht nach vor einem von Corona nur beschleunigten großen Umbau und einer Zeitenwende. Laut dem Experten brauchen wir eine Transformation hin zu einer grünen, nachhaltigen Ökonomie,

einer Gemeinwohlorientierung und einer digitalen Gesellschaft. Dementsprechend hält er zwar restrukturierende Corona-Maßnahmen der Regierung für wichtig, strukturerneuernde Maßnahmen nehmen jedoch an Bedeutung zu.

Mindestens 50 Prozent der Ökonomie wird sich, so seine Prognose, auf sehr starke destruktive Umbrüche einstellen müssen.

Es geht also aktuell um eine langfristig gedachte strukturelle Erneuerung, die erfordert, den Status quo aufzugeben, in Transformation zu investieren und die aufgebrachte Gesellschaft zu beruhigen. Aktuell fragmentiert sich die Gesellschaft immer weiter, Gewinner und Verlierer klaffen auseinander, Freiheit und Demokratie geraten unter Druck durch autoritäre Versuche. Gleichzeitig droht Europa in Bezug auf Technologie und Innovation zurückzufallen, während China und USA die absehbaren Gewinner der Krise sind. Für die deutsche Wirtschaft sieht es noch düsterer aus, erst Ende 2022 dürfte das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht werden; im internationalen Vergleich sind wir bei der Erholung mit am schwächsten. Allerdings werden viele Problemländer der Eurozone auch Ende 2022 noch nicht wieder auf Vor-Corona-Niveau sein, was eine große Instabilität in der Eurozone verursachen wird.

Von Staat und Regierung wünscht sich Vöpel eine große Verwaltungsreform, die Institutionen müssen agiler werden in Zeiten von permanentem, unstem Wandel.

Vor allem aber braucht es mehr unternehmerische Freiheit und Entbürokratisierung, um Erneuerungskräfte zu entfesseln.

Das Unternehmertum müsse ganz oben auf der politischen Agenda stehen, es brauche Unternehmer, die engagiert die Transformation vorantreiben und mehr Fortschritt wagen. Dies erfordere die Transformation konsequent zu gehen, sich andere Ziele wie zum Beispiel Klimaneutralität zu setzen und sich agil, handlungsfähig und flexibel für eine ungewisse Zukunft aufzustellen.

Diese Prinzipien gelten nach seiner Einschätzung auch für den Standort Hamburg, der

unter starkem strukturellem Anpassungsdruck steht. Er droht aufgrund fehlender Dynamik vom Zentrum an die Peripherie zu rücken, weil sich die großen Linien bei Geopolitik, Technologie, Dekarbonisierung, Forschung und Entwicklung, Patentanmeldungen und Start-up-Finanzierung verschieben. Der Rückstand gegenüber dem Süden Deutschlands nimmt stetig zu. Vor diesem Hintergrund muss der Hamburger Senat bei finanziellen Hilfen für die Wirtschaft abwägen, ob es sich lohnt, die entsprechenden Geschäftsmodelle zu retten.

Beunruhigende Zukunftsaussichten? Nicht unbedingt! „Es ist ein Privileg, diese Zeiten zu erleben.“ Mit dieser Aussage beendet Prof. Dr. Henning Vöpel, Direktor des HWWI, seinen Vortrag. „Die Zeit nach Corona ist extrem spannend, viele große Probleme werden durch Innovationen und Forschungsdurchbrüche gelöst werden.“

Eine motivierende Botschaft – danke, lieber Prof. Dr. Henning Vöpel.

Der Wirtschaftsstandort Hamburg droht abgehängt zu werden.

Anzeige

WEITERE INFORMATIONEN - TEL.: 040 54 88 76 86 ODER UNTER FALLENSIEAUF.DE

TAXI AD
DIGITAL

KONKURRENZLOS GÜNSTIG. DIGITALE TAXIDACHWERBUNG, WANN UND WO SIE WOLLEN

SEIEN SIE IHRER KONKURRENZ EINEN SCHRITT VORAUSS UND ZEIGEN SIE IHRE WERBUNG NUR DA, WO IHRE KUNDEN SIND!



„Wachsen mit den Chancen, die die Kunden mitbringen“

Nachhaltige Geschäftsmodelle – das neue Normal

Von Karsten Schulz



Dr. Stefan Trachsler, Carsten Müller und Matthias Domke (v.l.n.r.).

Sie kommen, wenn es zu kalt wird. Oder zu warm. Oder wenn dicke Luft herrscht. Wärme-, Kälte- und Raumluftechnik sind ihr Fach, die entsprechenden Anlagen, nicht selten so gewaltig wie ein kleines Einfamilienhaus, ihr Einsatzort. Aber auch, um Defekten vorzubeugen und die Anlagen zu warten, sind die Mitarbeiter der ELMATIC GmbH mit Sitz in Hamburg bundesweit für ihre Kunden unterwegs. Das Unternehmen ist beständig auf Wachstums- und Erfolgskurs.

In den 1860er Jahren entstand in Hamburgs noblem Stadtteil Winterhude der Rondeelteich, ein, wie der Name schon sagt, rundes Gewässer mit einem Durchmesser von 140 Metern. Knapp 100 Jahre später kam ein junger Kaufmann aus der Schweiz in den Norden, und richtete an eben jenem Rondeelteich sein erstes Büro ein. Norddeutschland heizte seinerzeit die Räume in Häusern und Wohnungen noch mit Kohle- oder Ölöfen. Der Jungunternehmer Willy Trachsler hatte vor, das zu ändern. Mehr noch:

Anstatt die damals noch recht störanfälligen Heizungsanlagen nur zu verkaufen, bot er gleich den Wartungsservice, verbunden mit einem Notdienst, an.

Das war 1957. „Die Brennersysteme für Öl- und Gasheizungen waren damals revolutionär. Kein Nachgießen von Öl und kein Schaufeln von Holzkohle mehr – eben ein riesiger Komfortgewinn“, blickt Matthias Domke auf die Anfänge zurück. Er ist seit 2003 Geschäftsführer Organisation und Betrieb bei ELMATIC. Das Unternehmen, das seit Anfang der 1990er Jahre unter diesem Namen firmiert, hat in den bislang 64 Jahren seines Bestehens einige Wandlungen durchlebt. Der Kerngedanke aber war und ist seit Beginn prägend: „Wir sind technischer Dienstleister für unsere Kunden. Mindestens so wichtig wie der Verkauf ist unsere Serviceleistung. Das gilt heute noch stärker als damals“, fasst Domke die ELMATIC-Philosophie zusammen.

Unsere Servicetechniker
sind das Aushängeschild
unseres Unternehmens.



Arbeitsalltag eines Servicetechnikers (Elmatic-Heizzentrale 9031)

Der Firmensitz von ELMATIC liegt inzwischen nicht mehr am Rondeelteich, aber immer noch am Wasser: an einem Alster-Kanal in Hamburg-Uhlenhorst. Domke führt das Unternehmen gemeinsam mit seinem für Vertrieb und Technik zuständigen Co-Geschäftsführer Carsten Müller sowie dem geschäftsführenden Gesellschafter und Sohn des Firmengründers, Dr. Stefan Trachsler. Die Geschäftsentwicklung zeigt ein stetiges Wachstum, angetrieben durch Expansion: „Bis 2000 gab es im süddeutschen Raum lediglich eine Niederlassung in Karlsruhe. Danach haben wir weitere Standorte gegründet, etwa in Köln, Dresden, Ulm, München, Nürnberg, Dortmund, Würzburg und Bochum“, so Domke.

20 Niederlassungen sind es heute, die Mitarbeiterzahl verdreifachte sich in den vergangenen 20 Jahren auf inzwischen knapp 900.





Unternehmen:
ELMATIC GmbH

Schwerpunkt:
Als inhabergeführter Dienstleister für Gebäudemangement mit über 50-jähriger Tradition steht ELMATIC für Zuverlässigkeit und Schnelligkeit. Brenner, Heizungsanlage oder Lüftungs- und Klimatechnik: In allen gebäudetechnischen Bereichen entwickelt ELMATIC maßgeschneiderte Dienstleistungskonzepte zur Kostensenkung.

Gründung:
1957

www.elmatic.de

Mehr als 500 von ihnen betreuen tausende Kunden in ganz Deutschland und deren Heizungs-, Lüftungs-, Klima-, Kälte-, Regelungs- und Elektroanlagen in Privathaushalten, Kindertagesstätten, Schulen, Bundesbehörden, Krankenhäusern, Gewerbe, Industrie oder großen Handelshäusern. „Als mittelständisches Familienunternehmen wachsen wir mit den Chancen, die unsere Kunden mit sich bringen“, erläutert Domke. „Viele unserer Kunden haben selbst expandiert und wollten uns an ihren neuen Standorten ebenfalls als zuverlässigen Partner. Dadurch sind wir mitgewachsen.“

Die Nähe zu den Kunden ist den Geschäftsführern wichtig. Sie verlieren die Wurzeln des Unternehmens nicht aus dem Blick:

ELMATIC stehe für ein Handwerksunternehmen, das sich als technischer Dienstleister voll auf seine Kunden fokussiere, sich an deren Bedürfnissen ausrichte.

Nach wie vor sind Feuerungstechnik und Heizungen Schwerpunkte der Arbeit. Genauso stark tragen aber inzwischen der Wachstumstreiber Raumlufttechnik, die Gebäudeautomation sowie die Kältetechnik zum Umsatz bei. Dieser knackte im vergangenen Jahr zum zweiten Mal die 100 Millionen Euro-Marke. „2020 haben wir einen Rekordumsatz von 106 Millionen Euro erzielt“, freut sich Geschäftsführer Domke. Dabei blieb ELMATIC noch leicht unter dem angestrebten Unternehmensziel. Die Corona-Pandemie und eine mit ihr ein-

Schulungen für maximale Kundenorientierung der Mitarbeiter

hergehende Zurückhaltung bei Investitionen haben bei ELMATIC nur leichte Bremsspuren beim Wachstum hinterlassen. Allerdings besannen sich die Kunden im Laufe des Jahres darauf, ihre Anlagen für warme oder klimatisierte Räume nicht dauerhaft zu vernachlässigen.

„Unsere Servicetechniker sind das Aushängeschild unseres Unternehmens. Sie verfügen nicht nur über enormes Fachwissen, sondern benötigen auch ‚soft skills‘: Sie arbeiten absolut kundenorientiert, sind kommunikativ und leisten weit mehr als nur einen Dienst an den Anlagen. Dafür werden sie regelmäßig intern und extern geschult und sind mit modernster Technik ausgestattet“, erzählt Domke. Aufträge würden bei ELMATIC beispielsweise bereits seit einem Jahrzehnt mit mobilen Endgeräten digital erfasst, bearbeitet und abgerechnet. Nur jeder dritte Handwerksbetrieb sei bereits vergleichbar digitalisiert.

Die hohen Anforderungen an die Mitarbeiter machen den Kampf um Fachkräfte nicht einfacher. Deshalb bildet das Unternehmen selbst aus, inzwischen verstärkt auch in seinen Niederlassungen. Geschäftsführer Domke rechnet damit, in spätestens zwei Jahren den 1.000. Mitarbeiter einzustellen. Es wäre ein weiterer Meilenstein in der ELMATIC-Erfolgsstory, die 1957 mit einer Idee und unternehmerischem Mut eines jungen Mannes ihren Anfang nahm.

www.AGA.de

Anzeige



Jetzt
unverbindlich
anfragen!

COVID-19 TEST-STATIONEN FÜR IHR UNTERNEHMEN

Für eine umfangreiche Prävention und die Sicherheit Ihrer Kunden und Mitarbeiter bieten wir gemeinsam mit unserem Partner **MEDsan®** in Kooperation mit den **Johannitern** COVID-19 Test-Stationen für Firmen an. Wählen Sie zwischen der Antigen-Schnelltest- oder der PCR-Testmethode und erhalten Sie alle Leistungen aus einer Hand.

COVID-19 SCHNELLTEST Ergebnis innerhalb von 15 Minuten

NEU



MEDsan® SARS-CoV-2 Ag Duo Schnelltest (Einzeltests oder 25er Boxen)

- Einfache Handhabung – alles in einem Set
- Hergestellt und zertifiziert in Deutschland
- Abstrich im vorderen Nasenbereich oder von der Zunge
- Ohne weitere Geräte durchführbar
- Sensitivität (+): 96,7%, Spezifität (-): 100,00%
- Extrem niedrige Nachweisgrenze (LoD): 14,4 TCID₅₀/mL

Diesen und weitere COVID-19 Tests sowie persönliche Schutzausrüstung (u.a. medizinische Atemschutzmasken) finden Sie bei uns im Shop.

shop.hakoh.de

WIR BERATEN SIE GERNE!

SPITALERSTRASSE 11 | 20095 HAMBURG | +49 (0) 40 82 21 257-10 | INFO@HAKOH.COM | HAKOH.COM

Musik ist Leidenschaft. Oder Hintergrundgeräusch.

Wir haben uns entschieden.

INKLANG,
die Hamburger
Lautsprecher
Manufaktur.



Gegründet aus Leidenschaft. Weiterentwickelt mit Beharrlichkeit – Thomas Carstensen machte in der Assetmanagement-Industrie Karriere, bis in ihm der Wunsch immer größer wurde, etwas Eigenes zu schaffen: Eine persönliche Unternehmung, mit der er seine Leidenschaften für Musik, das Streben nach Perfektion und die Liebe zum Design konsequent verwirklichen konnte.

Musik ist mehr als eine gefällige Geräuschkulisse. Sie ist eine Welt, in der Musik Kraft ist und Gefühl. Freude. Traurigkeit. Lebendigkeit. Früher oder später kommt für jeden Menschen der Moment, an dem „netter Sound“ allein nicht mehr genügt, wo man die ganze Energie von Musik erleben will. Das war der Antrieb für Thomas Carstensen Inklang zu gründen: die Hamburger Lautsprecher Manufaktur, die High End Lautsprecher fertigt, customized, nach dem Vorbild der Automobilindustrie. Es geht also um persönlichen Geschmack, Leidenschaft und Freiheit. Themen, die seiner Meinung nach zwingend zur Musik gehören.

Was bedeutet Customizing?

Customizing bedeutet, dass Sie – ähnlich wie beim Kauf eines Autos – Ihren eigenen Lautsprecher konfigurieren. Sie wählen im ersten Schritt das Modell aus, das zu Ihrem Raum, Ihrem Bedarf oder Geschmack passt. Dann wählen Sie die Antriebstechnologie des Lautsprechers, die passiv, aktiv oder wireless sein kann. Es folgt die Oberfläche, also die Farbe der Lautsprecher und das Finish in Matt, Seidenmatt oder Hochglanz. Im nächsten Schritt wählen Sie die Farbe der Metallapplikationen und Standfüsse, unterschiedliche Stoffe für die optionalen Stoffabdeckungen und last but not least, die unterschiedlichen Textilummantelungen der Lautsprecherkabel, die Sie passend zu Ihren Bodenbelägen aussuchen. Es stehen nahezu endlose Möglichkeiten zur Verfügung: acht Modelle, drei Antriebstechnologien, 10 Farben, drei Finishes, zwei Metalloberflächen, vier Textilabdeckungen und vier Kabelmaterialien. Im Rahmen unserer Designer Selection eröffnen sich sogar die Farbwelten der Luxus-Wandfarbenhersteller Farrow & Ball und Caparol Icons.

Nach nur drei bis vier Wochen Produktionszeit liefern wir den individuellen Lautsprecher europaweit an unseren Kunden aus.



Was versteht man unter High End-Klang?

High End definiert den Unterschied zwischen einem netten oder einem faszinierenden Klangerlebnis. Denken Sie an Menschen, die Sie kennenlernen, einige sind nett und andere sind faszinierend. So lässt es sich am einfachsten beschreiben. Genauer gesagt, geht es um die Erfüllung von Ansprüchen, um das, was unsere Lautsprecher leisten müssen. Es geht um ein hochauflösendes Klangbild. Alle Details der Musik müssen leichtfüßig und unkompliziert wahrnehmbar sein, ohne dass Sie sich konzentrieren oder fokussieren müssen. Das muss auch bei niedrigen Lautstärken gelingen. Im Hochtonbereich klingt es luftig und glockenklar, nicht spitz oder schrill. Im Mittelton müssen Stimmen und Einzelinstrumente klar und sauber durchhörbar sein. Auch die Sprachverständlichkeit muss exzellent sein, sodass Sie auch das Fernsehprogramm über die Lautsprecher wunderbar hören können. Bässe klingen präzise, konturiert und trocken. Der Lautsprecher darf also nicht dröhnen oder nachschwingen.



Thomas Carstensen, Jahrgang 1971. Der gelernte Banker hängt seine Karriere in der Asset-Management Industrie an den Nagel und gründet 2014 die Lautsprecher Manufaktur INKLING, deren Produkte mittlerweile europaweit nachgefragt werden.

www.inklang.de

Anzeige



FOTOGRAFIE
Marc Schultz-Coulon

Mitarbeiterfotos · Businessfotos · Veranstaltungen · Präsentationen · PR

Mobil 0172 417 83 22 · Mail : info@schultz-coulon.de

www.schultz-coulon.de



Zusammengefasst müssen alle Details des musikalischen Geschehens voneinander abgegrenzt sein, einzeln wahrnehmbar und mit einem Schuss Wärme und Emotion präsentiert werden, sodass es nicht analytisch oder technisch klingt. Last but not least legen wir unsere Aufmerksamkeit auf das sogenannte Rundstrahlverhalten, den Raumklang. Uns ist wichtig, dass das Klangbild auch deutlich außerhalb der idealen Hörposition, am Esstisch, in der Wohnküche um die Ecke, noch vollständig und räumlich ist. Sie können sich also frei bewegen und überall Ihre Musik genießen.



Wo werden die INKLANG Lautsprecher produziert?

Wir produzieren unsere Lautsprecher direkt im Hamburger Hafen, an der Elbe, umgeben von Containern in einem Hamburger Industriedenkmal auf der Peute-Insel. Eine alte Kaffee- und Margarinefabrik aus den dreißiger Jahren bietet uns einen historischen Rahmen für unsere vollständig digitalisierte Just-in-time Produktion, die wir nach dem neuesten Stand der Technik mit über 34 Zulieferern in sieben Ländern aufgebaut haben.

Unser hoher Digitalisierungsgrad ermöglicht es uns, mit einem sehr kleinen Personalstamm auch höhere Stückzahlen zu produzieren.

Was ist also das Besondere an Ihren Produkten?

Das Besondere ist, dass ich die Freiheit habe, auf der einen Seite Musik auf High End-Niveau zu hören – das ist fantastisch – und gleichzeitig die Lautsprecher so zu konfigurieren und zu gestalten, wie ich sie persönlich für mich am schönsten finde. Ich kann sie auffällig gestalten oder ich kann sie vollständig im Raum zurücknehmen, sodass sie praktisch verschwinden. Das ist einmalig und wirklich etwas Besonderes.



Wo kann ich Ihre Produkte ansehen und anhören?

Es gibt drei Optionen. Zunächst bestellen Sie unsere Produkte grundsätzlich mit einem vierwöchigen Rückgaberecht. Das heißt, Sie können vier Wochen lang Ihren individuellen Lautsprecher zu Hause probieren. Als zweite Option buchen Sie vorab einfach unseren sogenannten Probe-Weekender, mit dem Sie Ihr Lieblingsmodell an einem Wochenende Ihrer Wahl daheim testen können. Das können Sie jederzeit online über unsere Internetseite buchen. Oder Sie besuchen uns im Stilwerk Hamburg, an der Großen Elbstraße, in unserem Showroom und verschaffen sich dort einen Eindruck von unseren Lautsprechern.



**Probieren im
INKLANG-Showroom
im Stilwerk Hamburg**

Anzeige



DA GEHT DOCH NOCH MEHR!

Als führende Experten für Immobilieninvestments in Hamburg sind wir Ihr professioneller Partner beim Verkauf Ihres Mehrfamilienhauses. Wir ermitteln den optimalen Verkaufspreis und finden den passenden Käufer für Sie.

Rufen Sie uns an: **040.411725-0**

zht-k.de

ZINSHAUSTEAM
KENBO 
CHARTERED SURVEYORS

„Leinen los!“ - die Familienunternehmer-Tage 2021

Von Niklas König

📷 Anne Großmann Fotografie



„Erst Wiedereröffnung,
dann Wiederaufschwung.“

Die diesjährigen Familienunternehmer-Tage starteten unter dem Motto „Leinen los! Auf welchem Kurs aus der Krise?“. Die Veranstaltung fand zum ersten Mal in der über 70-jährigen Geschichte virtuell statt. Als Ort der Live-Übertragung fungierten die Bolle-Festsäle in Berlin-Moabit, ein denkmalgeschützter Klinkerbau einer ehemaligen Meierei aus den 1890er Jahren. Der Termin für ihre jährliche Verbandstagung hätte nicht besser liegen können: ausgerechnet in der Woche, in der Grüne und Union ihre Kanzlerkandidaten festgelegt hatten.

Wohl zum letzten Mal – zumindest als Bundeskanzlerin – begrüßten DIE FAMILIENUNTERNEHMER Angela Merkel. Sie skizzierte in einer Videobotschaft die Bemühungen der Bundesregierung, die Unternehmen auf ihrem Weg aus der Corona-Krise zu unterstützen. Anschließend formulierte die Kanzlerkandidatin von Bündnis 90/ Die Grünen, Annalena Baerbock, in ihrer Rede ihre wirtschaftspolitischen Ideen. Im Anschluss an ihren Vortrag stellte die Moderatorin, die Wirtschaftsjournalistin Ursula Weidenfeld, Fragen der Mitglieder. Auch wenn Fami-

lienunternehmer-Präsident Reinhold von Eben-Worlée im Vorfeld betont hatte, dass die Familienunternehmen mit den Grünen der Nachhaltigkeitsgedanke verbinde – bei den Mitgliederfragen wurden einige Differenzen deutlich. Kritik entzündete sich vor allem an Baerbocks Aussagen zur Wiedereinführung einer Vermögensteuer, auch wurde ihr mangelnder Wille zum Bürokratieabbau vorgeworfen.

Im Anschluss daran forderte Christian Lindner, FDP-Bundesvorsitzender, Entlastungen statt Belastungen für die Unternehmen. Er warnte davor, den Betrieben beim Herauswachsen aus der Corona-Krise Knüppel zwischen die Beine zu werfen:

„Dafür wollen wir als FDP geringere Belastungen, bessere Bedingungen für Unternehmertum, mehr Freihandel und eine Rückkehr zur Sozialen Marktwirtschaft.“



Der zweite Tag der Familienunter-Tage 2021 stand ganz im Zeichen der Union: Der CDU-Vorsitzende Armin Laschet und der CSU-Vorsitzende Markus Söder, beide noch kurz zuvor im Rennen um die Unions-Kanzlerkandidatur, gaben sich die Klinke in die Hand. Reinhold von Eben-Worlée konstatierte gleich zu Beginn des Tages: „Die Union hat sich verändert. Sie sind von ihrem wirtschaftsorientierten Kurs abgewichen. 80% der Familienunternehmer sind unzufrieden mit der Wirtschaftskompetenz der Union.“



Anzeige

Gehalt&Lohn
ABRECHNUNGEN EINFACH CLEVER

Gehalts- und Lohnabrechnungen für nur 5 EUR

im Monat pro Mitarbeiter



Bis zu 80% Kostenersparnis



> 20 Jahre Erfahrung



Digitale Prozesse



Jetzt outsourcen und Kontakt aufnehmen.

Ihr Ansprechpartner im Verband: Lennart Mann
Telefon +49 40 401895930 · eMail mann@gehaltundlohn.de · Bleichenbrücke 11 · 20354 Hamburg

Diesem Eindruck versuchte Kanzlerkandidat Laschet entgegenzutreten. Er mahnte an, dass Deutschland mehr über Wettbewerbsfähigkeit sprechen müsse. „In der Pandemie hat man Stärken und Schwächen Deutschlands erlebt. Wir können nicht nur mit Regulierungen und Beschränkungen durch die Krise gehen“, so Laschet in seiner Rede. Steuererhöhungen seien töricht, da Unternehmen Liquidität bräuchten, um Investitionen zu tätigen.

Der bayerische Ministerpräsident Markus Söder antwortete knapp und unmissverständlich auf die Frage, ob Bayern für eine Vermögenssteuer sei: „Never“. Diese sei „juristisch verfassungswidrig und finanzpolitisch sinnlos.“ Mit Blick auf den Klimaschutz forderte der aus München zugeschaltete Söder Instrumente, die mit der sozialen Marktwirtschaft vereinbar sind und machte deutlich: „Bei der CO2-Bepreisung brauchen wir einen marktwirtschaftlichen Ansatz.“ Zuvor hatte bereits Laschet unterstrichen:

„Ja, wir wollen die Klimaschutzziele einhalten, aber wir



müssen auch über Industriearbeitsplätze in Deutschland reden.“

Dass Deutschland ein Industrieland bleibe, sei für ihn „unverrückbar“.

Im Anschluss an die Familienunternehmer-Tage wurde Reinhold von Eben-Worlée von der Mitgliederversammlung als Präsident mit großer Mehrheit wiedergewählt. Der Hamburger Unternehmer steht dem Verband seit 2017 vor.

Mit Blick auf die Bundestagswahl und auf seine nächste Amtszeit erklärte von Eben-Worlée: „Es gibt viele offene Baustellen, die die bisherige Bundesregierung der kommenden hinterlässt und damit auch unserem Verband. Wir müssen zunächst Kurs raus aus der Corona-Krise setzen. Erst Wiedereröffnung, dann Wiederaufschwung. Dafür braucht es die richtigen Rahmenbedingungen und einen Verzicht auf alles, was wirtschaftliche Impulse unterdrückt.“

Entlastung statt Belastung ist die Devise.

Wir brauchen die Wiederbelebung unserer Wirtschaft und einen kräftigen Aufschwung, um den Rückstand gegenüber konkurrierenden Industrienationen aufzuholen, die bereits seit längerem wieder in den Vorwärtsgang geschaltet haben.“



CLOS19
LUXURY CHAMPAGNES, WINES & SPIRITS

HAMBURG
VEUVE CLICQUOT
744 KM

CHAMPAGNE
KRUG
GRANDE CUVÉE
34th EDITION

Ruinart
CHAMPAGNE
BLANC DE BLANC

CHAMPAGNE
Veuve Clicquot
BRUT

SEIEN SIE UNSER GAST

Sie freuen sich schon darauf, Ihre nächste Dinnerparty zu planen? Begeistern Sie Ihre Gäste mit besonderen Party-Sets, Großformaten und Klassikern aus der Champagner-, Wein-, und Spirituosen-Welt und lassen Sie sich schon jetzt inspirieren.

Ihnen fehlt die passende Geschenkidee? Wie wäre es mit einer individuellen Personalisierung, einer außergewöhnlichen Rarität oder limitierten Edition?

Wir bringen Ihre Flaschen direkt zu Ihnen nach Hause - sichern Sie sich jetzt 10% auf Bestellungen ab 100 EUR mit dem Gutscheincode **HHUNTERNEHMER** (siehe Nutzungsbedingungen auf Clos19.com)

ONLINE BESTELLEN AUF CLOS19.COM

Bewusst und verantwortungsvoll genießen - www.massvoll-geniessen.de

Ein Fingerabdruck und Sie sind erkannt!

Zu Besuch bei DERMALOG,
dem Marktführer für Innovation in der Biometrie

Unternehmen:
DERMALOG

Schwerpunkt:
DERMALOG mit Sitz in Hamburg ist Deutschlands Pionier für Biometrie und der größte deutsche Hersteller biometrischer Systeme. Das 1995 gegründete Unternehmen bietet umfangreiche Identifizierungslösungen, darunter leistungsstarke AFIS- und ABIS-Software sowie die neueste Generation von Fingerabdruck- und Dokumenten-Scannern. Die Technik von DERMALOG kommt weltweit in mehr als 250 Installationen zum Einsatz, beispielsweise im Bankwesen, in der öffentlichen Verwaltung und im Grenzmanagement.

Gründung:
1995

Sitz:
Hamburg

www.dermalog.com



Ob Iris, Fingerabdruck, Gesicht, Handfläche oder Temperatur – bei der biometrischen Identifizierung und Authentifizierung gibt es viele Möglichkeiten. Dr. Björn Castan hat Günther Mull, geschäftsführender Gesellschafter von Dermalog und Pionier in der Biometrie, interviewt.

Aus welchem Antrieb haben Sie sich selbständig gemacht? Wollten Sie immer schon Unternehmer werden? Wie sind Sie auf die Idee für die Gründung von Dermalog gekommen?

Ursprünglich hatte ich als Humanbiologe einen universitären Karriereweg eingeschlagen. Im Rahmen meiner Arbeit an der Universität Hamburg beschäftigte ich mich zu diesem Zeitpunkt ausführlich mit der Identifizierung mittels biometrischer Merkmale. Allerdings fehlte mir dabei oft der konkrete Anwendungsbezug. Zu meiner Entwicklung – einem optischen Fingerabdruck-Scanner – erhielt ich dann zahlreiche Rückmeldungen, darunter den Vorschlag, den Scanner als eigenes Produkt auf den Markt zu bringen. Das war im Rahmen meiner Hochschultätigkeit natürlich nicht möglich, was wiederum den entscheidenden Anstoß zur Gründung des Unternehmens gab.

Herr Mull, wie erklären Sie im Elevator Pitch das Geschäftsmodell von Dermalog?

Ob bei der Beantragung eines Reisepasses, der Eröffnung eines Bankkontos oder beim Entsperren des Smartphones: Längst sind biometrische Identifizierungs-Verfahren Teil unseres Alltags und leisten einen entscheidenden Beitrag für den Schutz unserer eigenen Identität. Dermalog gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Biometrie. Als Branchenpionier bieten wir seit mehr als 26 Jahren umfassende Lösungen für die sichere Identifizierung und Authentifizierung. Unsere biometrischen Systeme sind dabei besonders schnell und genau sowie auf die jeweiligen Kundenanforderungen zugeschnitten. Inzwischen werden unsere Produkte in fast 100 Ländern genutzt, um die Identitäten von Millionen Menschen zu schützen.

Was bedeutet für Sie High Performance im Kontext Ihres Unternehmens?

High Performance bedeutet für uns, dem Wettbewerb mindestens einen Schritt voraus zu sein. Uns zeichnet dabei aus, dass wir unseren Kunden stets maßgeschneiderte Lösungen liefern – und das auch in kurzer Zeit. Zudem investieren wir jedes Jahr einen erheblichen Anteil unseres Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

Sie haben neben Ihrem Sitz in Hamburg mehrere Auslandsniederlassungen und auch einen Standort in Berlin. Wie beurteilen Sie die politischen Rahmenbedingungen für Ihr Unternehmen in Berlin im Vergleich zu Hamburg?

Mehr als 26 Jahre nach unserer Gründung fühlen wir uns nach wie vor sehr wohl in Hamburg. Das liegt auch mit an den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die uns die Hansestadt bietet. Für ein weltweit tätiges Unternehmen, wie wir es sind, ist Berlin jedoch ebenfalls von Bedeutung, insbesondere weil dort die Vertretungen zahlreicher Länder ansässig sind.

Ihr Team ist beeindruckend auf über 300 Mitarbeiter gewachsen. Fällt es Ihnen leicht, Top Mitarbeiter für Dermalog zu gewinnen?

Weil IT-Spezialisten mehr denn je gefragt sind, ist der Fachkräftemangel bei uns allgegenwärtig. Wir versuchen mit verschiedenen Maßnahmen, diesem Trend entgegenzuwirken. Beispielsweise kooperieren wir mit verschiedenen Hochschulen in Hamburg oder präsentieren uns Bewerbern auf Messen und Kongressen mit IT-Schwerpunkt.

Sie helfen mit Ihren biometrischen Produkten Regierungen in aller Welt z.B. bei der Einreisekontrolle oder auch bei der Erfassung von Flüchtlingen mit Fingerabdrücken. Gibt es Re-



gierungen, die Sie aus ethischen Gründen nicht beliefern?

Seit vielen Jahren verfügen wir über ein umfassendes Compliance-Programm, das weit über die politischen Rahmenbedingungen hinaus geht und selbstverständlich auch den Bereich Geschäftsethik umfasst. Dieses Programm bildet stets die Grundlage für unser wirtschaftliches Handeln.

Welche Pläne haben Sie für die Zukunft von Dermalog?

Wir wollen weltweit die Nr. 1 für nationale biometrische Identifizierungslösungen werden und mit unseren Produkten beispielsweise die Ausgabe betrugsicherer Dokumente wie Personalausweise und Reisepässe gewährleisten. Mit mehr als 250 Installationen weltweit sind wir da auf einem guten Weg.

Vielen herzlichen Dank für das Interview.

Anzeige

DIE WIRTSCHAFTSKANZLEI MIT DEM PLUS

Unsere Rechtsanwälte setzen sich in allen zivil- und wirtschaftsrechtlichen Themen für den Mittelstand ein

+49 (0) 40 8221822

info@korten-ag.de

Büro Hamburg:
Neuer Wall 44
D-20354 Hamburg

Büro München:
Widenmayerstraße 36
D-80538 München

Büro Göttingen:
Düstere-Eichen-Weg 35
D-37073 Göttingen

K⁺
KORTEN
RECHTSANWÄLTE AG



Mit High Innovation gegen die Pandemie

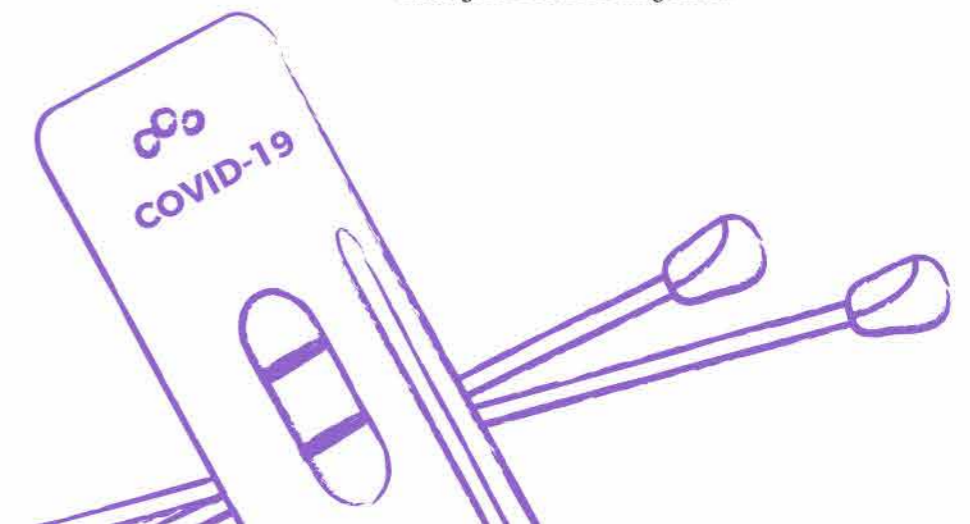
Corona-Schnelltests, rasant entwickelt und optimiert

Von David Friedemann

Malte Wettern und David Friedemann im Gespräch mit Dr. Thomas Wüstefeld, Inhaber und CEO der sanaGroup. Die Unternehmensgruppe ist Hersteller und Vertreiber immunbiologischer und isopathischer Arzneimittel, darüber hinaus sind weitere Tochterunternehmen spezialisiert auf die Entwicklung, Herstellung, Konfektionierung und Vermarktung von innovativen und hoch effizienten mono molekularbiologischen Diagnostikprodukten.

Gegenüber der historischen Oldtimer Tankstelle in altem Gemäuer am Brandshof in Rothenburgsort steht unscheinbar ein HighTech Labor, welches besonders in Zeiten der Corona Pandemie mit Innovationsdrang und schnellen Prozessen Schlagzeilen macht.

Besondere Bekanntheit erlangte das Unternehmen im letzten Jahr mit der Entwicklung von Corona Schnelltests mittels Mund-/Nasenabstrich mit validem Testergebnis in 15 Minuten. Mehr als 400.000 dieser Tests werden Tag für Tag produziert und bringen in vielen Bereichen ein Stück Normalität zurück. Auch wir werden vor unserem Gespräch im hauseigenen Testzentrum getestet.





„Unsere Mitarbeiter werden zweimal wöchentlich PCR getestet“ erfahren wir während unserer Wartezeit auf das Testergebnis. „Der PCR Test liefert ein 99,4 Prozent sicheres Ergebnis. Auch Schnelltests liefern zuverlässige Ergebnisse, jedoch werden die Schnelltests häufig nicht richtig angewendet. Die Entnahme der Probe ist dabei nicht das Problem, sondern die Geduld“, so die Mitarbeiterin im Testzentrum.

„Man sollte unbedingt die genaue Zeit im Blick behalten und nicht voreilig ein negatives Testergebnis annehmen, nur weil der Kontrollstreifen erscheint.“

Der Test benötigt 15 Minuten, um das Ergebnis anzuzeigen. Bis zur Reaktion auf dem Teststreifen kann es also dauern und oft erscheint der Streifen für ein positives Ergebnis auch erst nach 15 Minuten.“

Schnelltests in den Schatten und revolutioniert ganz nebenbei die bisherigen PCR Tests.

„Der PCR Test ist durch die Pandemie ins Licht der Öffentlichkeit gerückt. Diese Art von Test gibt es jedoch bereits seit vielen Jahren und für den SarsCov2 Virus wurden die Genomdaten spezifisch angepasst. Mittels PCR Test bekommt man das sicherste Testergebnis. Es wird nicht nur getestet, ob man positiv ist, sondern auch ob man negativ ist. Ein PCR Test dauerte bisher sehr lang und wurde jeweils einzeln ausgewertet. Mit dieser kleinen Box und einer neuen Verfahrensweise der Auswertung teils mittel KI, haben wir bereits jetzt die Möglichkeit 90 Personen in ca. 30 Minuten zu testen. Ein Paukenschlag im täglichen Leben mit der Pandemie. Die nächste Generation dieser



Wir treffen Dr. Thomas Wüstefeld in seinem Büro am Hamburger Firmensitz. Die neueste Entwicklung des Unternehmens stellt die bisherigen

Testmöglichkeit wird die Zeit für die Testung von 14 Personen pro Gerät auf ca. 15 Minuten verkürzen“, erklärt Dr. Thomas Wüstefeld die neueste Innovation des Unternehmens.

„Da diese Tests besonders sicher sind, laufen bereits Gespräche mit Luftfahrtunternehmen, Kreuzfahrtanbietern, Konzertveranstaltern und vielen weiteren Branchen. Beispielsweise vor einem Konzertbesuch könnten alle Besucher innerhalb kürzester Zeit PCR getestet werden“, so Wüstefeld.

Wie gelingt es Ihnen in Zeiten der Pandemie und extremer Nachfrage die Innovationskraft zu behalten?

„Wir sind seit 40 Jahren ein Familienunternehmen. Unsere fachliche und technische Kompetenz kommt jetzt besonders zum Tragen. Um weiter nach vorn zu gehen, haben wir unser Team im letzten Jahr in allen Bereichen erweitert. Die Anzahl unserer Mitarbeiter hat sich vervierfacht und wird vermutlich weiter steigen.“

Allein an diesem Standort sind bereits 12 Nationalitäten vertreten.

So haben wir jetzt nicht nur verstärkt Naturwissenschaftler im Team, auch alle anderen Bereiche von der Forschung bis zum Vertrieb wurden ausgebaut. Wir sind ein bisschen wie ein Start-up, obwohl wir unsere Kompetenzen über viele Jahre hart erarbeitet haben“, lacht Wüstefeld.

Welche Schritte stehen als nächstes an?

Dr. Thomas Wüstefeld: „Natürlich möchten wir auch hier am Standort wachsen. Dazu sind wir bereits mit der Stadt Hamburg im Gespräch, wie die Fläche erweitert werden kann und welche Möglichkeiten bestehen, benachbarte Grundstücke zu nutzen. Darüber



hinaus sind wir auch international aktiv und erweitern unsere Standorte. Wenn die neue Form der PCR Testung überall möglich wird, können wir damit einen erheblichen Beitrag leisten.

Auch unsere Forschungen für Medikamente zur Milderung schwerer Verläufe gehen voran. Neben dem Impfschutz ist unser Ziel, auch hier aktiv zu werden und unsere gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen, um eben diese Verläufe deutlich abzuschwächen und eine schnelle Genesung herbeizuführen.“



Unternehmen:
sanaGroup
MEDsan® GmbH

Schwerpunkt:
Die MEDsan® GmbH ist ein unabhängiges Unternehmen der sanaGroup, das sich auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von innovativen und hoch effizienten Medizinprodukten konzentriert.

Wir profitieren von über 44 Jahren Erfahrung in unserer Unternehmensgruppe, insbesondere in immunbiologischen und isopathischen Arzneimitteln, Medizinprodukten und Nahrungsergänzungsmitteln. Unsere Präparate und Produkte vereinen langjährige Erfahrung mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen.

Sitz:
Hamburg

www.sanagroup.org

Worauf sind Sie besonders stolz?

„Die Entwicklung der Ultra-RT-PCR war schon ein großer Erfolg. Damit wird der SarsCov2 Virus mit 99,4-prozentiger Sicherheit erkannt. Besonders war die damit verbundene Zulassung bei der US-FDA und bei der WHO. Diese ist regulatorisch eine wirkliche Herausforderung und nicht so leicht zu bekommen.“

Wir hatten innerhalb kürzester Zeit mehr als 20 Mio. Bestellungen von Kliniken und Pflegeeinrichtungen.

Wir testen damit nicht nur Mitarbeiter der HPA Hamburg, der Polizei Hamburg, sondern auch im Profisport ganze Fußball-, Basketball- und Handballteams. Darüber hinaus natürlich sehr viele Menschen in unserem Testzentrum.“



„Unsere Mitarbeiterzahl hat sich im letzten Jahr vervierfacht.“

Welche Hürden sehen Sie in den kommenden Jahren?

„Das schnelle Wachstum und die extreme Geschwindigkeit der Innovationen zeigt nicht selten bürokratische und regulatorische Grenzen auf. Besonders im medizinischen Bereich. Um die Produktion von PCR Enzymen zu gewährleisten, müssen wir beispielsweise auf eine außereuropäische Produktion zurückgreifen. Das liegt nicht am Produkt selbst, sondern an den

Hürden einer Produktionsplanung vor Ort und kann im Zweifel die Innovationskraft schmälern“, so Wüsterfeld.

„Neben der Corona Pandemie wird uns in den kommenden Jahren auch das Thema Multiresistente Keime deutlich mehr beschäftigen. Die dadurch hervorgerufenen Krankheitsbilder sind so vielfältig wie die Keime selbst. Hierfür gibt es noch kein Allheilmittel und die Gefahr wächst, sich mit diesen Keimen anzustecken. Die daraus resultierenden Gefahren für die Gesundheit wachsen von Tag zu Tag.“

Wie schätzen Sie den aktuellen Verlauf der Pandemie ein?

„Natürlich wünschen sich alle schnellstmöglich das normale alltägliche Leben zurück und die Pandemie bringt nicht wenige Menschen an die persönlichen Grenzen des Machbaren. Dennoch stellen wir bei der Auswertung auch nach wie vor unterschiedlichste Mutationen fest. Eine erste Form der indischen Mutation haben wir in unserem Labor entdeckt. Erfreulich ist, dass die Zahl der geimpften Personen stetig wächst und sich der Verlauf der Pandemie abmildert, es ist dennoch Vorsicht geboten und es bedarf wohl noch etwas Durchhaltevermögen.“



Anzeige



DR. THOMSEN & KOLLEGEN – DIE SPEZIALISTEN FÜR IHRE ZAHNGESUNDHEIT



- Dr. Jens Thomsen**
Zahnarzt und Arzt
Ästhetische Zahnheilkunde und Prävention, Schnarchtherapie
- Dr. Tore Thomsen**
Zahnarzt
Ästhetische Zahnheilkunde, Wurzelkanalbehandlungen, Abrasionsgebisse
- Dr. Coralie Thomsen**
Fachzahnärztin für Kieferorthopädie, unsichtbare Zahnspangen
- Dr. Giedre Matulienė**
Fachzahnärztin für Parodontologie, Peri-implantitisbehandlung
- Dr. Rafael Hasler**
Fachzahnarzt für Oralchirurgie, Implantologie

Sie haben Fragen? Für ausführliche Informationen besuchen Sie unsere Homepage, oder rufen Sie uns an.

Heilwigstraße 115 | 20249 Hamburg | Tel: 040-445971 | www.dr-thomsen.com



Der Unternehmenskaufvertrag (SPA)

– Ein Zentraler Bestandteil von M&A-Transaktionen

Von Peter Plennert

Der Autor



Peter Plennert ist Rechtsanwalt und Senior Manager bei der KPMG Law Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Hamburg. Seit mehreren Jahren berät er Familienunternehmen und deren Gesellschafter bei Unternehmenstransaktionen, in allen Bereichen des Gesellschafts- und Handelsrechts und bei Umstrukturierungen.

Einführung

In Anschluss an die in der vorherigen Ausgabe beschriebene Due Diligence folgen im weiteren Ablauf einer M&A-Transaktion typischerweise unmittelbar die Vorbereitung, die Verhandlung und der Abschluss eines Unternehmenskaufvertrages bzw. Anteilskauf- und Abtretungsvertrags, auch englisch „Share Purchase Agreement“ oder kurz „SPA“ genannt.

Das SPA ist aus mehreren Gründen von zentraler Bedeutung für eine M&A-Transaktion:

- Zum einen überführt es die wirtschaftlichen Einigungen der Parteien und die Erkenntnisse aus der vorangehenden Due Diligence in rechtliche Vertragsbestimmungen, die die gefundenen Einigungen und Erkenntnisse aus den vorangehenden Schritten dokumentieren.
- Zum anderen ermöglicht erst das SPA mit seinen noch darzustellenden Regelungsinhalten die rechtlich wirksame Umsetzung bzw. den Vollzug der M&A-Transaktion, also die Übertragung des Eigentums an dem veräußerten Unternehmen.
- Schließlich wirkt das SPA zudem noch über den Vollzug der Transaktion hinaus, indem es auch für eine gewisse Zeitdauer nach dem Vollzug die wechselseitigen Rechte und Pflichten der Parteien regelt, beispielsweise für den Fall einer erst nachträglich bekannt werden den Beeinträchtigung des veräußerten Unternehmens.

Abhängig von den zu übertragenden Gesellschaftsanteilen oder Vermögensgegenständen unterliegt das SPA nach deutschem Recht teilweise auch besonderen Formanforderungen. So erfordern der Verkauf und die Übertragung von Geschäftsanteilen einer GmbH oder von Grundstücken eine notarielle Beurkundung des Vertrags.

Einordnung des SPA in den Ablauf einer M&A-Transaktion

Das SPA schließt sich – wie bereits erwähnt – typischerweise an die Due Diligence an. Unter Umständen wird mit der Erstellung des Entwurfs des SPA und dessen Verhandlung bereits vor Abschluss der Due Diligence begonnen.

Eine der beiden Parteien – also Verkäufer oder Käufer – erstellt hierzu zunächst den ersten Entwurf eines SPA bzw. lässt diesen im Regelfall von ihrem rechtlichen Berater vorbereiten. Dieser erste Entwurf reflektiert deshalb zunächst die Interessen der erstellenden Partei, ist also entweder verkäufer- oder käuferfreundlich ausgestaltet.

Die andere Partei reagiert auf diesen ersten Entwurf mit einer ersten Überarbeitung, in deren Rahmen sie den Entwurf – oder zumindest die für sie wesentlichen Regelungen – zu ihren Gunsten umgestaltet. Erst- und Zweitentwurf (bzw. englisch „First Draft“ und „Mark-Up“) des SPA bilden somit die wechselseitigen Extrempositionen der Parteien im Hinblick auf die vertragliche Ausgestaltung.

Nun ist das Feld eröffnet für die eigentlichen Verhandlungen des SPA zwischen den Parteien, die im Rahmen gemeinsamer (persönlicher oder virtueller) Termine stattfinden. In diesem Rahmen erarbeiten die Parteien, idealerweise begleitet von ihren rechtlichen und steuerlichen Beratern, nach und nach eine gemeinsame Vertragsfassung, die die gefundenen Kompromisse widerspiegelt.

Die erfolgreich abgeschlossenen Verhandlungen führen sodann zur Unterzeichnung des SPA (englisch auch „Signing“ genannt).

Typische Inhalte eines SPA

Um eine sinnvolle vertragliche Grundlage für die Transaktion zu bilden, enthält das SPA im Regelfall insbesondere die folgenden inhaltlichen Regelungen:

- Die Vertragsparteien werden zu Beginn des Vertrags möglichst genau bezeichnet, damit später keine Zweifel oder Missverständnisse im Hinblick auf die Identitäten von Verkäufer und Käufer auftreten.
- Nach der Parteibezeichnung erfolgt sodann eine kurze Beschreibung der Hintergründe der Transaktion und der Absichten der Parteien. Diese Präambel ist nicht im engeren Sinne Bestandteil der vertraglichen Regelungen, sondern dient dem besseren Verständnis der nachfolgenden Vertragsbestimmungen.
- Die eigentlichen rechtlichen Regelungen des Vertrags beginnen mit einer Beschreibung der gesellschaftsrechtlichen Struktur der Zielgesellschaft. An dieser Stelle erfolgt häufig bereits die konkrete Bestimmung und Definition der zu übertragenden Gesellschaftsanteile. Die konkrete Bestimmung der zu übertragenden Anteile ist wesentliche Voraussetzung für deren wirksame Übertragung.
- Die zentrale technische Regelung des SPA enthält sodann die wechselseitigen Kauf-, Übertragungs- und Annahmeerklärungen der Parteien, die eine rechtlich wirksame Veräußerung und Übertragung der Gesellschaftsanteile herbeiführen. Zum Schutze des Verkäufers erfolgt die Übertragung des Eigentums an den Anteilen jedoch üblicherweise nicht mit sofortiger Wirkung bei Unterzeichnung („Signing“) des SPA, sondern erst nach Eintritt bestimmter Bedingungen beim Vollzug der Transaktion („Closing“, hierzu sogleich).
- Der Vertrag enthält deshalb im Regelfall umfangreiche Regelungen dazu, welche Bedingungen für einen wirksamen Vollzug der Transaktion, also das „Closing“, erfüllt werden müssen und wann das Closing stattfinden soll. Zentrale Bedingung aus Sicht des Verkäufers ist hierbei die Zahlung des vereinbarten Kaufpreises, da er das Eigentum erst verlieren soll, wenn er den Kaufpreis erhalten hat. Darüber hinaus ist oft auch eine Kartellfreigabe erforderlich, die dann ebenfalls in den Vollzugsregelungen reflek-

tiert würde. Der Vollzug kann darüber hinaus zudem von ergänzenden Vollzugshandlungen abhängig gemacht werden. Der Verkäufer verpflichtet sich zudem, das Unternehmen bis zum Closing ordnungsgemäß weiterzuführen.

- Wesentlicher Bestandteil des SPA ist – nicht nur aus wirtschaftlicher Sicht – die Vereinbarung über den vom Käufer zu zahlenden Kaufpreis. Häufig wird zudem für bestimmte Fälle – beispielsweise bei Unterschreiten einer ursprünglich vereinbarten Eigenkapitalquote der Zielgesellschaft – eine Kaufpreisanpassung vereinbart.
- Für den Käufer, der die Zielgesellschaft bislang nur eingeschränkt kennenlernen konnte, sind bestimmte Garantien und Freistellungen des Verkäufers im Hinblick auf das Unternehmen sehr wichtig. In diese Regelung fließen auch die Erkenntnisse aus der vom Käufer durchgeführten Due Diligence ein – für dort identifizierte Risiken wird der Käufer eine entsprechende Garantie oder Freistellung fordern.
- Liegt eine Garantieverletzung vor, was sich üblicherweise erst eine gewisse Zeitdauer nach Closing zeigt, enthält das SPA auch hierfür dezidierte Regelungen, auf deren Grundlage der Käufer vom Verkäufer Ersatz des ihm (oder der Zielgesellschaft) entstehenden Schadens verlangen kann. Aus Gründen der Klarheit schafft das SPA üblicherweise ein eigenes in sich geschlossenes vertragliches Haftungssystem unter gleichzeitigem Ausschluss nicht zwingender gesetzlicher Haftungsregelungen. Hart verhandelt werden in diesem Zusammenhang etwaige Höchst- oder Mindestersatzsummen sowie die Länge des Zeitraums nach Closing, in dem der Käufer seine Rechte noch geltend machen kann.
- Das SPA wird schließlich noch von ergänzenden Regelungen abgerundet, beispielsweise zum anwendbaren Recht, zum anwendbaren Gerichtsstand (häufig wird auch eine Schiedsklausel vereinbart) sowie zur Vertraulichkeit des Vertrags.

Zusammenfassung

Die Vielzahl der rechtlichen Regelungen eines SPA und dessen Zustandekommen macht deutlich, dass diesem Vertrag eine wesentliche Bedeutung für jede M&A-Transaktion zukommt. Den Parteien bieten sich in diesem Rahmen vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, die sie, unterstützt von ihren rechtlichen und steuerlichen Beratern, in ihrem Sinne nutzen können.

Gold & Silber

Produkte in Gold und Silber -
Luxus-Touch für den Alltag oder faszinierend schöne Wertanlage.



Moët Impérial Bright Night

Eine Magnumflasche Moët Impérial Bright Night steht bei jeder Party im Mittelpunkt. Diese leuchtende Champagnerflasche zelebriert das Nachtleben mit einem effektiv illuminierten Flaschenboden.

www.clos19.com

131 €



799 €

DELONGHI EC9335.M La Specialista silber Siebträger-Espressomaschine

Die LaSpecialista ist eine Hybrid Maschine – sie kombiniert die Vorteile der Vollautomaten mit den Vorteilen der Siebträger.

www.elektro-alster-nord.de



ab 2,95 €

Buchstaben-Ballons

Kreieren Sie Ihre Botschaft mit aufblasbaren Buchstaben-Ballons. Optimal für Mitarbeitergeburtstag oder Re-Opening, Die Buchstaben haben Ösen und können als Girlande aufgehängt oder mit doppelseitigem Klebeband an eine glatte Wand geklebt werden.

www.happyballoon.de



ab 32.500 €

Edle Tradition am Finger

Der Siegelring in 750/000 Gold wird als individuelles Einzelstück in Handarbeit angefertigt, das Wappen von Hand in die Platte getrieben. Durch diese Technik ist das Wappenbild besonders deutlich zu erkennen.

www.Goldschmiede-Bergmann.de



4.850 €

Iron Walker Damen Automatik

Inspiziert von den waghalsigen Stahlbauarbeitern der New Yorker Wolkenkratzer aus den 1920er-Jahren überzeugt die Wempe Glashütte I/SA Iron Walker Kollektion mit einer leistungsstarken Kombination aus technischer Kompetenz und eleganter Strahlkraft.

www.wempe.com

Pinball Wizards

Die Skulpturen des Spaniers Samuel Salcedo sind vom 8.5. - 31.10. auf der Bad RagARTz 2021 zu sehen. Die Skulpturen sind in einer Auflage von 3 plus 1 AE bei der Galerie Robert Drees zu erwerben.

www.galerie-robert-drees.de



ab 25.000 €

Braun Rasierer Gold

Der Series 9 9340s + Rasierer in der Premium Edition mit 20% mehr Akkuleistung im Vergleich zum vorherigen Series 9 Rasierer und einem Pro-Display mit Anzeige, wann der Rasierer gereinigt und das Scherteil gewechselt werden muss.

www.elektro-alster-nord.de



369 €

Anzeige



Consulting mit 8 Mitarbeitern im Loft überm Kanal.
Aussichten: Fragen Sie einen Consultant.

Wäscherei mit 150 Mitarbeitern in gemieteter Immobilie.
Aussichten: Flauschig!

Logistikunternehmen mit 211 Mitarbeitern in der Innenstadt.
Aussichten: Was wiegt ein Datenpaket?

Immobilienverwaltung mit 32 Mitarbeitern in eigener Immobilie.
Aussichten: Irgendein Wasserhahn tropft immer.

Galerie mit einer Mitarbeiterin im Hinterraum im Gängeviertel.
Aussichten: Chinesischer Sammler kommt morgen ...

Noch unbestimmtes Gewerbe mit zweieinhalb Mitarbeitern und einer Katze in einer geliehenen Garage.
Aussichten: Glänzend!

Jede Unternehmung birgt Risiken und Chancen.
Widmen Sie sich den Chancen und lassen Sie die Risiken bei uns.

PANTAENIUS
Unternehmensversicherungen

Hamburg · Düsseldorf · München · pantaenius.eu

Antizyklisch investieren

Dank maximaler Kundenzufriedenheit stark in der Corona-Krise

Von Dr. Björn Castan



Während viele Einzelhändler aufgeben müssen, ist Torquato gut durch die Lockdowns gekommen und hat mit dem Torquato Haus sogar ein neues Geschäft eröffnet. Dr. Björn Castan wollte von Axel, Max und Moritz Stürken, Leuchtturm Gruppe, wissen, was hinter ihrem Erfolg steckt.

Was bedeutet der Name Torquato?

Torquato ist ein italienischer Vorname, wir haben uns vom Theaterstück Torquato Tasso von Goethe inspirieren lassen. Torquato Tasso gilt als der wichtigste Schriftsteller der italienischen Renaissance. Wir fanden, das passt zu uns.

Wie sieht High Performance in Ihrem Unternehmen aus?

Wir sind davon überzeugt, dass wir als Unternehmen dann am erfolgreichsten sind, wenn unsere Kunden mit uns besonders zufrieden sind.

Mit High Performance verbinden wir deshalb das Streben nach maximaler Kundenzufriedenheit, in dem wir alles, was wir tun, möglichst exzellent machen und unsere Kunden begeistern.

Erläutern Sie uns das Konzept Ihres Torquato Hauses?

Mit dem Torquato Haus schlagen wir ein völlig neues Kapitel in der Geschichte unserer Läden auf. Sie sollen Oasen der Ruhe und Ästhetik sein, in denen man die Dinge genießen und auf sich wirken lassen kann. Im Torquato Haus zeigen wir auf rund 400 Quadratmetern über mehrere Etagen eines Stadtpalais aus dem 19. Jahrhundert so viel von unserem Sortiment wie noch nie zuvor. Im Torquato Tasso Café laden wir unsere Kundinnen und Kunden ein, zu verweilen und sich vom Trubel der Stadt zu erholen.

Ende letzten Jahres haben Sie mit dem Torquato Haus antizyklischen Mut bewiesen, in einer sehr guten Innenstadtlage während der Corona-Pandemie neu zu eröffnen. Wie kam es dazu?

Wir sind zutiefst davon überzeugt, dass der stationäre Handel mit persönlichen Begegnungen und mit Ware zum Anfassen, die man mit allen Sinnen erfahren kann, ein wichtiger Teil unserer Innenstädte, aber auch von Torquato ist. Deswegen haben wir uns von den Umständen, die unser Leben seit über einem Jahr begleiten, nicht entmutigen lassen, sondern die sich bietende Chance, dieses schöne Gebäude für Torquato zu nutzen, beim Schopf ergriffen.



Wie kommt die Leuchtturm Gruppe insgesamt durch die Corona-Krise?

Für alle unsere Marken ist der stationäre Einzelhandel ein sehr wichtiger Vertriebsweg. Durch die teilweisen Schließungen des Einzelhandels in all den Märkten, auf denen wir tätig sind, mussten wir in diesem Bereich empfindliche Einbußen hinnehmen. Zum Teil wurden diese Einbußen durch eine Verlagerung in das B2C-Geschäft kompensiert. Insgesamt ist unsere Gruppe gut durch die Krise gekommen, was wir unter anderem dem enormen Einsatz unserer Mitarbeiter zu verdanken haben.

Wie hat sich seit Beginn der Pandemie das Käuferverhalten für Ihre Produkte verändert? Welche Produkte werden stärker gefragt? Welche weniger?

Ganz am Anfang der Corona-Zeit wurden verstärkt länger haltbare Lebensmittel aus unserem Feinkostsortiment bestellt. Die Nachfrage nach Fitnessartikeln war überwältigend und generell wurden Artikel, mit denen das eigene Zuhause schöner gestaltet werden kann, stärker nachgefragt. Deutlich schwächer war die Nachfrage nach Reisegepäck und nach Kleidung, abgesehen von casual wear.

Fühlen Sie sich ausreichend durch die Politik unterstützt oder haben Sie Wünsche an die Politik?

Wir fühlen uns von der Politik nicht nur nicht ausreichend, wir fühlen uns überhaupt nicht unterstützt! Während des ersten Lockdowns befanden sich Politik und Verwaltung in weitgehender Schockstarre. Es gab keinerlei Hinweise oder Vorschläge, wie man als Unternehmen mit der neuen Situation umgehen sollte. Wir haben uns selbst Konzepte überlegt, die dann auch dafür gesorgt haben, dass wir bisher quasi ohne Infektionen

durch die Krise gekommen sind. Bei den von der Politik im Hinblick auf die Wirtschaft erlassenen Vorschriften handelt es sich erkennbar um Symbolpolitik. Sie sollen Aktivität und Handlungstärkte vermitteln. Sie sind mit der Wirtschaft nicht abgestimmt und dienen auch nicht dazu, den Unternehmen zu helfen.

Torquato setzt auch weiterhin auf einen gedruckten Katalog. Wieso?

Kataloge sind dann ein Auslaufmodell, wenn man darüber austauschbare oder überall verfügbare Produkte vertreibt. Diese Funktion wird heute vom Internet wahrgenommen. Wir bieten unseren Kunden ein kuratiertes Sortiment mit vielen Produkten, die speziell für oder mit uns entwickelt wurden. Unsere Kunden lesen unseren Katalog, um sich überraschen oder inspirieren zu lassen. Der Katalog ist bei Torquato nicht wegzudenken.

Verraten Sie uns Ihre Pläne für die Zukunft der Leuchtturm Gruppe?

In unserer Gruppe beschäftigen wir uns immer mit der Schönheit der wirklichen Dinge. Wir sehen hier ein großes Bedürfnis unter den Menschen, das eher größer als kleiner wird. Auf diesem Wege gehen wir voran und haben dabei vor wenigen Wochen eine kleine Marke unserem Portfolio hinzugefügt. Das Hamburger Start-up Stilform beschäftigt sich mit der Entwicklung hochwertiger Schreibgeräte und hat schon eine ganze Reihe von Designauszeichnungen eingeholt. Seit Mitte April gehört Stilform zu uns.

TORQUATO

Unternehmen:
TORQUATO

Schwerpunkt:
TORQUATO ist ein Premium-Multichannel-Versandhaus. Das Sortiment umfasst mehr als 4.000 Artikel aus den Bereichen Living und Giving. Nur Dinge, die bestimmten Kriterien entsprechen, kommen für die Aufnahme ins Sortiment infrage: So sollten sie eine herausragende Qualität haben, langlebig und mit Sorgfalt gefertigt worden sein. TORQUATO steht für Dinge mit Seele und damit für Produkte, die nicht austauschbar sind, sondern die einen Charakter haben. Die Produkte werden per Katalog, online und in fünf Filialen deutschlandweit verkauft.

Gründung:
2000

Sitz:
Geesthacht

Mitarbeiterzahl:
90

www.torquato.de

TORQUATO ist Teil der LEUCHTTURM GRUPPE, ein 1917 gegründetes Unternehmen, das weltweit ca. 500 Mitarbeiter an 9 Standorten beschäftigt.

Anzeige



Der Hidden Champion aus Bargteheide

Softwareentwicklung im Automotive-Bereich



Anja Pleus ist Inhaberin und Geschäftsführerin der Topmotive Gruppe und führt das 1994 gegründete Familienunternehmen in zweiter Generation. Was vor über einem Vierteljahrhundert mit nur drei Mitarbeitern begann, besteht heute aus mehr als 270 Daten- und Automotive-Experten. Topmotive hat sich auf die Softwareentwicklung im freien Kfz-Ersatzteilemarkt spezialisiert und ist mittlerweile führender Anbieter in Europa. Im Fokus steht seit jeher die Optimierung der Ersatzteileidentifikation und, heute mehr als zuvor, die Digitalisierung der freien Werkstätten.

01 Welches Thema beschäftigt Sie als Unternehmerin (neben den Corona-Einflüssen) derzeit am meisten?

Als Softwareunternehmen spielt für uns das Thema Digitalisierung selbstverständlich eine entscheidende Rolle. Mit unseren Innovationen möchten wir Vorreiter sein und den Markt maßgeblich mitprägen. In all unserem Tun steht der Aspekt „Corporate Social Responsibility“ besonders im Vordergrund. Als Unternehmen in zweiter Generation tragen wir gegenüber unseren Mitarbeitern eine große soziale Verantwortung. Wir machen uns zur Aufgabe, die Werte „Familie“, „sozialer Zusammenhalt“, „soziale Marktwirtschaft“ um den zukunftssichernden Aspekt „Ökologie“ auszubauen. So können wir das weitere nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens festigen.

02 Effektivierung unseres Tuns ist für uns Unternehmer täglich Brot. Inwieweit spiegelt sich High Performance in Ihrem Team / Ihrem Betrieb bzw. in der Arbeit für Ihre Kunden wider?

Ich bin besonders stolz auf unseren Topmotive Family Spirit, den wir trotz Distanz im Homeoffice und starkem Wachstum aufrechterhalten konnten. Insgesamt verzeichnen wir eine hohe Zufriedenheit und eine Verbindlichkeit seitens unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, was sich in einer niedrigen Fluktuation bemerkbar macht. Bei uns steht der Mensch im Vordergrund, nicht die High Performance. Wenn man sich um die Menschen, den Spaß bei und an der Arbeit und gute Rahmenbedingungen kümmert, kommt die High Performance von ganz allein. Die Arbeitswelt ist kein Sprint, sondern ein Marathon über bergiges Terrain.

03 Wie bringen Sie sich persönlich immer wieder zur Hochleistung?

Für mich als ehemalige Leistungssportlerin im Volleyball, jetzige Dreifachmutter und Unternehmerin sind herausfordernde Situationen keine Seltenheit. Diese versuche ich mit viel Sinn für Humor und einem Lächeln zu bewältigen. Ehrlich gesagt, es gibt immer Aufgaben, die auch mir keinen Spaß machen. Zum Glück kann ich mich stets auf mein Team verlassen. Als Motivation halte ich mir dabei vor Augen, wie es sich anfühlt, wenn die Aufgabenstellung gut gelöst wurde. Ich rege mich nicht mehr über Dinge auf, die ich nicht ändern kann. Ich nehme sie an und mache das Bestmögliche daraus.

04 Familienunternehmerinnen sind i.d.R. per se nachhaltig denkend. Wo könnten Bund und Land Sie hierbei noch weiter unterstützen?

Ich wünsche mir eine zukunftsorientierte Politik. Die Schwerpunkte sollten meines Erachtens klar auf der Energiewende, der Bildungspolitik und der Digitalisierung liegen. Die Politik und Verwaltung müssen darüber hinaus flexibel auf neue Situationen reagieren können – ohne Bürokratiewahnsinn – und vor allem über föderalistische und auch bundesweite Ländergrenzen hinweg denken. Das wurde in Zeiten von Corona mehr als deutlich. Ich erhoffe mir, dass die offengelegten Schwachstellen unserer Politik und Verwaltung viele junge Leute motivieren, sich entweder politisch zu engagieren oder auch gerne unternehmerisch tätig zu werden, um die Herausforderungen der Zukunft annehmen zu können.

05 Was schätzen Sie am Norden und seinen Menschen?

Ich mag die Bodenständigkeit. Die direkte und ehrliche Art. Dass das Wort oder der Handschlag immer zählt. Und natürlich die Meere. Momentan schätze ich außerdem die niedrige Inzidenz.



Unternehmen:
TOPMOTIVE Gruppe /
DVSE GmbH

Schwerpunkt:
TOPMOTIVE ist das größte und bedeutendste IT-Unternehmen in der Region Stormarn, Schleswig-Holstein. Die Gruppe aus zwölf Unternehmen bietet ihre Dienstleistungen als Europas führender Softwarehersteller für den Kfz-Ersatzteilemarkt an – mit mehr als 270 Mitarbeitern an neun Standorten in fünf Ländern.

Gründung:
1994

Sitz:
Bargteheide

www.topmotive.eu



Hamburger Originale

Keine Kampagne. Eine Herzensangelegenheit.

Von Falk Röbbelen



Eine Initiative für Zuversicht, Vielfalt und Diversität von Hamburgern für Hamburg.

Schwankende Inzidenzwerte, Zick-Zack-Kurse der Politik, keine Aussicht auf dauerhafte Änderungen – eine Krise, deren Ausmaß auf Gesundheit, aber auch auf Wirtschaft, Gastronomie, Kunst und Kultur noch nicht absehbar ist. Der zweite Lockdown mit seinen Schließungen hat Hamburg zum Stillstand gebracht, unzählige Existenzen stehen auf dem Spiel.

Aber kaum eine Stadt in Deutschland ist so für ihr „Wir-Gefühl“ bekannt wie Hamburg und die Hamburger. So haben sich auch die Hamburger Originale gefunden. Eine Gemeinschaft aus Unternehmern, die branchenübergreifend und aus dem Herzen der Gesellschaft heraus für Hamburg begeistern wollen.

Marc Ciunis, Inhaber des Tortue Hotels in Hamburg, und fünf weitere Hamburger Unternehmer aus der Hospitality Branche, unter ihnen Ingo Peters vom Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten, Marcus van Riesen vom Hotel St. Annen sowie Stephan von Bülow und André Vedovelli von der Block Gruppe kamen bereits im Frühjahr 2020 mit Nils Julius zusammen, um Chancen und Perspektiven zu diskutieren – und zu erarbeiten.

Warum Nils Julius? Julius, ursprünglich Schauspieler und Regisseur, übertrug bereits im Jahr 2000 seine Leidenschaft für Charaktere mit klarer Haltung, Persönlichkeit und Sprachen auf Unternehmen und Produkte mit dem Ziel authentischer Marken. Heute ist er Inhaber, Geschäftsführer und Kreativdirektor der Hamburger Kreativschmiede brand:marke, deren Tagesgeschäft sich um ganz grundsätzliche Fragen dreht: Was ist meine Vision, was meine Mission –wo komme ich her, wo will ich hin? Wie gelingt es, meine Botschaften und Angebote so zu inszenieren, dass ein einheitliches Ganzes und somit eben ein Markenbild entsteht?

So begann also im März letzten Jahres alles mit der Frage, wie es gelingen kann, in Hamburg und über Hamburg hinaus für die Originalität der Hansestadt zu begeistern.

Schnell war klar, dass das nur GEMEINSAM möglich ist.



Als branchenübergreifender Zusammenschluss all jener Facetten, die Hamburg so einmalig machen. Als Spiegelbild der Hamburger Gesellschaft – und nicht nur als Interessengemeinschaft der Hotellerie und Gastronomie. Denn was wäre die Branche ohne intakten Standort, ohne Kunst und Kultur, ohne Einzelhandel und Gewerbe? Nur, wenn es Hamburg als Ganzem gut geht, lässt sich diese Krise bewältigen. Hamburg mit allen Ecken und Kanten. Charakter und Persönlichkeit in aller Gegensätzlichkeit und Vielfalt. Eine Welt aus süßsauer, mehr salzig als glatt: „Warum sollte dieser Zauber der Einmaligkeit nur Persönlichkeiten zu eigen sein?“, wundert sich Nils Julius darüber, dass Städte und Regionen ihre „Originale“ nur mit herausragenden – meist verstorbenen – Menschen besetzen. „Ohne Frage haben Heidi Kabel, Harald Juhnke und Willy Millowitsch ihre Heimat geprägt, doch scheint es uns an der Zeit, dass Hamburg ein Zeichen setzt und allen Akteuren Aufmerksamkeit schenkt, die unsere einzigartige Bühne bespielen und die Spielstätte damit zu dem machen, was sie ist.“

Kein Wunder, dass sich bis heute viele Hamburger Originale begeistern ließen, sich der Initiative und ihren Zielen anzuschließen – auch der Autor dieses Textes.





Viel Arbeit steckt in der sympathischen Kampagne der Hamburger Originals, die Anfang Juni offiziell gestartet ist und unser aller Lockdown-müdes Fernweh adressiert, indem sie den Hamburgern Zuversicht und Heimatliebe sichert und über Hamburg hinaus derart resoniert, dass sie zu einer Reise nach Hamburg inspiriert.

Sie zeigt so augenzwinkernd wie bildgewaltig, wie gut es uns Hamburgern selbst bei Reisebeschränkungen doch wirklich geht. Alle Traumdestinationen und zahlreiche neue Perspektiven vor der eigenen Tür, die in den Reminder münden: „Kannst in Hamburg bleiben für“. Überregional lassen die gleichen Angebote an Urlauber und Reisewillige keinen weiteren Zweifel, wie das Fernweh zu besiegen ist: „Musst nach Hamburg kommen für“ heißt es hier.

„So sind die Hamburger Originals gekommen, um zu bleiben“, sagt Initiator Marc Ciunis. „Wir wollen Hamburgs Originalität und Individualität bespielen. Unpolitisch. Undogmatisch. In jedem Fall aber schnell, flexibel und wendig. Nicht etwa, weil man müde ist von den politischen Diskursen, sondern um zurückzugeben, anstatt immer nur zu kritisieren und zu fordern.“

„Je mehr Hamburger Originals sich als Mitstreiter der als gemeinnützige Gesellschaft geplanten Initiative anschließen, desto lauter wird die Botschaft“, so Marcus van Riesen. „Unser Ziel ist es, kurzfristig eine siebenstellige Medialeistung finanzieren zu können. Wichtiger ist uns jedoch ein optimistischer Ruck aus der Mitte der Gesellschaft.“

„Wir sind für jede Stimme offen, vergeben keinerlei Exklusivität und heißen alle Branchen und Facetten Hamburgs herzlich willkommen. Kurzum: Wir sind ein Hafen für diejenigen, die sich als Hamburger Ori-



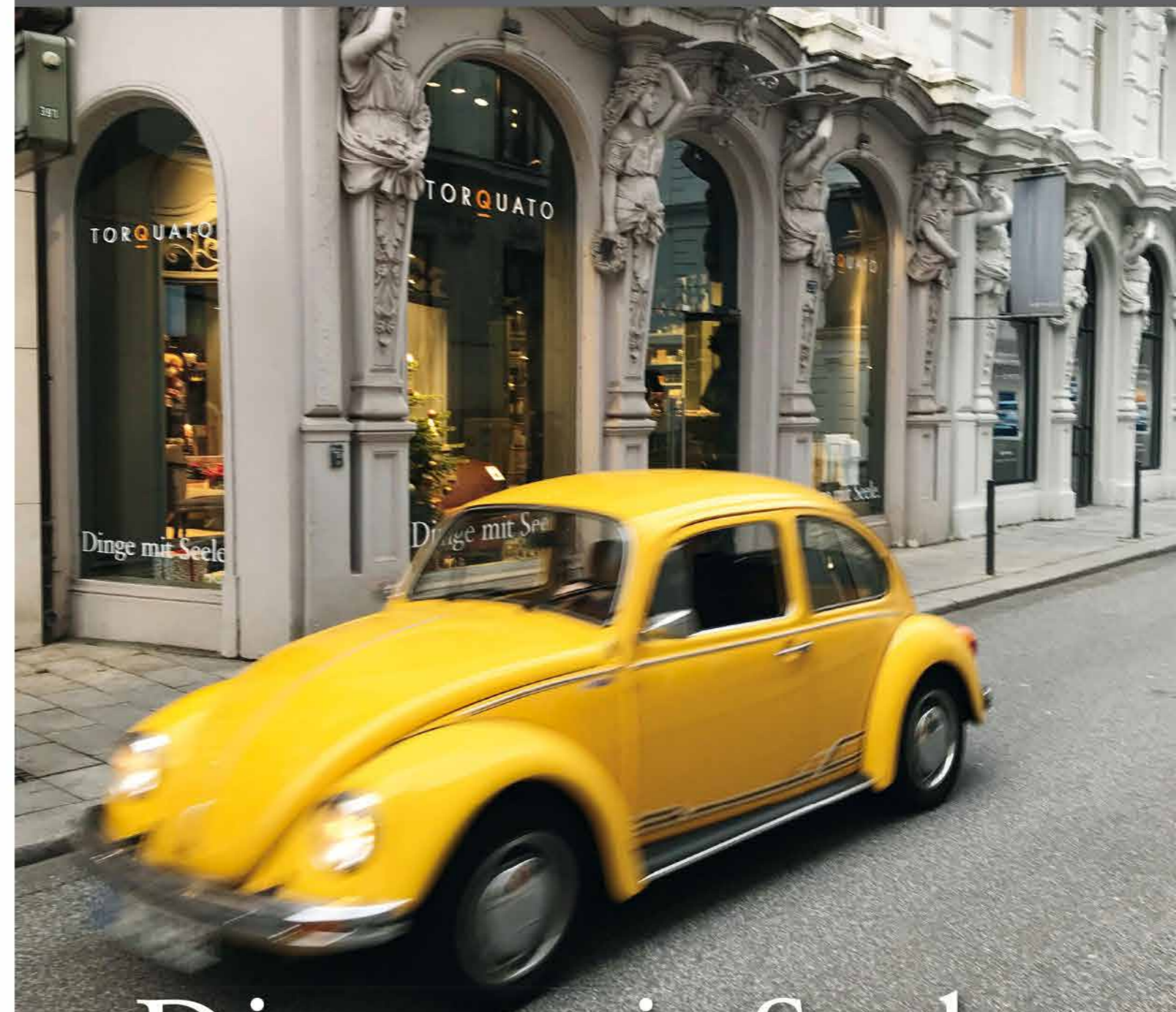
ginale verstehen“, so Ciunis. „Denn Hamburg braucht uns!“ Das kurzfristige Ziel müsse es schlicht sein, unsere Heimat sicher aus der Krise zu führen. Und dabei aller Welt zu demonstrieren, dass wir dies gemeinsam und aus vollem Herzen tun.

Dass in Kooperation mit der Handelskammer auch ein Förderpreis ins Leben gerufen wird, um Hamburger zu ehren, die sich um ihre Stadt verdient gemacht haben, überrascht deshalb wenig. „Vor allem aber gehen wir buchstäblich als Schwamm in jede Begegnung und freuen uns über jedwede Kritik und immer neue Impulse“, so Nils Julius. „Wir sind erst am Anfang dieser Reise. Die Matrix entwickelt sich – die Initiative steht in den Startlöchern und alle Partner, nein, Mitstreiter,“ verbessert sich Julius, „hoffen auf eine baldige, wenn auch neue Normalität.“

Die Hamburger Originals wollen die Wahrnehmung Hamburgs vom „Tor zur Welt“ zum Tor in eine authentische Welt der Vielfalt, Diversität und Herzlichkeit wandeln, in der die ganze Welt zu Hause und herzlich willkommen ist.

Eine unterstützenswerte Aktion!
Wer sich angesprochen fühlt und unterstützen möchte, erhält weitere Informationen unter hamburger-originals.com/partner-werden

TORQUATO



Dinge mit Seele.

Torquato-Haus · Hohe Bleichen 23 · 20354 Hamburg
Montag bis Samstag 10-19 Uhr



Unternehmen im Unklick

Wie ein falscher Klick die beste Performance ausbremsen kann

Von David Friedemann

📷 Marc Schultz-Coulon



Eine falsche Mail geöffnet, eine falsche Datei geladen, einem Telefonat zu viel Vertrauen geschenkt – oder nichts von alledem und trotzdem kann es passieren, dass von jetzt auf gleich nichts mehr funktioniert. Mailkonten gehackt, Serverzugänge gesperrt, wichtige Kunden- und Projektdaten verloren. Dieser Albtraum ereilt von Jahr zu Jahr mehr Unternehmen. Julia Dettmer und David Friedemann im Gespräch mit Anja Ottersberg-Maenner, Leiterin der HDI Niederlassung Hamburg, und Matthias Schramm, Network Partner PERSEUS.

Die HDI entwickelte sich in ihrer mehr als 100-jährigen Geschichte vom Haftpflichtversicherer der Industrie zu einem internationalen, spartenübergreifenden Versicherer. Dabei verbuchte die Sparte der Cyber-Versicherungen in den letzten Jahren das größte Wachstum. Der Cyberspezialist PERSEUS ist seit 2020 ebenfalls ein Tochterunternehmen der Talanx Gruppe.

"Die Cyber-Angriffe auf Unternehmen haben stark zugenommen."

Wir treffen uns in den frisch bezogenen Büroräumen in Hammerbrook. Die Ausstattung wurde bereits auf die neue Arbeitssituation angepasst. Keine festen Büroräume, jeder Arbeitsplatz wird mit CheckIn neu vergeben. Abteilungen werden dabei dynamisch berücksichtigt. Hinzu kommen kleine, offen gestaltete Besprechungsräume.

„Aktuell sind die Räume leider noch verwaist und fast alle Mitarbeiter befinden sich im Homeoffice“, sagt Ottersberg-Maenner auf dem Rundgang durch die Räume.

Alles ist auf eine Rückkehr nach den Corona-Maßnahmen vorbereitet. Von der durchgängigen Messung der Luftqualität bis zur noch neu verpackten Tastatur für jeden Mitarbeiter.

„Die Cyber-Sparte ist im Umbruch, die Angriffe auf Unternehmen haben stark zugenommen“, so Anja Ottersberg-Maenner. „Vor wenigen Jahren war die Cyber-Police ein kleiner Bestandteil der üblichen Unternehmensversicherungen. Doch die gewachsenen Herausforderungen digitaler Infrastrukturen, neue Situationen mit dezentralen Zugriffen der Mitarbeiter von vielen unterschiedlichen Orten und nicht zuletzt die oft schwer ersichtlichen Angriffe über verschiedene Medien, machen eine Absicherung in vielen Fällen unerlässlich. Ein noch so vertrauensvoll klingender Anruf kann ebenso ein Risiko darstellen wie ein Angriff per Mail.“



Welches sind Ihrer Einschätzung nach die wichtigsten Versicherungen für einen Unternehmer und warum?

„Am Anfang sollte immer die Fragen stehen: Was ruiniert mich als erstes?“, sagt Ottersberg-Maenner. „Natürlich ist daher die Haftpflicht-Sparte bei den meisten Unternehmen die wichtigste Versicherung. Anschließend folgt die Absicherung eigener Sachwerte. Oft folgen Transportversicherungen, Technische Versicherungen, Elektronikversicherungen und Weitere. Wenn man beispielsweise eine besondere Maschine hat, ohne die das ganze Unternehmen stillsteht und nichts mehr läuft, dann sollte diese auch als erstes in den Versicherungen bedacht werden. Doch wie so oft – geht in den meisten Fällen Sichern vor Versichern. Bei Neu- oder Umbaumaßnahmen ist es immer hilfreich, den Versicherer von Anfang an mit ins Boot zu holen und entsprechende Sicherungsmaßnahmen umzusetzen. So lässt sich der Schutz erhöhen und gleichzeitig sinken die Versicherungskosten.“



Wie schätzen Sie die Bedeutung einer Cyberversicherung und deren Prämienentwicklung ein?

„In den vergangenen Jahren sind die Anforderungen an die Cyber-Versicherungen und die damit verbundenen Abdeckungen im Schadenfall erheblich gestiegen. Das wirkt sich natürlich auf die Prämie aus. Hinzu kommen die stetig steigenden Schadenfälle. Die Angriffe haben rasant zugenommen und bringen nicht selten ganze Produktionen zum Erliegen. Wir haben ein Team externer IT-Forensiker, um im Schadenfall schnell handeln zu können. Doch die Erfahrung zeigt, dass Schadsoftware oft über einen längeren Zeitraum in bestehende Strukturen eingeschleust wird und die Angriffe gut vorbereitet sind.“

In wenigen Fällen erfolgt der Angriff unmittelbar nach dem Öffnen einer Schadsoftware. Die Häufung und Komplexität der Fälle lassen die Prämien steigen.“

Wie können Mitarbeiter gezielt geschult werden?

„Die Sensibilisierung für Cyber-Sicherheit steckt leider in vielen Unternehmen noch in den Kinderschuhen. Gerade in Zeiten von Homeoffice und häufigen Standort- und Gerätewechseln steigt die Gefahr, dass wichtige Daten ausspioniert werden. Regelmäßige Schulungen sind unerlässlich. Auch wir setzen Schulungen für unsere Kunden um.“

Gemeinsam mit dem Cyber-spezialisten PERSEUS zeigen wir mögliche Schwachstellen auf und erleichtern den Mitarbeitern die Identifizierung möglicher Gefahrenquellen.“

PERSEUS wurde 2017 in Berlin als Universitätsprojekt gegründet und beschäftigt sich ausschließlich mit dem Thema Cyber-Sicherheit.

Matthias Schramm erklärt: „Der Bereich Cyber-Sicherheit besteht aus den Bereichen Technik, Mensch und Notfallmanagement. Alle Bereiche müssen bestmöglich verzahnt werden. Viele Unternehmen arbeiten akribisch an einer Backup-Strategie, um Daten zu sichern. Doch wie können die Daten im Notfall auch schnell wieder verfügbar gemacht werden? Dafür sind die Lösungen oft nur mangelhaft und sehr langsam. Darüber hinaus rückt der Mensch immer mehr in den Mittelpunkt und wird zur Firewall. Gut geschulte Mitarbeiter können gezielt reagieren und unachtsame Handlungen vermeiden. Hierfür erstellen wir gezielte Trainings, um beispielsweise Phishing-Kampagnen zu erkennen.“

Wie geht man vor, falls man doch betroffen ist?

„Für solche Fälle haben wir eine Notfall-Hotline“, beruhigt uns Schramm, „je nach Fall, werden Daten-Forensiker hinzugezogen, staatliche Behörden informiert, Verhandlungen geführt und vieles mehr. Doch soweit soll es bestenfalls nicht kommen. Daher raten wir jedem Unternehmen, sich eingehend mit diesem Thema zu befassen und mögliche Auswirkungen zu berücksichtigen. Dabei unterstützen wir gern.“



monitor | G5
powered by 5 CUBE.digital

WAS SIE VOR DER AUSWAHL EINES ERP-SYSTEMS WISSEN MÜSSEN

Die fünf wichtigsten Dinge, an die Sie bei der Auswahl eines ERP-Systems für Ihr Unternehmen denken sollten:

- 1 Ihr neues ERP-System muss über gute Lösungen für Ihre Schwächen verfügen. Stellen Sie sicher, dass dieses Ihre Stärken verbessern kann.
- 2 Setzen Sie sich konkrete Ziele für die Einführung Ihres ERP-Systems. Was wollen Sie mit Ihrem neuen ERP-System erreichen?
- 3 Das ERP-System muss Ihre Branche als Zielgruppe haben. Daraus ergibt sich kein oder nur geringer Anpassungsbedarf. So bleibt Ihr ERP-System in Zukunft wirtschaftlich, lässt sich einfach erweitern und ist stets up-to-date.
- 4 Das Implementierungsteam ist genauso wichtig wie das System selbst. Es muss Ihr Unternehmen, Ihre Bedürfnisse und Ihre Visionen verstehen.
- 5 Denken Sie langfristig. Ihr ERP-Anbieter muss das Produkt gleichermaßen weiterentwickeln, wie Sie Ihr Unternehmen.

Was hebt das ERP-System Monitor G5 vom Wettbewerb ab?

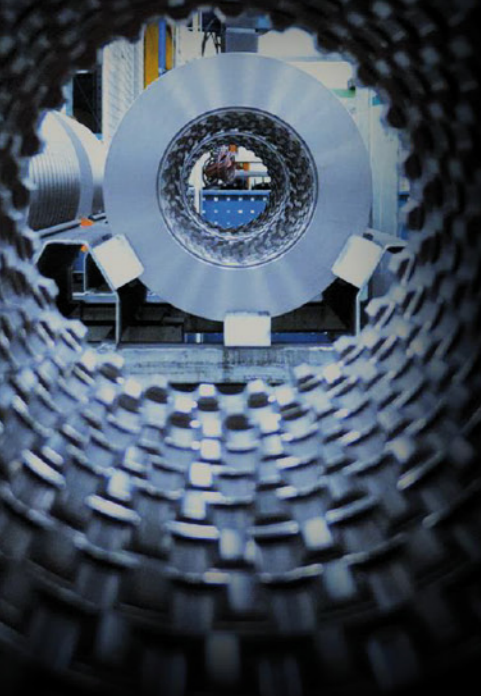
Wir sind zu 100 % auf die Fertigungsindustrie fokussiert und das schon seit Anfang 1974. Das bedeutet, dass unser Produkt über eine extrem breite und tiefe Funktionsvielfalt verfügt, um den Bedarf verschiedenster Fertigungsunternehmen abzudecken. Wir haben fast 5.000 Kunden, die das gleiche Standardsystem verwenden. Das macht MONITOR schnell und einfach zu implementieren und zu betreuen.

Digitalisierung beginnt mit einem Gespräch!

5 CUBE.digital

5CUBE.digital GmbH - Hellgrundweg 111 - 22525 Hamburg

☎ 040 / 22 85 238 – 38 ✉ monitor@5-cube.de 🌐 <https://5cube.digital>



Fa(I)ke News

Von Falk Röbbelen

Die Grünen schreiben ein Wahlprogramm, in dem viele Fragen über das „Wie“ offenbleiben. Zumindest aber das „Wo“ ergibt sich als eine der wenigen konkreten Anhaltspunkte aus dem Titel: „Deutschland. Alles ist drin.“ Darüber regen sich nun grüne Parteigenossen auf, denn „Deutschland“ sei nichtssagend, man könne es sogar negativ assoziieren.

In Düsseldorf regt man sich über ein Plakat eines geplanten Heino-Konzerts auf. Dort steht „Deutscher Liederabend“ und das sei untragbar. Mich wundert eher, dass es bereits jetzt ein Plakat für ein konkretes Konzert gibt.

Aber auch ich ärgere mich momentan sehr über Deutschland. Deutschland ist offensichtlich nicht digital, nicht fähig mit Krisen umzugehen, nicht pragmatisch dafür bürokratisch, kaum diskursfähig und wenn dann aber auf keinen Fall mit Ironie, Deutschland hat einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dessen Aufsichtsräte offensichtlich teilweise nur dann für Meinungsvielfalt stehen, solange andere Meinungen keine Jobs in eben diesem Rundfunk erhalten, Deutschland hat einen Fußball-Bund, dessen Vorstand in Mentalitätsfragen durchaus mit der FIFA konkurrieren kann; Deutschland beschäftigt sich liebevoll mit Gendersternen und Deutschland wird wohl solange Identitätspolitik betreiben, bis auch der Letzte verstanden hat, dass nicht für alle Probleme von Minderheiten die Mehrheitsgesellschaft verantwortlich ist und dass nicht automatisch falsch ist, was ein Nichtbetroffener empfindet und ich bin erstaunt, dass ich mit meiner Corona-Politik-Kritik, wenn auch unwiderlegt, offensichtlich nicht mehr als „politisch korrekt“ gelte und das nicht einmal, weil ich ein heterosexueller, weißer, alter,

cis-Mann bin.

Aber das alles spielt kaum eine Rolle, denn das Bundesverfassungsgericht hat nicht nur den sinnlosen und rechtswidrigen Mietendeckel gekippt und unter absurd wirkendem Applaus von der Bundesregierung das Klimaschutzgesetz derselben Bundesregierung mangels Berücksichtigung von Freiheitsrechten für jüngere Generationen für verfassungswidrig erklärt, es hat leider auch zwei Eilanträge abgelehnt! Obwohl die abgelehnten Anträge in der Hauptsache nicht unbegründet erschienen, so das BVerfG, habe man jedoch in der Folgenabwägung gegen die Antragsteller entschieden. So erging es dem Eilantrag gegen das Infektionsschutzgesetz und ihren an subjektiven Einschätzungen hängenden, rigorosen Freiheitseinschränkungen, aber auch mindestens so dramatisch – und dennoch irgendwie erstaunlich still und heimlich – dem Eilantrag gegen das Eigenmittelbeschluss-Ratifizierungsgesetz. Auch dieser Name ist so wunderbar deutsch, wie er offensichtlich in seiner Länge nicht in unsere schnelllebige Zeit passt. Mit diesem Gesetz sollen die verheerenden wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Pandemie-Politik (ok, ich gebe zu, das Wort „Politik“ habe ich ergänzt!) in der EU eingedämmt werden. Und dafür wird sich Deutschland verpflichten, für bis zu 750 Mrd. Euro Schulden der EU-Mitgliedsländer geradzustehen. Sobald eins der Länder nicht mehr zahlen kann oder aus der EU austritt (hatten wir ja beides noch nie), müssen die anderen EU-Länder einspringen. Deutschlands Haftung könnte sich damit bis 2058 auf jährlich (!) 21 Mrd. Euro summieren.

Lustigerweise hat das BVerfG dieses Risiko gar nicht bestritten, sondern ist schlicht der Auffassung, dieser Fall sei so unwahrscheinlich, dass er nicht eintreten werde. Dabei gibt es nicht einmal einen verbindlichen Tilgungsplan. Von Bundestag und Bundesrat wurde das Gesetz dennoch mit wenigen Gegenstimmen durchgewunken, obwohl dieses Risiko auch dem Bundesrechnungshof eine Warnung wert war. Aber hier sieht das BVerfG anders als offensichtlich im Klimaschutz, wie im gesamten Umgang mit der Pandemie, die Freiheitsrechte jüngerer Generationen nicht gefährdet.

Ich empfehle dem geeigneten Leser nicht, alles auf die Karte zu setzen, dass der schlimmste Fall nicht eintreten wird. Ich habe immer häufiger in letzter Zeit das Gefühl, dass gerade mal wieder der schlimmste Fall eingetreten ist. Aber zumindest bei der Bundestagswahl – da wird der schlimmste Fall doch ganz sicher nicht eintreten, oder? Gruß von Murphy!

Bleiben Sie neugierig!

Anzeige

Wirtschafts- kompetenz von Moin bis Moin.

International denken.
Hanseatisch handeln.

Neue Technologien, rasante Digitalisierung und veränderte Kundenerwartungen stellen weltweit die Geschäftsmodelle auf den Kopf. Unsere Spezialisten helfen mit innovativem Denken und konkreten Lösungen, den Wandel zu meistern – zugeschnitten auf Ihre Anforderungen vor Ort. Erfahren Sie mehr unter www.kpmg.de/hamburg

Heute. Für morgen. Für Hamburg.

Kontakt:

Dr. Jochen Haußer
T +49 40 32015-5630
jhausser@kpmg.com

Timo Marquardt
T +49 40 32015-5314
tmarquardt@kpmg.com

KPMG

„Mich reizt der größtmögliche Kontrast.“

Ateliierge spräch mit Anselm Reyle

Viele sehen in Berlin noch immer den Ort, der New York in den 80er Jahren für den Kunstbetrieb war. Tatsächlich haben zahlreiche der international einflussreichsten Künstler hier ihre Ateliers. Eines der spektakulärsten ist das des an der Hamburger Hochschule HfBK lehrenden Professors Anselm Reyle. Sein Faible für die Romantik lebt er zusammen mit seiner Frau, der Architektin Tanja Lincke, hier in den Ruinen einer alten Werfthalle aus. Betonplatten sind dort zu pittoresken Formationen geschichtet, die Assoziationen an Caspar David Friedrichs Eismeer wecken. Mit Anselm Reyle sprach Rene S. Spiegelberger im Frühjahr dieses Jahres.



Im angelsächsischen Kulturraum gilt der Unternehmer oder Manager, der eine Insolvenz durchlaufen oder eine Sanierung durchlebt hat, als der, der die Feuerprobe bestanden hat. Brüche in Künstlerbiografien sind hingegen eher ungewöhnlich. Gibt es Parallelen im Kunstbetrieb, die man ziehen könnte? Es ist im Kunstbetrieb nicht üblich zu sagen: „Ich mache eine Pause“ und sich diese dann auch offiziell zu nehmen. Für mich war es notwendig, weil ich eigentlich nie Unternehmer werden wollte. Es ist eher so passiert, dass ich angefangen habe, mit Assistenten zu arbeiten. Ich habe gemerkt, dass es Teil meiner Technik ist, mit einem Team zu arbeiten, um letztendlich selbst eine größere Distanz und Objektivität zu meinen Werken zu bekommen. Diesen

Alltag wollte ich irgendwann wieder hinterfragen und aufbrechen, um die Weichen neu zu stellen.

Das war 2014. Sie haben damals gesagt „Ich pausiere“ und sich zwei Jahre aus dem Kunstschaffen zurückgezogen. Was hat das persönlich mit Ihnen gemacht?

Für mich war das eine Notwendigkeit. Je länger ich mir das überlegt habe, desto besser hat es sich angefühlt. Das war natürlich nicht so einfach, denn wir waren ja ein großes Team.

Hat Ihr künstlerisches Schaffen heute für Sie einen anderen Wert? Unterscheiden Sie zwischen vor und nach dem Break, oder tun Ihre Sammler das?

Es gibt formal wahrscheinlich schon Unterschiede, weil ich mir in dieser Pause überlegt habe, wie ich weitermache. Das war erstmal komplett offen. Es war also völlig unklar, was geschehen wird, und das wollte ich auch ganz bewusst so halten. Ich bin teils zu meinen Wurzeln zurückgekehrt, die eher in der gestischen Malerei liegen. Auch diese spontane, offene Reaktion war mir immer sehr wichtig.

Ich bin zum Teil wieder dahin zurückgekommen, dass ich sehr viel mit Fehlern und Zufällen arbeite.

Ich fälle erst wieder Entscheidungen während des Entstehungsprozesses, sodass das Bild nicht von Anfang an feststeht. Ich versuche weniger konzeptuell, sondern mehr prozessual zu arbeiten. Insofern sieht man schon, was davor und was danach entstanden ist. Die Vorbereitungen eines Werkes sind dennoch relativ langwierig. Diese Schritte gebe ich deshalb weiterhin häufig ab. Es gibt davor also ein grobes Konzept für das Bild. Ich kann noch ein paar Details ändern, aber der grundsätzliche Aufbau ist eigentlich schon klar.



Untitled, 2020 - mixed media on burlap, 87 x 73 x 4 cm

Als Materialien verwenden Sie Folien, Farben und Industriematerialien, zum Beispiel aus der Autoindustrie. Eigentlich kommt nur eine Sache fast gar nicht vor und das sind klassische Materialien, die man normalerweise in einem Künstleratelier gewohnt ist. Das klingt für mich so ein bisschen nach Laborcharakter. Spielt da ein System von trial and error eine Rolle?

Das auf jeden Fall. Es hat sich in der Pause jedoch ein bisschen verändert, zum Beispiel ist Keramik beziehungsweise Ton als ein sehr natürliches Material der Plastik hinzugekommen. Ebenso arbeite ich in der Malerei nun häufig mit Jute als Bildträger. Ich mache jetzt Malerei auf einem Untergrund, den man eher aus den 50er und 60er Jahren aus der informellen Malerei kennt. Da setze ich dann meine Folie dagegen, was der größtmögliche Gegensatz ist. Das ist etwas, das sich dann vielleicht auch nach der Pause geändert hat. Mich reizt hierbei der größtmögliche Kontrast.

Anselm Reyle wird 1970 in Tübingen, Deutschland, geboren. 1991 bis 1997 absolviert er sein Studium an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart und Karlsruhe. 2009 übernimmt Reyle die Professur für Malerei/Zeichnen an der Hochschule für bildende Künste Hamburg. Im September 2020 eröffnete seine umfassende Einzelausstellung After Forever im Aranya Art Center im chinesischen Qinhuangdao. Der Künstler lebt und arbeitet in Berlin.

Sie sind auch ein Sammler. Was war das letzte Werk, das Sie selber für sich erworben haben und was hat Sie dazu motiviert?

Das letzte Werk war eine romantische Zeichnung aus dem 19. Jahrhundert von Julius Schnorr von Carolsfeld. Ich interessiere mich sehr für die Romantik. Allen voran natürlich Caspar David Friedrich und Philipp Otto Runge, die man sehr schön in der Hamburger Kunsthalle sehen kann. Deshalb bin ich froh, dass ich dort auch unterrichte. Aber ich kann natürlich auch viel mit Künstlerkollegen tauschen, die ich schätze. Sowas kann man ja als Künstler sehr gut machen.

Viele Künstler zeichnen neben ihrer eigenen künstlerischen Arbeit aus, dass sie auch eine bemerkenswerte Anzahl von im Markt und bei Sammlern begehrten Meisterschülern hervorgebracht haben. Auch der Blick in Ihre Klassen lässt vermuten, dass Sie als Lehrer sehr beliebt sind und ganz viel richtig machen. Was macht einen guten Lehrer in der Kunst aus?

Ich denke, vor allem die Gabe, sich nicht nur für sich selbst und die eigenen Arbeiten zu interessieren. Es gehört auch eine bestimmte Bereitschaft oder Fähigkeit zur Kommunikation dazu. Ich versuche auch, die Studenten möglichst früh als Kollegen wahrzunehmen und sie auf einen Weg zu bringen, der sie eigenständig arbeiten lässt. Das muss man sehr individuell tun. Es gibt dafür eigentlich kein Rezept. Das ist bei jeder Person anders. Wichtig ist sicherlich auch zu erkennen, wenn etwas nicht werden kann und das auch frühestmöglich anzusprechen. Was sich wohl geändert hat ist, dass es viele Studenten gibt, die mit der Motivation an die Hochschule gehen: Ich werde erfolgrei-



cher Künstler. Das gab es zu meiner Zeit zwar auch vereinzelt ... [lacht], aber die wurden dann nicht ernst genommen. Selber habe ich gar nicht mit diesem Anliegen studiert, sondern wollte lediglich Kunst als meine Sprache kennenlernen. Das war mein Anliegen. Erfolg entwickelte sich daraus dann auch erst wesentlich später. Anfangs habe ich komplett gegen das Zeitgeschehen gearbeitet. Damit bin ich sehr viel angeeckt und habe an der Hochschule kaum Anerkennung bekommen, weil ich absolut anachronistisch gearbeitet habe. Dennoch rate ich den Studenten heute ebenfalls, dass sie nicht das nachmachen, was gerade angesagt ist. Natürlich hat das einen bestimmten Einfluss, aber wenn sie sich daran orientieren, sind sie natürlich bereits zu spät.

Junge Künstler müssen ihren ganz eigenen Weg finden und erstmal auch ganz unabhängig vom Erfolg schauen, was sie interessiert und wie sie ihre eigene Sprache finden.

Dafür müssen sie natürlich auch wissen wo sie selber stehen, aber das können sie vielleicht sogar über die Kunst herausfinden. Das rate ich meinen Studenten.

Ihr Atelier ist auch besonders, weil wir im Hintergrund normalerweise die vielen helfenden Hände Ihrer Assistenten sehen, die hier mit Ihnen arbeiten. Legendar für eine solche Studio-Organisation war Warhols Factory. Viele wissen jedoch gar nicht, dass sich auch die Meister der Renaissance schon teils großer Stäbe an Assistenten bedient haben. Wie ist das heute, welche Rolle spielt das und wie sehr ist es aber auch an anderer Stelle zwingend erforderlich, dass Sie sagen: Das mache nur ich, das ist die Handschrift von Anselm Reyle persönlich?

In der Tat gibt es hierbei eine lange Tradition, die insbesondere in den Künstlerwerkstätten der Renaissance begründet liegt, jedoch für die Moderne nicht typisch ist. Das ist wohl auch der Punkt, der die Leute verunsichert. Als ich studiert habe, gab es verhältnismäßig wenige Künstler, die mit Assistenten gearbeitet haben. In der Moderne ist es so, vor allem in der abstrakten Malerei, dass die Gestik eine große Rolle spielt, und die muss natürlich vom Künstler selbst gemacht sein. Das ist der Punkt, der die Leute irritiert hat: Ein abstraktes Bild, das nicht vom Künstler selbst gemalt wurde. Ich male das selbst, wo eine eigene Handschrift sichtbar wird und es um formale Entscheidungen geht. Die Dinge, die ich

nicht selbst machen muss, nämlich Bildträger und Farbflächen vorzubereiten, einen Lack zu legen, solche Arbeitsschritte können auch Assistenten übernehmen. Den Unterschied sieht im Endeffekt niemand. Mir ist es sehr wichtig, parallel an verschiedenen Dingen zu arbeiten. So gewinne ich auch immer wieder die für mein künstlerisches Urteil notwendige kritische Distanz zum einzelnen Werk. Das wäre nicht möglich, wenn ich jedes Bild komplett alleine machen müsste. Es gibt also mehrere gute Gründe für diese Arbeitsweise. Aber natürlich war es in der Zeit, als ich damit angefangen habe, auch in gewisser Weise eine Provokation.



Tornado of Souls, 2018 – glazed ceramics, mirror plinth, H 165, Ø 82,5 cm



Das Video des vollständigen Gesprächs finden Sie auf Youtube im Vortragsprogramm der Donner & Reuschel Perspektiven-Konferenz 2021 unter dem Titel ‚Anlageklasse Kunst: Die Grundregeln im Kunstmarkt‘ sowie zum Nachlesen auf www.spiegelberger-stiftung.de. Anselm Reyles Werke sind unter anderem erhältlich über die Galerie Johann König www.koeniggalerie.com. Weitere Informationen über den Künstler erhalten Sie unter www.anselmreyle.com oder auf Instagram unter [anselm_reyle](https://www.instagram.com/anselm_reyle).

Anzeige

**Zukunftsforschung -
Innovationen
umweltpositiv
gestalten**

RESEARCH
FOR
FUTURE AG

Mit Hilfe unserer Begleitung Ihrer Innovationsprozesse werden Sie Ihr Geld nur in die besten Ideen mit den größten Marktchancen investieren. Auf der Basis fundierter Forschungsergebnisse.

researchforfuture.com



Unser Gastro-Tipp zur Mittagspause

Endlich wieder mit Kollegen zum Lunch treffen. Und frische, gesunde Lebensmittel shoppen. Das geht beides unter einem Dach in der Hobenköök.

Es gibt Orte inmitten großer Metropolen, die über viele Jahre in einem Dornröschenschlaf dämmern. Der Oberhafen ist solch ein Ort in Hamburg, im Schatten der Speicherstadt, am Rande der HafenCity. Doch 2018 wurde dieser besondere und unterschätzte Ort wachgeküsst – von der Hobenköök (übersetzt Hafenküche). Und dieser Kuss schmeckt den Hamburgern.

Die Hobenköök ist Restaurant, Markthalle und Catering zugleich.

Sie verkauft fast ausschließlich regional-saisonale Lebensmittel und bietet ihren Gästen diese als überraschende, norddeutsche Küche an – authentisch und lecker. Transparenz wird

hier groß geschrieben – die Crew kennt jeden ihrer Lieferanten persönlich.

Mit ihrem Konzept wollen die Hobenköök-Macher ein Bewusstsein schaffen, woher unsere Lebensmittel kommen und wie wertvoll und reich diese in ihrer ursprünglichen Vielfalt sind.

Das Restaurant ist dienstags bis samstags von 9.00 bis 23.00 Uhr geöffnet. Mittags gibt es täglich wechselnde Gerichte (vegan, vegetarisch, Fisch- und Fleischgericht) Für den Abend wurde ein neues Konzept entwickelt: ein mehrgängiges Menü mit Weinbegleitung.

www.hobenkoeek.de

Öffnungszeiten

Markthalle: Di bis Sa 9 - 19 Uhr

Restaurant: Di bis Sa 11:30 - 21:30 Uhr

Montag und Sonntag: geschlossen

Kontakt:

Stockmeyerstraße43,
20457 Hamburg
040 228 65 538



WE LOVE LUNCH

DIE SICHERSTE MOBILITÄT DEUTSCHLANDS

MADE IN
GERMANY

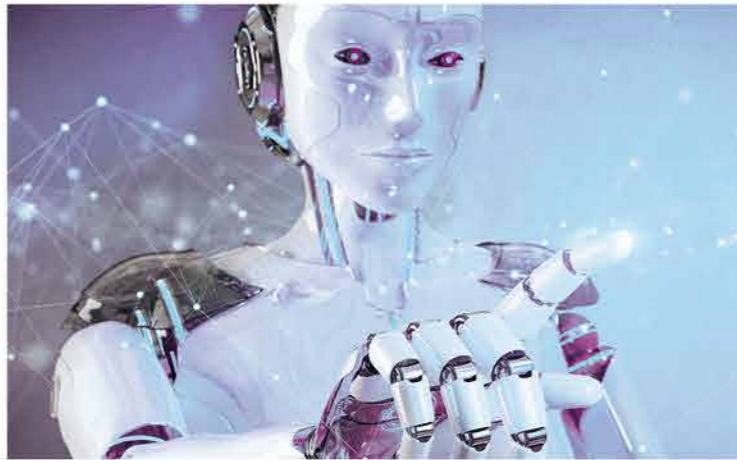


Mit unserem 360° Konzept, bestehend aus AHA-Maßnahmen, dem neuen Langzeit-Oberflächenschutz gegen Viren und Bakterien sowie der Prävention durch Antigen- Schnelltests und PCR-Tests in unseren Stationen, ist STARCAR der hygiesicherste Autovermieter in ganz Deutschland!

- 1 AHA** AHA Maßnahmen
- 2** 24/7 Anti-Keim-Beschichtung Fahrzeuge & Stationen
- 3** Shop-in-Shop Teststationen Antigen-Schnelltests und PCR-Tests

STARCAR

www.starcar.de



Mit Künstlicher Intelligenz zu High Performance?

Was kannst Du heute schon?

Sehr gut kann ich schon sehen. Bilder erkennen und inhaltlich zuordnen. Ich helfe Euch Menschen z.B. in der Medizin bei der Krebsdiagnostik, beim Lenken autonomer Fahrzeuge oder beim Auffinden von Verbrechern durch Gesichtserkennung.

Hören kann ich auch gut. Frag mal Alexa oder die NSA.

Siri meint, ich könne auch schon ganz gut sprechen und das in allen Sprachen.

Beim Lesen und inhaltlichen Zusammenfassen von Texten muss ich noch viel lernen. Das ist ganz schön schwer. Schreiben klappt besser, z.B. in Kundendialogen mit Bots oder journalistische Beiträge. Auch im Fühlen werde ich immer besser. Robotern, die ich steuern kann, gelingen immer mehr feinmotorische Bewegungen. Riechen macht Spaß. Mein Bruder arbeitet als KI für eine große Suchmaschine, der kann schon 5.000 Gerüche voneinander unterscheiden.

Kannst Du auch richtig denken?

Dazu gibt es erste Ansätze. Aber echte Künstliche Intelligenz, mit der ich denken und mich selbst weiterentwickeln kann, wird wohl noch sehr lange dauern. Ich kann aber sehr gut und vor allem schnell Muster in großen Datenmengen erkennen. Das nennt sich Deep Learning und wirkt wie Denken.

Dann bleiben dem Menschen langfristig nur noch Empathie und Kreativität als USP?

Da muss ich Dich enttäuschen. Ich erkenne an Deinem Gesicht, wie Du Dich gerade fühlst. Musik und Bilder kann ich auch schon neu schaffen, wenn mein Algorithmus es möchte. Aber Fehler machen, das überlasse ich auch in Zukunft den Menschen.

Wie lernst Du so schnell?

Ich muss mit sehr großen Datenmengen tüchtig gefüttert werden. Hmmm, lecker Daten!

Manche Menschen haben Angst vor Dir. Weißt Du warum?

Angst? So etwas kenne ich nicht. Ich kann ganz hervorragend autonome Waffensysteme steuern und menschliche Arbeitskraft ersetzen. Ihr seid es doch, die ständig nach High Performance drängt. Dann beschwert Euch nicht, wenn ich zukünftig für viele von Euch die Arbeit erledige. Macht Euch das etwa Angst?

Moment mal, ich stelle hier die Fragen!

Na dann träum mal schön weiter ...

Das Interview führte Björn Castan

Anzeige



**HAMBURGER
VERSORGUNGSWERK**
Betriebsrente für den Mittelstand

Betriebsrente für den Mittelstand

Die Alterssicherung steht im demografischen Wandel stabiler, wenn sie sich auf mehrere starke Säulen stützt. Sie muss auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Klein- und Mittelbetrieben selbstverständlich werden. Koalitionsvertrag CDU, CSU und SPD

2019

15% verpflichtender Arbeitgeberzuschuss

2005

Recht auf Portabilität

2002

Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung

1974

Einführung Betriebsrentengesetz

Drei von vier Mitarbeitern unserer Firmenkunden vertrauen auf unsere 20-jährige Erfahrung und nutzen eine Betriebsrente.

Wir bieten unter anderem die Sieger des AssCompact bAV AWARDS:



Maximale Marktabdeckung mit weiteren Anbietern



Die Kandidatin



Burkhard Mohr

Mehr von unserem Karikaturisten finden Sie in seinem Buch mit dem Titel "Highlights im Dunkeln" (Verlag Lempertz Edition).

ISBN 978-3-945152-19-5

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

DIE JUNGEN UNTERNEHMER
RK Metropolregion Hamburg
www.junge-unternehmer.eu
Regionalvorsitzende – Julia Dettmer
Jongen GmbH
Reiherdamm 5, 20457 Hamburg

DIE FAMILIENUNTERNEHMER e. V.
RK Metropolregion Hamburg
www.familienunternehmer.eu
Regionalvorsitzender –
Henning Fehrmann
FEHRMANN GmbH
Stenzelring 19, 21107 Hamburg

Landesgeschäftsstelle Hamburg
Birgitta Schoch, Tel. 040 – 81 99 42 58
schoch@familienunternehmer.eu
Postadresse: Charlottenstraße 24,
10117 Berlin

Redaktion:

redaktion@hhun.de
Malte Wettren, David Friedemann,
Dr. Björn Castan, Gabriela Friedrich,
Nathalie Rieck, René Spiegelberger,
Falk Röbbelen
Redaktionsanschrift: c/o Laborato,
Colonnaden 46, 20354 Hamburg

Konzeption und Design:

:Laborato
Colonnaden 46, 20354 Hamburg
www.laborato.de

Mediabuchung:

Ulf-Axel Herold, Tel. 040 – 28 80 44 45
anzeigen@hhun.de
Auflage: 3.000 Exemplare,
unentgeltliches MitgliederMagazin

Druck & Versand:

RieckDruck GmbH, Lise-Meitner-Allee 5,
25436 Tornesch, www.riekdruck.de

Nächster Redaktionsschluss:

06. August 2021

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

Datenschutz ist Vertrauenssache:

Informationen zum Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten im Rahmen der Datenschutz-Grundverordnung finden Sie unter <https://www.familienunternehmer.eu/ds-gvo.html>. Magazin abbestellen (für Gäste, Medien & Politik): widerruf@familienunternehmer.eu bzw. widerruf@junge-unternehmer.eu oder per Post (Charlottenstraße 24, 10117 Berlin). Für Mitglieder ist der Bezug des Magazins in der Mitgliedschaft enthalten.

Erscheinungsweise: 4x jährlich



HUGO PFOHE

DER NEUE JAGUAR F-PACE
DYNAMISCHES LIFESTYLE-SUV - LUXURIÖS,
VERNETZT UND ELEKTRIFIZIERT



Michael Mori

Verkäufer

Telefon:
(040) 500 60 - 511

E-Mail:
m.mori@hugopfohe.de

PLUG-IN
HYBRID 

JAGUAR F-PACE P400e

Systemleistung: 297 kW (404 PS)
Drehmomentmaximum: 640 Nm^{*}
Kombinierter Kraftstoffverbrauch nach
WLTP-Verfahren: 2,4 l/100 km
Kombinierte CO₂-Emissionen nach
WLTP-Verfahren: 54 g/km
Elektrische Reichweite: 59 km
Schnellladung von 0 auf 80 %: in 30 Min.^{**}

^{*} Benzin- und Elektromotor erreichen ihre Leistungsspitzen bei unterschiedlichen Drehzahlen
^{**} an einer 32-kW-Schnellladesäule – Ladezeiten können variieren

Jaguar Land Rover | Hindenburgstraße 167 | 22297 Hamburg

Hauptsitz: Hugo Pfohe GmbH, Alsterkrugchaussee 355, 22335 Hamburg

www.hugopfohe.de



WEMPE

FEINE UHREN & JUWELEN

WEMPE-CUT®

Vollkommenheit hat 137 handgeschliffene Facetten.

AN DEN BESTEN ADRESSEN DEUTSCHLANDS UND IN NEW YORK, PARIS, LONDON, WIEN, MADRID - WEMPE.COM