

BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION

Erleuchtung

Den Bremerhavenern und ihren Gästen soll zu den kommenden Festtagen eine neue City-Beleuchtung gewissermaßen wie der Stern von Bethlehem den Weg in die Innenstadt weisen. Rund 170 000 Euro haben die Fachausschüsse und der Magistrat aus der Tourismusabgabe bewilligt, die die Hotels für jeden privaten Gast an die Stadt abführen müssen. Die neue Weihnachtsbeleuchtung stammt aus Österreich. Nach eingehender Begutachtung und Diskussion entschied sich eine eigens eingesetzte Jury für das Konzept der MK Illumination Handels GmbH aus Innsbruck. Es soll die 20 Jahre alten Weihnachtssterne in der „Bürger“ ersetzen, die nur noch spärlich Glanz entwickelten.



Auf einen Kaffee mit
Dieter Petram

Ist Bremerhaven wirklich die Stadt der Arbeitslosen, wie es die Statistik auf den ersten Blick vermittelt? Nein, sagt der Schiffbauunternehmer Dieter Petram beim Treffen auf eine Tasse Kaffee. Tatsächlich: Wenn man das Zahlenwerk genau betrachtet, ist zu erkennen: In der Stadt herrscht Vollbeschäftigung. Wenn Bremerhaven so wachsen soll, wie es politisch gewollt ist, müssen Arbeitnehmer und ihre Familien von außerhalb in die Stadt geholt werden. Was das für die Wohnungswirtschaft bedeutet – auch darüber hat sich Petram Gedanken gemacht.

Projekt „mint:pink“ für Schülerinnen

Mädchen für naturwissenschaftliche Fächer zu begeistern – das hat sich das Projekt „mint:pink“ zur Aufgabe gemacht. Mit dabei sind die Firmen BLG Logistics Group, Eurogate und Deutsche See. Ursprünglich stammt die Idee aus Hamburg. Dort läuft es bereits erfolgreich seit fünf Jahren. 250 Mädchen aus 18 Schulen in Hamburg und Norderstedt nehmen teil, 30 Firmen sind dabei. Mint steht dabei für die Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Anfang September startete „mint:pink“ jetzt auch als Pilotprojekt in Bremerhaven: mit 32 Schülerinnen aus drei Schulen. Getragen wird das Projekt von der Bremischen Zentralstelle für die Verwirklichung der Gleichberechtigung der Frau (ZGF), der Hochschule Bremerhaven, dem Lloyd Gymnasium und dem Netzwerk Schule, Wirtschaft, Wissenschaft für die Region Unterweser.

Im zehnten Jahr der weltweiten Schifffahrtskrise trotzen die Häfen in Bremerhaven und Bremen dem internationalen Trend.

Hafensenator Martin Günthner klingt einigermmaßen erleichtert, als er die Halbjahresbilanz für den Hafenumschlag im Land Bremen zog. „Die Häfen in Bremen und Bremerhaven konnten sich in einem harten europäischen Wettbewerb gut behaupten. Dies schafft eine solide Basis für die weitere Entwicklung in diesem Jahr“, stellte Günthner fest. Die Chefin der Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA), Angela Titzrath, konnte ihren Aktionären zu der Zeit nur Hoffnung auf eine solide Seitwärtsbewegung bei Umschlag und Umsatz machen – im Containerbereich werden die sich an der



Das Autoterminal Bremerhaven ist der größte Autoparkplatz der Welt. Foto: Scheer

Elbe „auf dem Niveau des Vorjahres bewegen“, prophezeite Titzrath. Das Umschlagsplus auf den Bremerhavener Containerterminals hat allerdings bislang auch eher ein niedriges Niveau – ganze 0,7 Prozent betrug das Plus. Rotterdam und Antwerpen legten im ersten

Halbjahr dagegen fast um das Zehnfache zu. Wirtschaftsexperten deuten dies als ein Zeichen dafür, dass sich Ladungsströme zu Lasten der deutschen Großhäfen an die Rheinmündung verschieben. Politik und Wirtschaft warnen gleichermaßen, dass diese Tendenz eine Folge der Verzögerungen bei Elbe- und Außenweser-Vertiefung sei. Es gibt aber auch Bereiche, in denen die bremischen Häfen eindeutig vorne liegen. Der Stückgutumschlag stieg um 4,7 Prozent. Auffällig ist dabei der Zuwachs bei Eisen und Stahl um 25,3 Prozent auf nun 1.266.000 Tonnen. Insbesondere Bremen, aber auch der High-and-Heavy-Bereich am Autoterminal in Bremerhaven bauen ihre gute Position in Europa zunehmend aus. Hamburg hatte sich schon vor längerer Zeit größtenteils aus diesem Frachtbereich zurückgezogen.

Rotterdam und Antwerpen profitieren von ihrer Nähe zum Ruhrgebiet. Eine wachsende Bedeutung gewinnen die beiden bremischen Häfen für die Endmontage großer Maschinen und Anlagen unmittelbar vor dem Verladen auf See. Im Neustädter Hafen in Bremen sind diese Projekte schon seit Jahren ein Thema. Erstmals hat nun ein solches Vorhaben in Bremerhaven eine Basis gefunden. Auf der ABC-Halbinsel lässt Thyssen-Krupp derzeit mit starker logistischer Unterstützung der BLG zwei gigantische Maschinen für den Bergbau in Nordamerika montieren. Solche Aufträge könnten künftig häufiger kommen – weil das Straßennetz in Deutschland für Schwertransporte kaum noch geeignet ist. So muss ein Schwertransport von Augsburg nach Bremen mittlerweile 500 Kilometer Umweg fahren.

250-mal Starthilfe geleistet

30 Jahre alt und weiter attraktiv: Das Bremerhavener Innovations- und Gründerzentrum BRIG wird vom Land Bremen für mindestens zwei weitere Jahre gefördert. Die EU gibt eine Million Euro dazu.

Kennzeichnend für das BRIG ist es, dass es nahezu unauffällig ist. Geschäftsführer Arno Zier und sein Team stellen Gründern die Räume zur Verfügung und begleiten die frisch gebackenen Unternehmer vor allem in der Anfangsphase mit Rat und Tat: „Wir vermitteln grundlegendes Wissen, verweisen dann aber auf Fachleute, wenn es zum Beispiel um steuerliche oder rechtliche Fragen geht“, so Zier. Rund 250 Unternehmer haben ihre Karriere begonnen. Manche ging

steil nach oben wie beispielsweise die des Windparkprojektierers Energiekontor. Einige erwiesen sich dann doch nicht als tragfähig – das ist das Risiko in Gründerzentren.

Subventionierte Räumlichkeiten

Anders als die auf Branchen bezogenen Gründerzentren Bio-Nord und t.i.m.e-Port (Schwerpunkt Kommunikationstechnologien) ist das BRIG nicht auf bestimmte Themen fokussiert. „Wir zielen

nicht auf die künftigen Nobelpreisträger ab, sondern wollen einfach Leuten mit einer Idee eine Chance geben“, betont Zier. Fünf Jahre lang bekommen die Gründer subventionierte Räumlichkeiten, anschließend müssen sie die volle am Markt übliche Miete zahlen oder ausziehen. Zurzeit hat das BRIG gut 30 Mieter und ist damit nahezu ausgelastet. Einen gewissen Teil der Räume hält Zier immer frei, weil die Nachfrage auch nach 30 Jahren unverändert ist.



Unscheinbar, aber erfolgreich: das BRIG an der Stresemannstraße, Bremerhavens erstes Gründerzentrum. Foto: Masorat

Editorial



In der Ruhe liegt die Kraft. Wenn es ein Beispiel für die Richtigkeit dieser scheinbaren Plattitüde gibt, ist es das Bremerhavener Innovations- und Gründerzentrum BRIG. Unauffällig und unaufgeregt hat das vom Land und von der Stadt getragene Zentrum seit 30 Jahren ein Unternehmen nach dem anderen produziert. Andere Gründerzentren, namentlich solch die explizit bestimmten Technologien gewidmet waren, sind da nicht ganz so erfolgreich durch die Jahre gekommen. Mag der Erfolg daran liegen, dass Geschäftsführer Arno Zier bewusst keine Nobelpreis-verdächtigen Gründerideen, sondern ganz normales Unternehmertum fördern möchte? Es scheint, als ob stilles und wenig schlagzeilenträchtiges Arbeiten doch bisweilen sehr gut zum Ziel führen kann. Ähnliches gilt möglicherweise auch für den Schiffbau. Zumindest scheint es so, dass die heimischen Betriebe deutlich erfolgreicher sind, seitdem sie nicht mehr ständig im Blickwinkel der Öffentlichkeit stehen und scheinbare Erfolge bejubelt werden. So war es auf der weltgrößten Schiffbaumesse SMM in Hamburg auch an den Ständen der Unternehmen aus dem Land Bremen beruhigend still – gute Produkte und Leistungen sprechen für sich. Dies soll natürlich nicht heißen, dass über Gutes nicht auch geredet werden kann. Insbesondere dem Mittelstand stünde es gut zu Gesicht, seine tatsächlichen Leistungen ab und an auch zu zeigen. Gerade in Zeiten, in denen Auszubildende knapp sind, könnte das ein hilfreiches Mittel sein, etwas stärker, aber nicht übertrieben auf sich aufmerksam zu machen. Gesprächsthemen und Lesestoff gibt es gerade bei den so genannten KMU in Hülle und Fülle. Ich hoffe, dass Sie das eine oder andere Thema hier finden und wünsche Ihnen eine ruhige Minute für die Lektüre.

Ihr Wolfgang Heumer

IMPRESSUM

Business & People – Die Wirtschaftszeitung für die Weser-Elbe-Region.
Ausgabe September 2018

Herausgeber:
Nordwestdeutsche
Verlagsgesellschaft mbH
Hafenstraße 142
27576 Bremerhaven

Anzeigen- und Objektleitung:
Markus Djürken

Redaktion:
Wolfgang Heumer

Layout:
Sonderthemenredaktion
der NORDSEE-ZEITUNG

E-Mail:
magazine@nwd-verlag.de
Telefon: 0471 5918-133

Druck: Druckzentrum Nordsee
der NORDSEE-ZEITUNG GmbH,
Bremerhaven



6



24

Im Gespräch

03 Auf einen Kaffee mit ...

Unser Gesprächspartner heute: Dieter Petram, der zu den treibenden Kräften für die Renaissance des Schiffbaus in Bremerhaven zählt. Bei einer Tasse Kaffee betrachtet Petram den Standort Bremerhaven aus der Perspektive eines engagierten Unternehmers und zugleich mit der Distanz eines nüchternen Beobachters.

04 Neues Quartier auf Kiel gelegt

Einst bestimmten die Niethämmer auf dem Gelände der Schichau Seebeckwerft den Pulsschlag Bremerhavens. Als Mittelpunkt des geplanten Wertquartiers könnten von dort nun Impulse für die ganze Stadt ausgehen.

Zukunft

09 Lockruf des Geldes

Die Zukunft hat begonnen – zumindest die Diskussion darüber, wie sich Bremerhaven und das Land Bremen entwickeln sollen. In die Aufbruchstimmung mischen sich auch kritische Fragen.

12 Internationale maritime Messe

Es dürfte eines der größten Netzwerktreffen der Welt sein. Mehr als 50 000 Fachbesucher haben auf der Schiffbaumesse SMM in Hamburg neue Kontakte geknüpft und alte gepflegt. Von den mehr als 2200 Ausstellern aus 69 Nationen kamen rund 70 Aussteller aus dem Land Bremen.



16



22



25

Wissenschaft

17 Sauber bis vor die Haustür

Keine Parkplatzsuche, kein Stress beim Rangieren und immer auf dem richtigen Weg: Ein Logistik-konzept und ein E-Lastenrad aus Bremen sollen Paketboten das Leben erleichtern und die Emissionsbelastung in den Städten verringern.

18 Der Schlüssel zum Weltraum

Hamburg bezeichnet sich als Tor zur Welt; doch der Bremer Schlüssel öffnet die Tür zum Weltraum. Bei der ArianeGroup am Bremer Flughafen hat die Fertigung der Schlüsseltechnologie begonnen.

19 Spezialisten für schwere Fälle

Vom Kaffeebecher bis zum Spezialfahrzeug: Die Schwergutlogistiker der BLG sorgen auf der ABC-Halbinsel dafür, dass Thyssen-Krupp sein bislang größtes Montageprojekt unter freiem Himmel reibungslos abwickeln kann.

Special

25 Digital diskutieren

Nun hat die Digitalisierungswelle auch Tagungen und Kongresse erfasst. Immer mehr Veranstalter laden zu virtuellen Treffen.



Fotos: Wolfgang Heumer

Unser Gesprächspartner heute: Dieter Petram, der zu den treibenden Kräften für die Renaissance des Schiffbaus in Bremerhaven zählt. Bei einer Tasse Kaffee betrachtet Petram den Standort Bremerhaven aus der Perspektive eines engagierten Unternehmers und zugleich mit der Distanz eines nüchternen Beobachters.

Business & People: Sie gehören zu den Initiatoren der Aktion „Wir lieben Bremerhaven“. Ist die Liebe zu der Stadt immer noch so innig wie damals, als die Aktion aus der Taufe gehoben wurde?

Dieter Petram: Diese Stadt ist und bleibt liebenswert, ohne Wenn und Aber. Nicht ganz so liebenswert ist die Art und Weise, wie manche hier in der Stadt und viele von außen über Bremerhaven denken und sprechen. Es geht gar nicht darum, Dinge schön zu reden, sondern vielmehr offen und ehrlich damit umzugehen. Zum Beispiel das Thema Arbeitslosigkeit, das uns ja immer wieder negative Schlagzeilen bringt. In der Arbeitslosenstatistik haben wir eine große Zahl von Menschen, von denen jeder weiß, dass wir sie nicht mehr in Arbeit vermitteln können, unabhängig davon, wie viele Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Wenn man diese Gruppe von vielleicht 5000 bis 7000 Personen gedanklich aus der Statistik heraus nimmt, wird man feststellen, dass es in dieser Stadt Vollbeschäftigung gibt und die wirtschaftliche Situation gar nicht so schlecht ist, wie immer wieder dargestellt wird. Wohlgemerkt: Mir geht es nicht darum, dass wir uns nicht mehr um diese Menschen kümmern. Im Gegenteil, das ist ein Teil unserer Verantwortung. Und es ist wichtig, dass die nächste Generation – die Kinder dieser Menschen – nicht denselben schicksalhaften Weg nehmen.

Was würde es bewirken, wenn die Statistik anders aussieht?

Es ist erklärtes politisches Ziel, dass Bremerhaven bis zu ihrem „200. Geburtstag“ im Jahr 2027 auf 127 000 Einwohner wachsen soll. Das wird aber nur klappen, wenn junge Leute und Familien von außen hierher kommen. Dafür muss die Stadt so attraktiv erscheinen, wie sie wirklich ist. Zudem benötigen wir auf fast allen Feldern qualifizierte Fachkräfte: Handwerker, Facharbeiter, Ingenieure, Lehrer, Ärzte ... Arbeitskräfte kommen aber nur, wenn sie wissen: Hier herrscht Vollbeschäftigung. Der Mangel wird sich in den kommenden Jahren noch verschärfen. Unsere Gesellschaft wird immer älter. Es ist heute schon zu erkennen, wann sich der demografische Wandel konkret auswirken wird. Wenn wir jetzt nicht gegensteuern, werden wir in wenigen Jahren gewaltige Probleme bekommen. Wir sind ja auch auf anderen Gebieten dabei, unseren Vorsprung und das Besondere an „Made in Germany“ zu verspielen. Denken Sie nur an die Digitalisierung und das Thema Künstliche Intelligenz. In vielen anderen Ländern der Welt, die nicht so entwickelt sind wie Deutschland, können Sie her vorragend mobil im Internet surfen, Daten übertragen und telefonieren. Aber versuchen Sie das mal im Landkreis irgendwo bei Bad Bederkesa. Unser Land hinkt beim Netzausbau weit

hinterher. Nun hat die Bundesregierung ja wenigstens reagiert und eine eigene Agentur gegründet, die die Digitalisierung vorantreiben soll. Diese Agentur bekommt gerade einmal 151 Millionen Euro als Etat – für drei Jahre. Andere Länder geben ein Vielfaches aus, da müssen wir nicht einmal auf die USA schauen. So kann man den Vorsprung der Exportnation Deutschland nicht halten.

Schauen wir noch einmal auf die Entwicklung in Bremerhaven. Sie engagieren sich ja auch im Wohnungsbau und gehören zu den Initiatoren des Werftquartiers. Was bedeutet es für die Wohnungswirtschaft, wenn die Stadt so wächst, wie es gewünscht ist?

Wenn man an die wachsende Stadt glaubt – und das tue ich –, bedeutet dies automatisch: Wir brauchen Wohnraum. Es wird zwar immer wieder gesagt, es gäbe in Bremerhaven ausreichend Wohnungen. Aber wenn man etwas genauer hinschaut, stimmt das so nicht. Erforderlich sind Wohnungen, die den heutigen Standards entsprechen. Barrierefreiheit, Wärmeschutz, Schallisolierung, moderne Haustechnik, Digitalisierung – all dies sind Faktoren, die zum einen vorgeschrieben sind und zum anderen zu Recht von Mietern oder Käufern erwartet werden. Wir brauchen übrigens nicht nur Wohnungen am Wasser, sondern in allen Lagen in der Stadt, in unterschiedlichen Größen und Standards. Wir wollen schließlich unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, junge Leute, Studenten, Familien. Im Thema Wohnraum liegt übrigens eine ganz große Chance für Bremerhaven. Die Stadt hat ja viel Positives: Die Lage am Wasser, der hohe Freizeitwert, die kurzen Wege, ein breites Spektrum an Kultur und Museen. Wenn wir dann noch schönen Wohnraum anbieten können, ist es für Familien sicherlich leicht, sich für Bremerhaven zu entscheiden. Zumal die Kosten für das Wohnen hier deutlich niedriger sind als in anderen Städten. Natürlich spielt auch das Thema Schulen bei der Entscheidung eine wichtige Rolle. Bildung gehört zu dem Wichtigsten, das man jungen Menschen mit auf den Weg geben kann, und es ist der Garant gegen Armut. Eltern legen großen Wert auf eine gute Bildung für ihre Kinder. Deshalb spielt das Thema ja eine so große Rolle bei der Frage: Ziehe ich in den Landkreis oder ziehe ich nach Bremerhaven.



Geestemünde geht zum Wasser: Der Stadtteil öffnet sich in Richtung der Kajen.

Neues Quartier auf Kiel gelegt

Einst bestimmten die Niethämmer auf dem Gelände der Schichau Seebeckwerft den Pulsschlag Bremerhavens. Als Mittelpunkt des geplanten Werftquartiers könnten von dort nun Impulse für die ganze Stadt ausgehen.

Der Putz bröckelt von der Fassade. Unter dem Schriftzug „Schichau Seebeckwerft AG“ lassen Dutzende Bohrlöcher in der Wand ahnen, wie häufig der Name des Schiffbaubetriebes in den vergangenen Jahren gewechselt wurde. Der Haupteingang zur ehemaligen Hauptverwaltung der Werft ist zugewuchert. Niemand wird dieses Gebäude jemals wieder betreten, zumindest nicht, um dort Verträge zu unterschreiben. Und noch könnte der traurige Rest einer glorreichen Vergangenheit bald in den Mittelpunkt einer chancenreichen neuen Entwicklung rücken. Rund um den Helgen und das Verwaltungsgebäude soll mit dem „Werftquartier“ das größte Stadtentwicklungsprojekt Bremerhavens entstehen, das zumindest in der Fläche die „Havenwelten“ weit übertrifft. Im Frühjahr 2019 beginnt der Planungsprozess, für dessen Auftakt Stadt und Land insgesamt 710 000 Euro bereitgestellt haben.

Das „Werftquartier“ umfasst ein insgesamt 110 Hektar großes Areal, das vom Fischereihafen bis in den Stadtteil Geestemünde reicht. Im Süden grenzt es an das Schaufenster Fischereihafen, im Norden reicht es bis zur Zentrale des Alfred-Wegener-Institutes (AWI). Im Westen markiert in etwa der Fischkai die Grenze, im Osten gehören noch die Brachflächen dazu, die bis an die Georgstraße heranreichen. Pläne und Ideen für die neue Nutzung des Gebietes gibt es seit Jahren; teilweise wurden sie schon entwickelt, als die 2009 nach der dritten Insolvenz geschlossene Werft noch Schiffe baute.

Wissenschaftliche Einrichtungen

Arbeitsplätze, Wohnungen, Forschung und Freizeit – für die Nutzung der Flächen gibt es bereits konkrete Vorstellungen, die derzeit an einigen Stellen und in kleinen Schritten Gestalt annehmen. Das neue Gebäude des Von-Thünen-Instituts am Fischereihafen gehört dazu, ebenso das Technikum des AWI, dessen Bau gerade begonnen hat. Ein Gürtel von wissenschaftlichen Einrichtungen, der die Innenstadt mit dem Fischereihafen verbindet, gehörte zu den frühen Konzepten für das Areal.

Gebremst wurden die Entwicklung weite-

rer Ideen und ihre Umsetzung vor allem durch die verbliebenen Aktivitäten auf dem Werftgelände. In dessen Süden sind immer noch Stahl- und Schiffbauer aktiv, auch im modernen Teil des Verwaltungstraktes sind Unternehmen ansässig. Die riesige Stahlbauhalle dagegen ist verwaist, seitdem „Weserwind“ mit der Produktion von Fundamenten für die Offshore-Industrie in die Insolvenz ging. Die östliche Außenwand ist das derzeit bunteste Stück Stadtentwicklung im künftigen Werftquartier. Graffiti-Künstler haben es – völlig legal – in ein beeindruckendes, mehrere 100 Meter langes Kunstwerk verwandelt. Seitdem der Schiffbauunternehmer Dieter Petram als einer der Eigentümer des Werftgeländes mit seinen Plänen für ein markantes Hochhaus namens „Sign“ an der nördlichen Spitze ein Zeichen gesetzt hat, ist Bewegung in die Beschäftigung mit dem Gebiet gekommen. Für die Stadt könnte es sich in den kommenden Jahren zu einem der wichtigsten Projekte der Stadtentwicklung überhaupt werden. Die riesige Brache auf der Ostseite des Werftgeländes hat das Potenzial, dort im großen Stil Wohnungen zu bauen. Die Stadt hält den Schlüssel dazu praktisch in der Hand: Die Flächen gehören bereits der städtischen Wohnungsgesellschaft Stäwog.



Foto links: Graue Vergangenheit und bunte Zukunft: Während das alte SSW-Verwaltungsgebäude langsam verfällt, verwandeln Graffiti-Künstler die Ostseite des Areals in ein mehrere 100 Meter langes Kunstwerk.



Fotos: Heumer



Der freie Weg zum Wasser schafft neue Sichtachsen.



Rettungübung bei Fal

Ar

Die Verbe:
Wasser gegen

Von Wolfga

Gleich hinter der endete bis vor Welt. Zuminde nern von Bremerhav Zugang zu den Was Handelshafens versp teil prägt. Mittlerweil fallen und sogar erst am Hafen entstande Impulse für unseren freut sich Thomas Ve ortmanager der „Kü teils ist, wie er es sell



Fotos: Scheer Forschungstaucher Verena Maersk und Miriam Lienkämper.

n Wasser Fuß gefasst

sserung ist schon sichtbar. Dass Geestemünde ans gen ist, hat den Stadtteil bereits deutlich aufgewertet.

ing Heumer

n Weser Yacht Club wenigen Jahren die st war den Bewohnen-Geestemünde der serflächen des alten errt, der ihren Stadt-le sind die Zäune ge-e Wohnhäuser direkt 1. „Das hat deutliche 1 Stadtteil gegeben“, ntzke, der als Stand-immerer“ des Stadt-ost bezeichnet. Gees-

temünde ist der bürgerlich geprägte Teil Bremerhavens. Doch die gediegene Fas-sade aus der Zeit, als hier noch Werften und Fischerei florierten, bröckelt. Im einstigen Geschäftsviertel zwischen Schiller- und Georgstraße und rund um die Grashoffstraße haben in den vergan-gen Jahren immer mehr alteingesessene Einzelhandelsgeschäfte geschlossen. „Es ist die selbe Situation wie in jeder Großstadt“, ist Ventzke überzeugt: „Die kleinen Geschäfte können sich nicht ge-gen die Konkurrenz auf der grünen Wiese

„
Es gibt hier zwar auch zwei oder drei Schrottimmobilien, aber das ist noch überschaubar.

Thomas Ventzke, Standortmanager

und zunehmend im Internet behaupten. Und wenn die Inhaber in Ruhestand ge-hen, finden sie häufig keine Nachfolger.“ Die Lücken im einst guten Einzelhan-delsmix tun doppelt weh. Zum einen schrumpft der Kundenstrom, den es in den Stadtteil zieht. Zum anderen vermit-teln die Leerstände ein düsteres Bild. Ventzke versucht deshalb in mühevoller

Kleinarbeit, die Hauseigentümer ausfin-dig zu machen und mit ihnen eine neue Nutzung für die leerstehenden Läden zu entwickeln.

Positive Impulse

Immerhin ist Geestemünde bislang noch von einer großflächigen Entwicklung wie in Lehe verschont geblieben: „Es gibt hier zwar auch zwei oder drei Schrottimmobili-en, aber das ist noch überschaubar.“ Po-sitive Impulse erhofft sich der Standortma-nager von einigen Vorhaben der Stadt. An der Grenze zum Fischereihafen und dem Nachbarstadtteil Wulsdorf ist eine neue Schule und ein neues Polizeigebäude ge-plant; die größte Schrottimmobilie des Stadtteils wird bald abgerissen, und mit dem benachbarten Werftquartier ist das Entstehen eines komplett neuen Viertels zu erkennen. Ventzke ist optimistisch: „Wir spüren jetzt schon die Veränderung zum Positiven“, sagt er, „die Richtung, die wir mit dem Schritt ans Wasser eingeschla-gen haben, stimmt auf jeden Fall.“



ck Safety Services: Eine Präsentation auf der Veranstaltung „Geestemünde geht zum Wasser“.



Die Maritime Forschungs- und Entwicklungs-Meile begeistert die Be-sucher.



Mit seiner Rede fand Robert Habeck, Bundesvorsitzender der Grünen, beim Wirtschaftsempfang der Handelskammer Bremen bei zahlreichen Gästen Anklang.

Fotos: Frank Pusch

Einig im Wunsch nach klaren Werten

Kann ein grüner Politiker anhaltenden Beifall von Unternehmern bekommen? Was vor wenigen Jahren wegen ideologischer Gegensätze als undenkbar galt, hat Robert Habeck, neuer Bundesvorsitzender der Grünen und scheidender Umweltminister Schleswig-Holsteins, beim Wirtschaftsempfang der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven geschafft.

Von Wolfgang Heumer

Selten hat es ein Vertreter der Wirtschaft so deutlich ausgesprochen wie der Präses der Handelskammer Bremen, Harald Emigholz. „Nach meiner Meinung ist die in der jüngeren Vergangenheit um sich greifende Verantwortungslosigkeit mancher Unternehmen und ihrer Manager eine Ursache für das schwindende Ansehen des Unternehmertums und unserer sozialen Marktwirtschaft“, appellierte Emigholz an die rund 500 Teilnehmer des diesjährigen Wirtschaftsempfangs der Kammer, den Begriff des ehrbaren Kaufmanns wieder stärker mit Leben zu füllen. „Verantwortungsvolles Wirtschaften kann etwa ein Treiber für Innovation sein, zum Beispiel bei der effizienten Nutzung natürlicher Ressourcen, bei der Produktgestaltung oder auch als Basis neuer Geschäftsideen“, ergänzte der Präses: „Wir sollten Wert darauf legen, dass

gerade unsere wichtigsten ungeschriebenen Werte wieder mit neuem Leben erfüllt werden. Fleiß, Toleranz, Ehrlichkeit und Achtung vor den Mitmenschen – und dem politischen Gegner.“

Denkwürdige Veranstaltung

Vielleicht waren es diese deutlichen Worte, die den traditionellen Empfang zu einer denkwürdigen Veranstaltung werden ließen. Denn Emigholz ebnete Robert Habeck als Gastredner des Abends damit den Weg zu einer Rede, die viele der Teilnehmer verblüfft haben dürfte und deswegen zu anhaltendem Beifall bewegte. Habeck selbst betont immer wieder gerne, dass er lieber mit Leuten diskutiert, die ihn wahrscheinlich nicht wählen, als mit den eigenen Parteifreunden. In der früheren Lagerhalle des ehemaligen Kellogg's-Werkes in Bremen dürfte die Zahl der Wähler Habecks überschaubar gewe-



Mehr Verantwortung für Werte: Handelskammer-Präses Harald Emigholz fand in seiner Rede deutliche Worte.

sen sein, doch je länger die Rede des Gastes dauerte, desto mehr schienen die politischen Gegensätze zu schwinden. Für das Miteinander sind in schwierigen Zeiten wie jetzt klare Werte und Regeln erforderlich – das war eine der zentralen

Alte Gegensätze führen uns nicht weiter, wir müssen die Zukunft umarmen.

“

Robert Habeck, Bundesvorsitzender der Grünen

Botschaften Habecks, die durchaus mit den Worten des Kammer-Präses harmonierten. „Die alten Gegensätze ‚richtig – falsch‘ führen uns bei dem Wandel, den wir derzeit erleben, nicht weiter“, betonte Habeck. In Zeiten des Klimawandels und gravierender gesellschaftlicher Veränderungen sei es nicht mehr die Frage, nach rechts oder nach links zu gehen: „Wir müssen uns damit beschäftigen, welche Technik wir nutzen wollen und wie wir sie einsetzen.“ Offenkundig gehört Habeck zu den grünen (Wirtschafts-)Politikern, die Wandel nicht als Rolle rückwärts betrachten, sondern als Chance zu neuen Entwicklungen. Dass sich Bremen und Bremer-

haven allen Krisen zum Trotz immer wieder neu erfunden haben, schätzte er besonders an den beiden Städten: „Wirtschaft ist immer im Wandel. Das ist hier besonders deutlich zu sehen.“ Einen Wandel fordert Habeck allerdings auch in der Politik: „Es fehlt an Entschiedenheit und an Verlässlichkeit, wir brauchen eine Politik, die gestaltungswillig ist“, appellierte er.

Gemeinsame Ziele

Der Blick in die Zukunft offenbarte dann die größte Gemeinsamkeit mit den Unternehmern. Denn auf die eigene rhetorische Frage, wer Deutschland künftig sein wolle, antwortete Habeck zum Ende seines Beitrages ähnlich wie der Kammerpräses zu Beginn des Abends: Das Deutschland von morgen ist für ihn eine liberale, faire, soziale Demokratie und Marktwirtschaft: „Alte Gegensätze führen uns nicht weiter, wir müssen die Zukunft umarmen.“ Phasenweise schien es an dem Abend, als habe Habeck das geschafft.



Jenseits traditioneller Gegensätze fanden Robert Habeck (links) und Harald Emigholz viele Gemeinsamkeiten.

Regelmäßig Rat holen

Wenn es gut läuft, unterschreibt man sie einmal und rührt sie nie wieder an. Weil Verträge ihren Wert aber erst im Streitfall entwickeln, „ist es so wichtig, dass sich Fachleute mit den Details befassen“, sagt der Bremerhavener Rechtsanwalt und Notar Dr. Walter Schmel. Auch Kleinunternehmer, Handwerker und Händler sollten sich regelmäßig juristisch beraten lassen – ohne großen Aufwand.

Der Blumenhändler in einer niedersächsischen Universitätsstadt hatte ein Problem. Einer seiner Beschäftigten war wiederholt dabei erwisch worden, dass er Blumensträuße mit nach Hause nahm – ohne zu bezahlen. Die Sträuße habe er aus der Mülltonne geholt, behauptete der Arbeitnehmer in der Kündigungsschutzverhandlung vor dem Arbeitsgericht: „Das machen die Studenten hier doch jeden Abend so.“ Eine heikle Situation – in ähnlichen Fällen hatten sich Richter der Bagatel-Argumentation angeschlossen und die Kündigung verworfen. In diesem Fall griff ein Passus im Arbeitsvertrag, der jegliche Mitnahme von Ware grundsätzlich untersagte. In Standardverträgen, wie sie auf Internet-Plattformen angeboten werden, sind solche Details in der Regel kaum zu finden. „Unabhängig vom Anlass und Thema sind es zumeist solche scheinbaren Kleinigkeiten, die entscheidend werden können“, betont Dr. Schmel. Ob Arbeitsrecht, Gesellschaftervertrag, Vereinbarungen mit Kunden und Lieferanten oder im Umgang mit Behörden

und Verwaltungen: Für Unternehmer ist die Möglichkeit einer juristischen Auseinandersetzung größer als allgemein angenommen. „Das Risiko wird vielfach unterschätzt, weil es im Alltag meistens gut und konfliktfrei geht“, weiß Schmel aus seiner langjährigen Erfahrung: „Es reicht ja ein einziger Vorfall aus, um richtige Probleme zu bekommen.“

Kostengünstiger als gedacht

Große und selbst mittlere Unternehmen beugen dem mit eigenen Rechtsabteilungen oder zumindest einem Hausjuristen vor. „Für kleine Unternehmen ist das kein Weg“, bestätigt Schmel die Kosten-sorgen vieler Handwerker und Kleinunternehmer: „Eine regelmäßige Beratung durch einen Anwalt kann ein sinnvoller Weg sein, der kostengünstiger ist, als die meisten denken.“ Der juristische Rat ist nicht nur für mögliche Streitfälle wichtig. „Die rechtlichen Rahmen, in denen sich Unternehmer bewegen, werden immer komplizierter und komplexer“, betont Dr. Schmel. Zu inländischen Gesetzen gesellt sich das eu-

„Der rechtliche Rahmen wird immer komplexer.“

Dr. Walter Schmel, Rechtsanwalt und Notar

ropäische Recht, dessen Verständnis auch an Fachleute hohe Ansprüche stellt: „Denken Sie nur an die Verwirrungen um die Datenschutz-Grundverordnung DSGVO“, verweist der Rechtsexperte auf ein aktuelles Beispiel. Wenn im Zeitalter der Globalisierung internationale Regelungen ins Spiel kommen, geht ohne Juristen nichts mehr: „Entscheidend sind nicht die Detailkenntnisse, viel wichtiger ist das Wissen und die Erfahrung, wie gesetzliche Regelungen einzuordnen und zu bewerten sind.“ Natürlich ist der unternehmerische Alltag auch unter juristischer Betrachtung längst nicht so dramatisch, wie es dieser fokussierte Blick auf potenzielle Stolpersteine vielleicht vermuten lässt. „Deswegen ist der Aufwand für eine regelmäßige Betreuung durch einen Anwalt auch kleiner als viele vermuten“, betont Dr. Schmel. Zumeist reiche ein kurzer Austausch aus. „Darüber hinaus sollten Verträge und Vereinbarungen in gewissen Abständen auf einen Anpassungs- und Aktualisierungsbedarf überprüft werden“, rät der Fachmann.



Regelmäßige Beratungen mit dem Anwalt sind auch für Handwerker und Kleinunternehmer wichtig, aber nicht aufwendig, sagt Rechtsanwalt Dr. Walter Schmel. Foto: Heumer

Praktisch unverzichtbar ist der anwaltliche Rat für langfristige Unternehmensentwicklungen – dazu zählt Dr. Schmel als einziger Bremerhavener Fachanwalt für Erbrecht die Nachfolgeregelung, wenn der Inhaber oder ein einzelner Gesellschafter seine Anteile in jüngere Hände geben will. „Hier geht es ja nicht nur um die juristische Sicherheit, sondern auch um den weiteren Bestand des Unternehmens und seiner Arbeitsplätze und zumeist auch um die Altersversorgung des bisherigen Inhabers“, betont Dr. Schmel. Weil in diesen Themen immer finanzielle und steuerliche Aspekte stecken, arbeiten verantwortungsbewusste Anwälte hier eng mit Steuerberatern und Finanzfachleuten zusammen. „Die relevanten Rechtsthemen können

von einem Einzelanwalt in der notwendigen Bandbreite und Professionalität kaum noch abgedeckt werden“, ist Dr. Schmel überzeugt – nicht umsonst gehören zu dem rund 30-köpfigen Kanzlei-Team sechs Anwälte, darunter Fachanwälte und ein Rechtsbeistand. Die Kanzlei am Geestemünder Neumarkt ist auch für den Fall gewappnet, dass ein Klient mit seinem Unternehmen wirtschaftlich in schwieriges Fahrwasser gerät: „Mit Rechtsbeistand Peter Tege haben wir einen ausgewiesenen Experten für solche Themen im Team.“ Tege verbindet seine Kompetenz als Wirtschaftsjurist mit Management-Erfahrung: Bevor er in die Bremerhavener Kanzlei wechselte, leitete er die Rechtsabteilung eines Großunternehmens der Wohnungswirtschaft.

Grundsteuer-Debatte: „Keine neue Belastung für Unternehmen“

Im April dieses Jahres erklärte das Bundesverfassungsgericht die Regelungen des Bewertungs-gesetzes, das der Grundsteuer zugrunde liegt, für verfassungswidrig. Seitdem wird über mögliche Re-formoptionen diskutiert. Die Palette reicht von einer Besteuerung auf Grundlage einer Bewertung aller Immobilien zu Verkehrswerten (Marktwerten) bis hin zu einer Besteuerung ausschließlich auf Basis der jeweiligen Fläche von Grund, Boden und Gebäuden ohne Wertdifferenzierung.

In seinem Positionspapier „Grundsteuer ohne weitere Belastung der Unternehmen reformieren“ hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) den Vor-schlag der IHK-Organisation zusammengestellt. Die zentrale Position des DIHK ist die Entbürokratisie-rung. Aus Sicht der Wirtschaft sollte die Neuregelung in erster Linie einfach sein, keine Sonderbelastungen für die Unternehmen nach sich ziehen und auf kommunaler Ebene aufkommensneutral ausgestaltet werden. Der DIHK mahnt zudem an, die stadtentwicklungspolitischen Ziele im Blick zu behalten. So sollte die Reform etwa positive Anreize dafür setzen, dass die dringend notwendi-gen gewerblichen Flächen in den Innenstädten zur Ver-fügung gestellt werden. Diesen Leitlinien würde ein sogenanntes Flächenmodell entsprechen, das für die Bemessung der Grundsteuer auf die Fläche des Grundstücks und die Geschossflächen der Gebäude abstellt. Dabei ließe sich typisierend berück-sichtigen, dass Grundstücke je nach Bebauungs- und Flä-chennutzungsplan unterschiedlich nutzbar sind.

Alternative zu Bodenrichtwerten

Den Gemeinden könnte etwa die Option eingeräumt werden, ihre Flächen nach vorgegebenen, einheitlichen Kriterien in verschiedene Kategorien einzuordnen. Das würde es ermöglichen, Flächen unterschiedlicher Quali-tät mit unterschiedlichen Eurocent-Beträgen zu „bewer-ten“, ohne auf die aufwendig und kaum rechtssicher zu ermittelnden Bodenrichtwerte zurückzugreifen. Für ein solches Reformmodell spräche vor allem die Chance, die vom Verfassungsgericht vorgegebene Um-setzungsfrist noch einzuhalten: Wird das Gesetz zur Neu-regelung der Einheitsbewertung fristgerecht bis Ende 2019 vorgelegt, dürfen die bisherigen Regelungen noch für eine Übergangszeit von fünf Jahren angewendet wer-den.

Datenschutz: Noch keine Klarheit in den Unternehmen

Drei Monate nach Inkrafttreten der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zieht der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) eine gemischte Bilanz der Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft. „Die meisten Unternehmen sind noch im Prozess der Umsetzung“, schilderte DIHK-Chefjustiziar Stephan Wernicke die Lage. „Es ist und bleibt ein enormer bürokratischer Aufwand, den die DSGVO von den Unternehmen verlangt.“

Die Industrie- und Handelskammern verzeichneten nach wie vor eine hohe Nachfrage nach Schulungen. Wegen der weiterhin vielen offenen Rechtsfragen liege den Da-tenschutzaufsichtsbehörden auch noch eine Fülle von Anfragen vor. „Es wird dauern, bis für die Unternehmen Klarheit herrscht“, sagte Wernicke. Zudem berichtete er, dass sogar einige Betriebe ihren Internetauftritt aus Sor-ge um seine Rechtmäßigkeit zunächst auf Eis gelegt hät-ten. Für viele Geschäftsmodelle in der digitalen Wirtschaft würden vor allem die von der Europäischen Union ge-plannten Vorschriften der E-Privacy-Verordnung relevant. Ob die neuen Datenschutzregeln letztlich innovations-hemmend wirkten, lasse sich daher noch nicht sagen. Grundsätzlich sei die Gefahr einer Abmahnwelle „noch nicht vorbei“, betonte Wernicke. „Die Bedenken, dass nach Inkrafttreten der DSGVO neue Geschäftsmodelle im Rahmen von Abmahnungen entstehen, bleiben ja be-rechtigt.“

Noch keine Entwarnung

Auch wenn es bislang wegen der offenen Rechtsfragen nur eine überschaubare Anzahl von Abmahnungen we-gen angeblicher Verstöße gegeben habe, ist es für eine Entwarnung nach Einschätzung des DIHK-Chefjustiziers zu früh. „Der Gesetzgeber hat weiterhin die Aufgabe, dem allgemeinen Abmahn-Unwesen Einhalt zu gebie-ten.“ In puncto Änderungsbedarf sieht er „den Fokus sicher allgemein auf Entlastung gerichtet“. Dass die rechtssi-chere Umsetzung einer an sich wichtigen Regulierung so komplex geworden sei, dass sie auf Dauer einen neuen Berufsstand von Datenschutzexperten erfordere, sei „kein gutes Zeichen“, warnte Wernicke. Der DIHK will jetzt eine breite Unternehmensumfrage starten, „um dann den EU-Institutionen frühzeitig konkrete Vorschlä-ge zur Anpassung der DSGVO unterbreiten zu können.“

SCHMIDT+KOCH

ŠKODA OCTAVIA
IN TOPFORM.

Ohne Sonderzahlung – mtl. Leasingrate 169,- €¹

Zum Beispiel mit Metallic-Lackierung, Zentralverriegelung inkl. Funkfernbedienung, Klimaanlage, elektrische Fensterheber vorn und hinten, Parksensoren hinten, Geschwindigkeitsregelanlage, Multifunktionsanzeige, elektrisch einstell- und beheizbare Außenspiegel, Musiksysteem Swing u. v. m.

EIN ANGEBOT DER ŠKODA LEASING¹:			
ŠKODA OCTAVIA COMBI 1,2 I TSI Ambition 63 kW (85 PS)			
Sonderzahlung	0,00 €	Vertragslaufzeit	48 Monate
Nettodarlehensbetrag (Anschaffungspreis)	17.929,45 €	Gesamtbetrag	8.862,00 €
Sollzinssatz (gebunden) p.a.	3,08 %	48 mtl. Leasingraten à	169,00 €
Effektiver Jahreszins	3,08 %	inkl. Überführungskosten	
jährliche Fahrleistung	10.000 km		

Kraftstoffverbrauch in l/100 km, innerorts: 6,1; außerorts: 4,2; kombiniert: 4,9; CO₂-Emission, kombiniert: 115 g/km (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007). Effizienzklasse B²

STARKE GRUPPE
STARKE LEISTUNG

Schmidt + Koch GmbH
Stresemannstraße 122, 27576 Bremerhaven
Tel.: 0471 594-0, bhv@schmidt-und-koch.de

www.schmidt-und-koch.de

¹ Ein Angebot der ŠKODA Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig, für die wir als ungebundener Vermittler, gemeinsam mit dem Kunden, die für den Abschluss des Leasingvertrags nötigen Vertragsunterlagen zusammenstellen. Bonität vorausgesetzt. Alle Werte inkl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Nach Vertragsabschluss steht Verbrauchern ein gesetzliches Widerrufsrecht zu.

² Die angegebenen Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach den gesetzlich vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Ab dem 1. September 2018 wird der WLTP den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ) ersetzen. Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Aktuell sind noch die NEFZ-Werte verpflichtend zu kommunizieren. Soweit es sich um Neuwagen handelt, die nach WLTP typgenehmigt sind, werden die NEFZ-Werte von den WLTP-Werten abgeleitet. Nähere Informationen erhalten Sie bei uns oder unter skoda.de/wltp. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

CMYK + RGB



Von der Bürgerweide live ins All

Ein Großereignis wirft buchstäblich seine Schatten voraus: Ein 17 Meter hohes und 33 Tonnen schweres Modell der neuen europäischen Träger Rakete Ariane 6 kündigt vor der ÖVB-Arena in Bremen den International Astronautical Congress 2018 (IAC 2018) an. Zum weltgrößten Raumfahrt-kongress von Montag bis Freitag, 1. bis 5. Oktober 2018, in der Messe Bremen werden nach aktuellem Stand mehr als 4000 Teilnehmer aus über 90 Nationen erwartet.

„Die Ariane-6-Rakete hat eine wichtige Bedeutung für unseren Luft- und Raumfahrtstandort in Bremen“, sagt Martin Günthner, Bremens Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen. „Mit der Aufstellung auf der Bürgerweide wird sie für alle Bremerinnen und Bremer sichtbar und ist ein tolles Symbol für unsere ‚City of Space‘.“ Bremen sei

stolz, den IAC auszurichten. „Am Mittwoch, 3. Oktober 2018, dem Public Day, sind auch alle Bürgerinnen und Bürger in die ÖVB-Arena eingeladen, um unter anderem die Liveschalt zu Alexander Gerst auf der Internationalen Raumstation (ISS) mitzuerleben.“

Der IAC ist nach 2003 schon zum zweiten Mal zu Gast in Bremen. „Mit 4336 eingereichten Abstracts hat der IAC 2018 bereits alle früheren Rekorde gebrochen“, sagt Peter von Kampen, kaufmännischer Geschäftsführer der ZARM Fallturm-Betriebsgesellschaft an der Universität Bremen, die lokaler Veranstalter des IAC 2018 ist. Etwa die Hälfte davon hat das Programmkomitee für Vorträge angenommen. „Auch der Anmeldestand der Raumfahrt Ausstellung ist überragend – wir sind praktisch ausverkauft“, weiß von Kampen.

» Bremerhaven

Gesucht: der Konsument

Das Lebensmittelforum Bremerhaven etabliert sich als Branchentreffpunkt. Am 24. Oktober startet die bereits vierte Auflage.

Das diesjährige Lebensmittelforum Bremerhaven spürt dem „Mythos Konsument“ nach. Einhergehend mit dem gesellschaftlichen Wandel verändern sich die Einkaufsgewohnheiten der Menschen. Die Unternehmen der Ernährungswirtschaft suchen nach Antworten auf die künftigen Trends.

Welche Online-Konzepte sind „en vogue“? Warum boomt Streetfood? Haben Start-ups die Antwort auf neue Produkte und Verzehranlässe? Warum werden immer mehr Supermärkte zu Eventlocations? Welche Auswirkungen haben zunehmende Gastronomie-Angebote in den klassischen Supermärkten?

Kurzum: Gefordert ist ein neues Denken und Handeln in der Food-Branche. Es geht um nicht weniger als die künftige Wertschöpfung in der Lebensmittelwirtschaft. Neben Impulsvorträgen und Analysen steht dabei stets die Praxis im Vordergrund.

Das 4. Lebensmittelforum Bremerhaven findet am 24. Oktober 2018 in der Eventlocation Fischbahnhof in Bremerhaven statt und richtet sich an Entscheider und ein Fachpublikum aus Wirtschaft, Wis-



Streetfood steht momentan hoch in der Gunst der Konsumenten. Diesem und vielen weiteren Trends forscht das Lebensmittelforum Bremerhaven nach. Foto: Scheschonka

senschaft und Verwaltung. Am Vorabend, 23. Oktober, besteht für die Teilnehmer die Möglichkeit zum Netzwerken im Rahmen eines gemeinsamen Es-

sens im Atlantic Hotel Sail City mit begleitenden Informationen zum Thema „Weniger Abfälle, mehr Wertschätzung – Nachhaltigkeit in der Hotelküche“.

» lebensmittelforum-bremerhaven.de

Im Blick

- » **6. November 2018:** Innovationswerkstatt zum Thema „Arbeit als Sinnstifter(in): Wertewandel, die junge Generation und Ihr Unternehmen“ für kleine und mittlere Unternehmen des Landes Bremen. www.bis-bremerhaven.de
- » **10. Oktober:** „Reisen für alle“ – Chancen für die Bremerhavener Tourismuswirtschaft; Diskussionsrunde der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, Standort Bremerhaven. www.handelskammer-bremen.de
- » **15. bis 19. März 2019:** INTERNORGA – Die Leitmesse für die Nahrungsmittelwirtschaft und Gastronomie im Norden. www.hamburg-messe.de

Einfach genießen

Fisch und Feines: Vom 9. bis 11. November wird die Messe Bremen zum Pilgerort für Genießer.

Nach der „fish international“ als Treffpunkt der Fachwelt im Frühjahr lädt die Messe Bremen im Herbst die Verbraucher zum Genuss in die Hallen an der Bürgerweide. Auf der Messe „Fisch & Feines“ stehen geprüfte, nachhaltige und handwerklich hergestellte Qualitätsprodukte, neue Ideen und kulinarische Anregungen im Mittelpunkt. Beim Craft Beer Event, das zum Programm gehört,

gibt es alles vom klassischen Pils bis zum India Pale Ale. Vier Bremer Brauereien bringen ein gemeinsames Bier auf den Markt. Mit dabei sind die Freie Union Brauerei, Grebhans Bierhandwerk, Schulzentrum Rübekamp und die Gasthausbrauerei.

» www.fisch-feines.de



Ein gemeinsames Bier von vier Craft-Beer-Brauereien wollen Doreen Gaumann, Tobias Grebhan, Boris von Schaewen und Palle Jensen (von links nach rechts) zu „Fisch & Feines“ vorstellen.



Wie Augmented und Virtual Reality das Einkaufserlebnis verändern und wie künstliche Intelligenz die Ansprache an den Kunden optimieren kann, zeigt das Konferenzprogramm „Grand Plaza“ auf der Expo Real vom 8. bis 10. Oktober in München.

Neue Kanäle zum Kunden

Der Einzelhandel ist mitten in einer grundlegenden Veränderung. Chancen und Möglichkeiten im Internet stehen im Mittelpunkt des Konferenzprogramms „Grand Plaza“ auf der Expo Real vom 8. bis 10. Oktober in München.

„Für den Handel ist eine intelligent vernetzte Kundenansprache das Gebot der Stunde – und zwar über verschiedenste Kanäle“, erläutert Claudia Boymanns, Projektleiterin der Expo Real. „Omni-channel Einzelhandel heißt deshalb das zentrale Schlagwort, über das Pioniere und Experten auf der Grand Plaza sprechen werden.“ Zu den Experten zählt

Martin Wild, Chief Innovation Officer der MediaMarktSaturn Group. Er wird vortragen, wie in Zukunft Roboter beim Einkaufen den Weg ins gewünschte Geschäft oder zum richtigen Regal weisen werden, wie Augmented und Virtual Reality das Einkaufserlebnis verändern und wie künstliche Intelligenz die Ansprache an den Kunden optimieren kann.

In der Diskussionsrunde „Wo bitte geht's zum Kunden? Der Handel auf der Suche nach dem Königsweg zum Verbraucher“ wird Wild unter anderem mit Christine Hager, Geschäftsführerin und Head of Shopping Center Asset Management von redos sowie Gerrit Egg, Geschäftsführer WISAG Facility Management, die Herausforderungen für den Handel und die Handelsimmobilien genauer beleuchten. Weitere Themen der Grand Plaza sind Konzepte und Geschäftsmodelle, die veränderte Rolle von Einkaufszentren und wie Handelsimmobilien zur Quartiersentwicklung beitragen können.



Wachsende Stadt: Bremerhaven hat in wenigen Jahren Tausende neue Arbeitsplätze bekommen. Jetzt müssen entsprechende Wohnungen gebaut werden, damit die Arbeitnehmer hier wohnen können.

Foto: Heumer

Lockruf des Geldes

Die Zukunft hat begonnen – zumindest die Diskussion darum, wie sich Bremerhaven und das Land Bremen entwickeln sollen. In die Aufbruchstimmung mischen sich auch kritische Fragen.

Von Wolfgang Heumer

Der Lockruf des Geldes ist nicht zu überhören. Ab 2020 bekommt das Land Bremen pro Jahr 500 Millionen Euro mehr vom Bund und den anderen Bundesländern. Nachdem die Politik jahrelang zum Sparen verdonnert war, haben längst die Diskussionen begonnen, wie der frische Geldsegen genutzt werden kann. Schon heute steht fest, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil der zusätzlichen Mittel in den Sozialbereich, in Schulen und in Kindertagesstätten fließen wird. Daran lassen weder Bremerhavens Oberbürgermeister Melf Grantz noch Bremens Regierungschef Carsten Sieling Zweifel. Die Verteilung des Restes wollen Magistrat und Senat aber im breiten Konsens regeln: Seit einem Jahr befassen sich Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft im Projekt 2035 mit den potenziellen Investitionsschwerpunkten. Wieviel tatsächlich in den Wirtschaftsstandort und die Basis für Steuereinnahmen fließen wird, ist aber noch

unklar. Für Wirtschaftssenator Martin Günthner ist der kommende Geldfluss eine Chance, die ökonomische Entwicklung Bremerhavens ähnlich wie in der jüngeren Vergangenheit voranzutreiben. „Wir haben Bremerhaven in den vergangenen 17 Jahren aus dem Tal der Tränen herausgeholt“, ist er überzeugt. Jetzt gelte es, in den kommenden 17 Jahren ähnliche Impulse für den Strukturwandel zu setzen.

Auf dem Weg in die Zukunft

Zu den wenigen konkreten Zielen auf dem Weg in die „Zukunft 2035“ zählt das Thema Green Economy. Auf der Luneplate soll ein Gewerbegebiet entstehen, das selbst nach Kriterien der Nachhaltigkeit gestaltet wird und für Unternehmen gedacht ist, die sich mit nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen beschäftigen. Das „LuneDelta“ gilt als erstes Gewerbegebiet dieser Art in Deutschland, ist aber innerhalb des Landes Bremen nicht unumstritten. Die Opposition

„Die Mieten in der Stadt sind so niedrig, dass wir gar keine Sozialwohnungen benötigen“

Melf Grantz, Oberbürgermeister

in der Bürgerschaft erwartet, dass die „grünen“ Zielsetzungen aufgegeben werden, falls sich Unternehmen beispielsweise aus dem Schwermaschinenbau für das Areal interessieren. Zudem ist selbst Projektteilnehmern unklar, ob „Zukunft 2035“ bereits beschlossene, aber noch nicht realisierte Infrastrukturmaßnahmen umfasst. Konkret geht es um den Offshore Terminal Bremerhaven (OTB) – der Spezialhafen für die Windkraftindustrie blieb im Genehmigungsverfahren stecken. Während Günthner versichert, das Land bleibe bei seinen OTB-Beschlüssen, finden sich in den bisherigen Ergebnispapieren des Zukunftsprojektes keine klaren Aussagen zu dem Terminal vor dem Fischereihafen. Das kritisiert unter anderem die Handelskammer Bremen. Möglicher Verwendungszweck der erwarteten Ländermillionen könnte auch



Grünes Gewerbegebiet am Lunesiel im Grünen: Projektleiterin Annette Schimmel (Bis) erläutert vor Ort das Prinzip des „LuneDelta“.

Foto: WFB/Focke Strangmann

der Wohnungsbau sein. Bremerhaven will bis zum 200-jährigen Stadtjubiläum 2027 um mehr als 10 000 Einwohner wachsen. Allerdings sehen der Oberbürgermeister noch die Städtische Wohnungsgesellschaft Stäwog einen besonderen Bedarf an gefördertem Wohnraum: „Die Mieten in der Stadt sind so niedrig, dass wir gar keine Sozialwohnungen benötigen“, argumentiert Grantz. Stäwog-Chef Siegfried Lückehe ergänzt: „Wir haben hier einen ganz anderen Wohnungsmarkt als beispielsweise in Bremen“, der

durch höhere Mieten und Wohnungsknappheit geprägt sei. Für Grantz und Lückehe ist es wichtiger, bestehende Viertel wie das Goethe-Quartier im Stadtteil Lehe zu fördern. Derzeit werden in Bremerhaven Wohnungen überwiegend von privaten Investoren gebaut. Allerdings beklagt die Stadt den hohen Einpendleranteil in der Bremerhavener Wirtschaft. Fast die Hälfte der Arbeitnehmer in Bremerhavener Unternehmen wohnt außerhalb der Stadt und zahlt dort auch seine Steuern.

Beim Einkauf ins Netz

Die digitale Zukunft hat die Einkaufsmeile in der Bürger erreicht. Weser-Elbe-Sparkasse (Wespa) und swb ermöglichen dort den kostenlosen Zugang zum Internet.

Wer in Bremerhaven einkauft, kann künftig nebenbei für eine Stunde kostenlos im Internet surfen. In der Einkaufszone zwischen dem Theodor-Heuss-Platz und der Keilstraße haben Wespa und swb einen schnellen Internetzugang mit Geschwindigkeiten von bis zu 50 Megabit pro Sekunde eingerichtet.

Unbegrenzt surfen

„Wir haben mehrere WLAN-Hotspots rund um die Wespa-Geschäftsstelle und das rund 400 Meter entfernte swb-Kundencenter aufeinander abgestimmt“, sagt Axel Siemen, Geschäftsführer von swb Bremerhaven. „Dadurch versorgen wir zwei Drittel der Bürgermeister-Smidt-Straße mit freiem WLAN-Signal.“ Inter-

netkunden der swb können sich zudem mit ihren Webmail-Zugangsdaten einloggen und unbegrenzt surfen. „Nachdem wir im vergangenen Jahr in Kooperation mit der swb zunächst all unsere Geschäftsstellen in der Stadt Bremerhaven und im Landkreis Cuxhaven für unsere Kunden mit kostenfreiem WLAN ausgestattet haben, freuen wir uns, nun einen Großteil der Einkaufsstraße zu versorgen“, sagt Peter Klett, Vorstandsvorsitzender der Weser-Elbe Sparkasse. „Damit tragen swb und Wespa maßgeblich dazu bei, dass die Innenstadt für alle Bürgerinnen und Bürger der Stadt, aber auch für alle Besucher Bremerhavens weiter an Attraktivität gewinnt.“

Bremen soll „grün“ werden

Die Politik in der Stadt Bremen will keine „dicke Luft“ mehr. 81 Maßnahmen zur Luftreinhaltung sollen die Stadt zur „Green City“ machen.

Das Papier wiegt schwer: Auf 202 Seiten hat das Bremer Umweltressort gemeinsam mit externen Beratern einen bunten Strauß an Möglichkeiten zusammengestellt, um die Luftbelastung aus dem Straßenverkehr zu reduzieren. Der Masterplan enthält vor allem Maßnahmen, für die die Stadt Bremen nach Angaben der Verwaltung erhebliche Bundeszuschüsse erwartet. Eine zentrale Rolle spielt der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs. Die Bremer Straßenbahn AG (BSAG) soll ihren Bus-Fuhrpark schrittweise auf Elektrobusse umstellen. Allerdings: „Die deutsche Industrie hat das Thema E-Mobilität total verschlafen“, kritisiert der

BSAG-Vorstandssprecher Hajo Müller die mangelnde Verfügbarkeit geeigneter Fahrzeuge. Unabhängig von der Antriebsart der Busse soll das Angebot für die Fahrgäste verbessert werden. Unter anderem sollen Carsharing- und Mietfahrrad-Angebote mit dem Fahrplan von Bussen und Bahnen verknüpft werden. Das Carsharing in Bremen könnte ebenfalls ausgebaut werden – und zwar besonders in den innenstadtfernen Stadtteilen. Um die anfangs zu erwartende niedrigere Nachfrage zu kompensieren, sollen Unternehmen vor Ort die Möglichkeit erhalten, die Fahrzeuge während ihrer Geschäftszeiten exklusiv zu nutzen. In dem Masterplan sind auch Konzepte

aus dem Bereich „Automatisiertes Fahren“ enthalten. Die Verfasser schlagen zum Beispiel Tests rund um das sogenannte „Platooning“ vor, bei dem mehrere Lkw auf dem Weg vom Mercedes-Benz-Werk zum Autoterminal digital gekoppelt werden könnten. So sollen Fahrzeugabstand, Luftwiderstand, Staus und Emissionen verringert werden. Die Stadt Bremen will außerdem den Rad- und Fußgängerverkehr stärken. Eine der Ideen: Bremen könnte eine Kampagne aus Brüssel übernehmen. Fahrradfahrer haben dabei mittels eines kleinen Knopfs am Fahrradlenker die Möglichkeit, gefährliche Situationen im Straßenverkehr, wie etwa Schlaglöcher, sekundenschnell zu melden. Der Masterplan soll jetzt nach Berlin geschickt werden. Dann will die Stadt Bremen die für die Projekte notwendigen Fördergelder beantragen

Vielfältige Möglichkeiten

Die Unterstützung unternehmerischer Initiativen zählt zu den wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftsförderung in Bremerhaven. „Wir fördern nicht mit der Gießkanne, sondern stehen den Unternehmen gezielt zur Seite“, betont der Geschäftsführer der BIS Bremerhaven, Nils Schnorrenberger.

Das Bundesland Bremen verfügt über ein breit gefächertes und individuell einsetzbares Instrumentarium zur Wirtschaftsförderung. Es reicht von at-

traktiven Gewerbeflächen und -immobilien mit einer gut ausgebauten Infrastruktur über Beratungs- und Qualifizierungsangebote, Standortmarketing und Mes-

sen bis zur finanziellen Förderung von Erfolg versprechenden Projekten.

Angebote des Landes

Speziell im Bereich Förderung unterscheidet die BIS zwischen verschiedenen Programmen für ihre Fördermöglichkeiten. Die Wirtschaftsförderung bedient sich dabei der Angebote des Landes Bremen und berät auch über die Förderprogramme des Bundes sowie der Europäischen Union.

Dieses Angebot können Unternehmen aber auch wissenschaftliche Einrichtungen in Anspruch nehmen. „Wir ziehen dabei aber nicht irgendein beliebiges Programm aus der Schublade, sondern suchen nach der individuell besten Lösung, ein Projekt zielgerichtet zu unterstützen“, betont Schnorrenberger. Eine weitere wichtige Säule der Wirtschaftsförderung ist das Thema Finanzierung. Zur Unterstützung unternehmerischer Vorhaben können ergänzend

Wir suchen nach der individuell besten Lösung, ein Projekt zielgerichtet zu unterstützen.

Nils Schnorrenberger, BIS-Geschäftsführer

zu den Fördermöglichkeiten der BIS verschiedene Instrumente der Bremer Aufbau-Bank GmbH (BAB), der Förderbank des Landes Bremen, eingesetzt werden.

Finanzierungsförderung

Dies reicht von Krediten über Beteiligungskapital bis hin zu Bürgschaften der BAB oder der Bürgschaftsbank Bremen GmbH. Die BIS und die BAB arbeiten hier eng zusammen. Die Vielfalt der Fördermöglichkeiten mag auf den ersten Blick verwirrend wirken, tatsächlich ist das Prinzip für Unternehmen ganz einfach – sie haben für alle Themen einen Ansprechpartner.

„Wir haben uns das Prinzip ‚Wirtschaftsförderung aus einer Hand‘ auf die Fahnen geschrieben“, versichert Nils Schnorrenberger: „Wir sind direkter Ansprechpartner für die Unternehmen vor Ort. Die BIS berät die Unternehmen über Fördermöglichkeiten am Standort Bremerhaven, nimmt ihre Anträge entgegen, prüft sie und entscheidet darüber und zahlt die Förderungen aus.“



Mit der Förderung der Teilnahme an Messen und Ausstellungen sollen kleine Unternehmen bei der Erhöhung ihrer Innovationskraft unterstützt werden. Das Foto zeigt den Stand des Landes Bremen auf der Messe SMM in Hamburg, der alle zwei Jahre von der BIS Bremerhaven organisiert wird.

Fotos: Scheer



Schwerpunkte für Förderung

Mit den Förderprogrammen des Landes Bremen, für die in Bremerhaven die Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS zuständig ist, werden konkrete Zielsetzungen verfolgt. Über allen Maßnahmen steht das Ziel, neue Arbeitsplätze in Bremerhaven zu schaffen sowie die Innovationskraft der Unternehmen am Standort zu stärken.

Dieser Überblick beschreibt in groben Zügen die verschiedenen Förderprogramme. Mit den Programmen werden folgende Schwerpunkte gesetzt:

»Investitionen können aus zwei Programmen unterstützt werden: dem Landesinvestitionsprogramm (LIP Bremen) sowie dem Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF). Mit dem LIP Bremen werden vorrangig Investitionsdarlehen im Rahmen des von der Europäischen Union, der Bundesrepublik Deutschland und dem Bundesland Bremen finanzierten Landesinvestitionsförderprogramms gewährt. Generelles Ziel des EMFF ist die Förderung einer wettbewerbsfähigen, ökologisch nachhaltigen, rentablen und sozial verantwortungsvollen Fischerei und Aquakultur sowie die Unterstützung der Durchführung der Gemeinsamen Fischereipolitik (GFP). Ziele sind unter anderem die Einsparung von Energie; die Verringerung von Umweltbelastungen; die Verbesserung von Sicherheit, Hygiene, der Gesundheit und der Arbeitsbedingungen; die Verarbeitung von Nebenerzeugnissen, die bei der Hauptverarbeitung anfallen. Außerdem können Investitionen unterstützt werden, die zu neuen oder verbesserten Erzeugnissen, neuen oder verbesserten Verfahren oder neuen oder verbesserten Systemen der Verwaltung oder Organisation führen.

»Innovationen werden unter verschiedenen Aspekten unterstützt. Die Landesprogramme fördern Forschungs- und

Entwicklungsprojekte im Unternehmen, Innovationsdienstleistungen sowie Beratungen bei der Digitalisierung im Unternehmen.

»Die Umweltförderung ist ebenfalls dem Thema Innovation mit den Schwerpunkten Klima- und Ressourcenschutz gewidmet. Die Bandbreite reicht dabei von Forschung und Entwicklungsarbeiten bis hin zur gemeinsamen Nutzung von Ressourcen oder Personal in einem so genannten Innovationscluster. Darüber hinaus werden unter anderem konkrete Vorhaben der angewandten Forschung unterstützt sowie die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft gefördert.

»Mit der Förderung der Teilnahme an Messen und Ausstellungen sollen kleine Unternehmen bei der Erhöhung ihrer Innovationskraft unterstützt werden und somit ein wirksamer Beitrag zur Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit auf internationalen Märkten geleistet und langfristig eine Verbesserung der bremischen Wirtschaftsstruktur erreicht werden.

»Die allgemeine Unternehmensberatung wird in Kooperation mit der Bremer Aufbaubank (BAB) unterstützt. Mit diesem Partner findet die Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS die besten Expertinnen und Experten für das jeweilige Anliegen. Vor Projektbeginn prüfen die Wirtschaftsförderer, ob Fördermittel bereit stehen; während des Beratungsprozesses überprüfen sie Erfolg und Qualität der Vorhaben.

»Mit dem Förderschwerpunkt Gründung wendet sich die BIS sowohl an junge Unternehmerinnen und Unternehmer mit frischen Ideen als auch an solche, die eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger für ihre Firma suchen. Sie finden im neuen Konzept des STARTHAUSES eine zentrale Anlaufstelle.

Im STARTHAUS steht ihnen ein starkes Gründungsnetzwerk mit Informationen, Coaching, Förderung und Finanzierung hilfreich zur Seite. Die allgemeine Existenzgründungsberatung wird in Kooperation mit der BAB unterstützt. Existenzgründerinnen und Existenzgründer, die im Land Bremen eine gewerbliche oder wirtschaftsnahe freiberufliche Existenz gründen beziehungsweise ein solches Unternehmen erwerben wollen, können einen Zuschuss zu einer Beratungsleistung erhalten. Der BAB-Mikrokredit schließlich soll die Finanzierung von kleinen Gründungsvorhaben und die Projektfinanzierung bei Kleinstunternehmen und von Freiberuflern erleichtern.

»Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft ist einem vielfältigen Branchenmix gewidmet. Ihr gehören sowohl Freiberufler wie Künstler und Kulturschaffende als auch Kleinstunternehmer wie Kunsthändler, Agenten und Galeristen an. In diesen Branchenbereichen findet vermehrt Gründungsgeschehen statt. Die Vernetzung aller Akteure führt zu immer mehr Sichtbarkeit. Auch darum kümmert sich die Bremerhavener BIS in einer Reihe von Veranstaltungen, Qualifizierungsmaßnahmen, Publikationen sowie Netzwerktreffen.

»Detailinformationen zu allen Förderprogrammen stehen auf der Internetseite der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS (www.bis-bremerhaven.de) unter dem Menüpunkt „Förderung“ zum Abruf bereit.

Intensiver Wissenstransfer

Klimawandel, Umweltverschmutzung und übermäßiger Ressourcenverbrauch erfordern neue Rahmenbedingungen für die Wirtschaft. Daher startete der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr gemeinsam mit der Bremer Aufbau-Bank (BAB) und der BIS Bremerhaven die Ausschreibung „Innovation durch Kooperation“.

Damit unterstützt das Land Bremen Forschungseinrichtungen und Unternehmen bei der Entwicklung von umwelt- und klimaentlastenden Produkten, Verfahren und Dienstleistungen. Noch bis zum 15. Oktober 2018 können nach einem Erstgespräch Projektskizzen zur Bewerbung um Fördermittel eingereicht werden.

„Technologie-Standort stärken“

„Wir können so die Entwicklung neuer Produkte und Lösungen für Klimaschutz, Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit beschleunigen und den Technologiestandort Bremen nachhaltig stärken“, erklärt Dr. Joachim Lohse, Senator für Umwelt, Bau und Verkehr. „Es sollen Projekte mit regionalwirtschaftlicher Relevanz initiiert werden, in denen Bremer Forschungseinrichtungen und Unternehmen gemeinsam praxisnahe Lösungen erarbeiten.“ Durch diese Kooperationen

sollen vorhandene Kompetenzen effizient genutzt, der Wissenstransfer intensiviert sowie ein früher Markteintritt befördert werden.

Die Förderquote mittels Zuschuss liegt für Unternehmen bei bis zu 50 Prozent, Forschungseinrichtungen können bis zu 100 Prozent Förderung erhalten. Grundlagen sind die „Richtlinie zur Förderung von Projekten der Angewandten Umweltforschung (AUF)“ und die Richtlinie zum „Programm zur Förderung anwendungsnahe Umwelttechniken (PFAU)“. Die Umsetzung der Programme AUF und PFAU erfolgt aus Landesmitteln und aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE). Weitere Informationen gibt bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS Guido Ketschau unter ☎04 71/94646-741 oder per Mail an ketschau@bis-bremerhaven.de.



Bremerhaven verfügt über eine leistungsfähige Forschungslandschaft – unter anderen mit dem neuen Thünen-Institut. Mit der aktuellen Ausschreibung fördert der Umweltsenator die Kooperation von Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen.

Foto: Hartmann



GUTE GRÜNDE
FÜR BLG LOGISTICS

BLG  LOGISTICS

EINSTARKER LOGISTIKPARTNER, FÜNF GUTE GRÜNDE.

Sie suchen einen guten Grund für BLG LOGISTICS?
Wir geben Ihnen 5.

 www.blg.de/5gruende



Zukunftsthema: „Grüne“ Antriebstechnologien wie die Gasmotoren des Marktführers Win GD aus der Schweiz zählten zum wichtigsten Gesprächsstoff auf der SMM.

Foto: Heumer

IME

Marine Technology

onale
Messe

SMM
einen
eigenen
Ausstel-
lungsbereich
wert. In Bremerhaven
ist das erste Containerschiff
weltweit auf LNG-Betrieb umgerüstet
worden; außerdem wurde hier das erste
deutsche Fahrgastschiff, die „Ostfries-
land“, entsprechend umgerüstet. Am
Rande der SMM gab es außerdem erste
Gespräche um ein Modellprojekt für
ein kleines Fahrgastschiff mit einer

Brennstoffzelle als Kraftquelle.
Insgesamt waren rund 70 Betriebe aus
dem Bundesland auf der SMM vertre-
ten, darunter sechs Firmen am Ge-
meinschaftsstand des Landes.
Diese Plattform nutzt das Land Bremen
bereits zum sechsten Mal, um sich als
einer der wichtigsten nationalen – und
internationalen – Standorte der mariti-
men Wirtschaft und Logistik zu positi-
onieren. Den Gemeinschaftsstand des
Landes organisiert die BIS Wirtschafts-
förderung Bremerhaven.

Digitalisierung und Umwelt

Über die erneut starke Präsenz der
beiden Städte freut sich BIS-Geschäfts-
führer Nils Schnorrenberger. „Es ist ein
wesentliches Element unserer Stand-
ortförderung und unseres gemein-

samen Messeauftritts, die örtlichen
Unternehmen mit potenziellen Kunden
und Geschäftspartnern aus aller Welt
ins Gespräch zu bringen“, bekräftigt
er. „Die diesjährigen Schwerpunkte
der SMM, Digitalisierung und Umwelt,
zeigen zudem, dass wir mit unseren Be-
ratungsangeboten, dem Schwerpunkt
Green Economy und der Entwicklung
eines nachhaltigen Gewerbegebiets
genau die passenden Standortfaktoren
bieten, die moderne maritime Unter-
nehmen benötigen“, stellt Schnorren-
berger fest.
Martin Günthner, Senator für Wirt-
schaft, Arbeit und Häfen betont: „Die
maritime Wirtschaft und Logistik
sind von zentraler Bedeutung für die
wirtschaftliche Zukunft Bremerhavens
und Bremens.“ „In einer langen Tradi-

tion hat sich in den beiden Städten eine
unvergleichliche maritime Kompetenz
verankert. Mit etwa 1500 Unternehmen
und rund 80.000 direkt Beschäftigten
generiert der Sektor heute ein Drittel
des Bruttoinlandsproduktes im Land
Bremen mit innovativen Dienstleistun-
gen und Produkten. Die Branche und
ihre positive Entwicklung auf allen
Ebenen zu unterstützen, ist ein zent-
rales Anliegen der
Bremer Wirtschafts-
politik“, verweist
der Senator unter
anderem auf die
maritimen Schwer-
punkte in der
Clusterstrategie und
im Innovationspro-
gramm des Landes.



Gute Aussichten: Rüdiger Pallentin, Chef der Lloyd Werft Bremerhaven, rechnet mit einem Großauftrag – der Endausrüstung des größten Kreuzfahrtschiffes der Welt.

Foto: Scheer



Für die Hafenbahn: Weichen in Richtung Zukunft gestellt

Mit einem neuen Managementsystem hat die bremische Hafeneisenbahn einen wichtigen Schritt in das digitale Zeitalter getan. Das gemeinsam mit der Firma Sersa Rhomberg Gleisbau entwickelte System schafft die Möglichkeit, das Schienennetz in den Häfen kontinuierlich auf seinen Zustand zu prüfen. Dies hilft dabei, kurzfristige Reparaturnotwendigkeiten zu bestimmen und Investitionen gezielter zu planen. Die Hafenmanager von bremenports betreuen rund 220 Kilometer Gleise und 673 Weichen. Wöchentlich nutzen bis zu 680 Züge diese Infrastruktur, um Container und Automobile zu oder von den Hafenanlagen zu transportieren. Die Gleisanlagen müssen zweimal im Jahr überprüft werden, um den betriebssicheren Zustand festzustellen oder erforderliche Reparaturen vorzunehmen und so die Sicherheit der Verkehre zu gewährleisten.

Gesamtes Gleisnetz digital erfasst

Ziel des Projektes IDMS war es, die Infrastruktur digital zu inventarisieren. Die dadurch erlangte Datenqualität wird die Wartungsaufgaben und Instandhaltungstätigkeiten positiv unterstützen und die Betriebssicherheit auf einen modernen Standard anheben. In sieben Monaten wurde das gesamte Gleisnetz digital erfasst, inventarisiert, bewertet und in einem zweidimensionalen Datenmodell bereitgestellt. Darüber hinaus wurde eine speziell für die Bedürfnisse von bremenports entwickelte Software und eine Hardware zur Eingabe der Daten vor Ort geliefert. Die Mitarbeiter von bremenports und externer Dienstleister wurden für die neue Aufgabe umfassend geschult.

Echtzeitdaten über die Verkehrslage

Auch für die Vernetzung mit den Partnern der bremischen Hafeneisenbahn wird das digitale Managementsystem künftig neue Möglichkeiten schaffen. So können in Zukunft mit allen relevanten Institutionen Echtzeitdaten zu Verkehrslage und Zustand der Gleisinfrastruktur ausgetauscht werden. „Die Anforderungen an unser Eisenbahnnetz werden mit den kontinuierlich steigenden Verkehrsmengen weiter wachsen“, sagt bremenports-Geschäftsführer Robert Howe. „Mit der neuen Technologie haben wir ein Instrument, um unsere wertvolle Bahninfrastruktur langfristig zu erhalten und wirtschaftlich zu nutzen.“

Niedersachsens Häfen erwarten mehr Hilfe

Unternehmer und Arbeitnehmer ziehen Bilanz und sehen noch erheblichen Handlungsbedarf bei der Landesregierung in Hannover.

Das zeigt die gemeinsame Bilanz, die die Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Seehäfen, der DGB und die Gewerkschaft ver.di gezogen haben. Ungelöste Aufgaben seien vor allem bei der Finanzierung der Seehäfen und ihrer verkehrlichen Anbindung, bei den Themen Digitalisierung und Qualifizierung zu erkennen.

Zusätzliche Landesmittel

Für den Erhalt der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Niedersächsischen Seehäfen und die Sicherung der damit verbundenen mehr als 40 000 Arbeitsplätze im Land müssen der Bilanz zufolge die Landeszuschüsse auf mindestens 40 Millionen Euro pro Jahr erhöht werden. Außerdem erwarten Seehäfen und Gewerkschaften zusätzliche Landesmittel für besondere Großprojekte wie die Instandhaltung von Schleusen, die auch über 2019 hinaus im Landeshaushalt vorgesehen werden. „Neben Erhalt und Ausbau der Seehäfen muss auch ihre Verkehrsanbindung weiter ausgebaut werden“, betont Karsen Dirks, Sprecher der Arbeitsgemeinschaft Niedersächsische Seehäfen. Die Landesregierung gebe mit dem klaren

Bekenntnis zur Umsetzung der im Bundesverkehrswegeplan enthaltenen Projekte das richtige Signal. Erfreulich sei insbesondere das Bestreben, den Ausbau der Hafenhinterlandanbindungen der Seehäfen an die Wirtschaftszentren im Binnenland und die Fahrrinnenanpassungen der Außen-Ems und der Weser voranzutreiben, so Dirks. „Allerdings darf es bei der Planung und Umsetzung der Vorhaben nicht länger zu teils massiven Verzögerungen kommen. Planungsverfahren müssen beschleunigt und die Planungskapazitäten des Landes erhöht werden“, unterstreicht Dirks.

Breitbandinfrastruktur

„Darüber hinaus ist eine zukunftsweisende Breitbandinfrastruktur per Glasfaser unverzichtbar“, sagt Annette Düring, Geschäftsführerin der DGB-Region Bremen-Elbe-Weser. „Wir begrüßen in diesem Zusammenhang ausdrücklich, dass die Landesregierung erkannt hat, dass ohne Gigabitnetze und die beschleunigte Einführung des neuen Mobilfunkstandards 5G eine erfolgreiche Digitalisierung nicht möglich ist“, so Düring weiter. Nun müsse zur Siche-

rung von Beschäftigung, Wachstum und Wohlstand an der Küste zügig an der Schließung von Versorgungslücken vorrangig in Hafengebieten und entlang der Verkehrswege gearbeitet werden.

Innovative Projekte

„Damit auch nachkommende Generationen in der Küstenregion eine Perspektive für gute Arbeit mit guter Vergütung erhalten, muss die Hafenwirtschaft für den Erhalt ihrer Wettbewerbsfähigkeit die Chancen der Digitalisierung nutzen können“, meint Stefan Schubert, Landesfachbereichsleiter Verkehr des ver.di-Landesbezirks Niedersachsen-Bremen. Neben der Förderung innovativer Projekte in den Häfen müsse von der Landesregierung eine breit angelegte Qualifizierungsinitiative gestartet werden, um dem digitalen Wandel in der Hafenwirtschaft Rechnung zu tragen und weiterhin eine positive Beschäftigungsbilanz zu erreichen. „Das System der dualen Aus- und Weiterbildung ist ein zentraler Bestandteil der berufsfachlichen Qualifizierung von Menschen und der Fachkräftesicherung. Für die Attraktivität der dualen Berufsausbildung ist eine flächende-

ckende Verfügbarkeit wohnortnaher berufsbildender Schulen mit einer gesicherten Unterrichtsversorgung eine entscheidende Voraussetzung“, bekräftigt Schubert. Die von der Landesregierung beabsichtigte Rücknahme von Stellenstreichungen in Berufsschulen sei zwar grundsätzlich zu begrüßen. Für eine gesicherte Unterrichtsversorgung müssten jedoch vermehrt neue Lehrkräfte eingestellt werden.

Ausbau der Zollverwaltung

„Weiterhin ist die Landesregierung mit Blick auf den bevorstehenden EU-Austritt Großbritanniens gefordert, sich entschieden für den Ausbau der Zollverwaltung in den niedersächsischen Hafenstandorten einzusetzen, damit auch im Falle eines harten Brexits weiterhin ein zuverlässiger und reibungsloser Güterumschlag im Großbritannien-Verkehr gewährleistet werden kann“, appellieren die Vertreter der Seehäfen und der Gewerkschaften. Engpässe in der Zollabfertigung würden zu einer Abwanderung von Ladungsströmen führen und damit Arbeitsplätze, Wohlstand und Wertschöpfung in unserem Land nachhaltig gefährden.

Saubere Luft im Hamburger Hafen

Große und größte Containerschiffe sollen in Hamburg künftig während ihrer Liegezeit die Hilfsdiesel ausschalten und den für den Bordbetrieb notwendigen Strom aus einem neuartigen mobilen Generator beziehen. Die Technologie wird derzeit in einem Pilotprojekt getestet.

Umweltgerechter Strom

Das mobile Kraftwerk hat der Technologielieferant Becker Marine Systems entwickelt. Ein so genanntes Becker LNG PowerPac® versorgt am Terminal Burchardkai Containerschiffe am Kai mit umweltgerecht erzeugtem Strom. Der Betrieb war mit einem Prototyp in den vergangenen Wochen mehrfach erfolgreich bei 20 000-TEU-Containerriesen von Hapag-Lloyd getestet worden. Das Becker LNG PowerPac® ist ein kompaktes System in der Größe von zwei 40-Fuß-Containern.

Reduzierung der Schadstoffe

Diese Einheit kombiniert einen gasbetriebenen Generator und einen LNG-Tank, der die Energie für den Generator liefert. Sobald das Containerschiff vertäut ist, wird das mobile 1,5-Megawatt-Kraftwerk vom Kai per Containerbrücke auf einen Stellplatz am Heck des Schiffes gehoben, mit dem Bordnetz verbunden und kann dann während des Aufenthalts im Hafen Strom für den Schiffsbetrieb liefern. So sollen Schadstoffemissionen, etwa von Schwefeldioxid, Feinstaub und Stickstoffoxiden, entweder ganz vermieden oder deutlich reduziert werden.

Offshore-Ladung am Haken

Der neue Offshore-Terminal in Cuxhaven hat ein erstes großes Windkraftprojekt an Land gezogen.

Die Nutzung des neuen Liegeplatzes so kurz nach seiner Fertigstellung bestätigt seine Notwendigkeit

Roland Schneider, Cuxport

Business Development bei Cuxport. Der Windpark Deutsche Bucht ist das dritte Offshore-Windprojekt des kanadischen Stromerzeugers Northland Power. Es hat eine zugewiesene Netzkapazität von 269 MW und liegt rund 95 Kilometer nordwestlich von Borkum in der AWZ, 77 Kilometer von Northlands anderem deutschen Offshore-Windprojekt Nordsee One entfernt, für das Cuxhaven ebenfalls als Basishafen fungierte. Van Oord verantwortet die Planung, das Engineering, die Beschaffung, den Bau

und die Installation der Fundamente, der Inter-Array-Kabel und des Offshore-Hochspannungsnetzes sowie den Transport der Windenergieanlagen. Die Installation der Turbinen übernimmt MHI Vestas. Die Offshore-Windkraftanlagen werden an die BorWin-Beta-Umspannplattform angeschlossen, die bereits installiert ist. Der Windpark Deutsche Bucht umfasst insgesamt 33 Windkraftturbinen, 31 davon auf Monopile-Fundamenten und zwei auf sogenannten Mono-Bucket-Fundamenten. Diese neue Art der Fundamentstruktur wird hier erstmals unter gewerblichen Einsatzbedingungen getestet. Die 33 MHI-Vestas-Offshore-Windturbinen können jeweils eine Maximalleistung von 8,4 Megawatt erbringen. Die Cuxport GmbH betreibt ein multifunktionales Umschlagsterminal im Tief-

wasserhafen Cuxhaven. Neben umfangreichen Hafenumschlagsmöglichkeiten bietet Cuxport eine ideale geografische Lage für sämtliche Seeverkehre sowie optimale Hinterlandanbindungen.

Weltweiter Logistikdienstleister

Das Unternehmen ist ein Joint Venture, bei dem die Rhenus SE & Co. KG 74,9 Prozent und die HHLA Container Terminals GmbH 25,1 Prozent der Anteile halten. Die Rhenus-Gruppe ist ein weltweit operierender Logistikdienstleister mit einem Jahresumsatz von 4,8 Milliarden Euro. Mit mehr als 29 000 Beschäftigten ist Rhenus an über 610 Standorten präsent. Die Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) ist einer der führenden Hafenlogistik-Konzerne in der europäischen Nordrange.



Premiere: Am neuen Cuxport-Liegeplatz 4 werden Fundamente für den Windpark DBU Deutsche Bucht auf das Errichterschiff „Seajacks Scylla“ verladen. Foto: Rhenus/Scheer

Guter Rat für jedermann

Nur noch selten führen Berufswege immer geradeaus von der Ausbildung bis zur Rente. Ein neues Beratungsangebot der Arbeitsagentur hilft Arbeitnehmern bei der Richtungsentscheidung.

Melanie Barthold war Unternehmensberaterin und deshalb berufsbedingt viel unterwegs. Nach der Babypause möchte sie jetzt weiter arbeiten, sich aber auch um ihr Kind kümmern. Auf der Suche nach der passenden Tätigkeit hilft ihr die Arbeitsagentur mit einem neuen Beratungsangebot, das als Pilotprojekt in Bremerhaven und Bremen erprobt worden ist. „In der Beratung schauen wir uns gemeinsam die Kompetenzen und Qualifikationen mit Blick auf mögliche und erreichbare berufliche Ziele sowie die persönliche Lebenssituation,“ erläutert Thomas Peuker, der das Projekt in der Arbeitsagentur Bremen-Bremerhaven koordiniert. Daraus entwickeln Berater und Ratsuchender dann, welche Weiterbildungsschritte zum Ziel führen.

5000 Ratsuchende

Das Angebot gibt es seit 2015, nach Ende der Pilotphase hat die Agentur entschieden, es regulär fortzusetzen. Die Beratung steht jedem zur Verfügung, der über eine berufliche Veränderung nachdenkt – insbesondere auch Personen, die sich in einem festen Arbeitsverhältnis befinden. Rund 5000 Ratsuchende haben

das kostenlose Angebot bereits wahrgenommen: „Zwei Drittel von ihnen waren und sind Beschäftigte“, betont Peuker.

Neue Anforderungen

Das Projekt trägt dem Umstand Rechnung, dass Arbeitnehmer immer flexibler werden wollen oder müssen. Veränderungen im Beruf sind zumeist mit neuen Anforderungen verbunden; auch hochqualifizierte Beschäftigte wie Melanie Barthold müssen genau herausfinden, welches zusätzliche Wissen und Können sie für einen neuen Job benötigen. Wer sich bei der Agenur beraten lässt, muss dabei nicht einmal einen Wechsel des Arbeitgebers zum Ziel haben – das Programm gilt auch für diejenigen, die in ihrem angestammten Unternehmen eine Veränderung suchen und dafür ihre Qualifikation verbessern wollen. Die Beratung ist als Hilfe zur Selbsthilfe gedacht: „Natürlich können wir den Ratsuchenden die Entscheidung letztendlich nicht abnehmen“, so Peuker.

Die Berater der Arbeitsagentur verstehen sich als neutrale Instanz und eine Art Sparringspartner ihrer Kunden. Selbst wenn viele grundsätzliche Informationen auch im Internet recherchierbar sind, können die Berater doch bei der Bewertung und Einordnung helfen.

» Termine zur Weiterbildungsberatung vergibt die Agentur unter der kostenlosen Servicetelefonnummer 0800 4 5555 00.



Veränderung im Handumdrehen: Um Unternehmern neue Wege zu Auszubildenden nahezubringen, setzt die Arbeitsagentur beim „Business-Talk“ auch auf Improvisationstheater. Foto: Heumer

Not macht erfinderisch

Wer gute Fachkräfte sucht, sollte sie mit guten Argumenten locken. „Arbeit muss Sinn und Spaß machen“, betonte Unternehmensberater Cornils Rasmussen beim „business talk“ der Arbeitsagentur Bremerhaven.

Der Fachkräftemangel greift um sich. Insbesondere kleine und mittlere Firmen bekommen verstärkt Probleme, geeignete Mitarbeiter zu finden. „Not sollte erfinderisch machen“, lautete die Botschaft beim „business talk“, mit dem die Arbeitsagentur in Bremerhaven Unternehmen in lockerer Runde neue Ansätze zur Personalakquise vermittelte. Für Unternehmensberater Rasmussen ist die

Frage der Honorierung von Arbeit nicht mehr das entscheidende Argument bei der Suche nach Mitarbeitern: „Arbeitnehmer wollen etwas Sinnvolles tun und das, was sie am besten können.“ Entsprechend sollten Unternehmer auf die Qualifikation und Wünsche auch der langjährigen Mitarbeiter achten – es sei der beste Weg, Personal zu halten. Ein sicheres Mittel, Fachkräfte zu be-

kommen, ist für den Chef der Arbeitsagentur Bremen-Bremerhaven die Ausbildung.

Förderprogramm

Eindringlich appellierte Ossmann an die Arbeitgeber, nicht nur nach den Besten Ausschau zu halten. „Wenn Sie sich für einen scheinbar schwachen Auszubildenden entscheiden, lassen wir Sie nicht im Stich“, versicherte er den Besuchern des „business talk“. Die Arbeitsagentur hat ein breit gefächertes Förderprogramm unter anderem auch für die Ausbildung von Flüchtlingen.

Per Klick zur Azubi-Stelle

Eine neue Onlineplattform des Nordsee Medienverbundes und in Kürze auch ein gedrucktes Magazin wollen beide Seiten enger mit einander verknüpfen. Business & People sprach mit der Projektkoordinatorin Jacqueline Eichholz über „Nordstarter“.

» Business & People: Im Internet gibt es eine Menge von Stellenportalen. Für wen lohnt sich der Klick auf nordstarter.online ?

Jacqueline Eichholz: Das neue Portal bietet umfangreichen Content rund um das Thema Ausbildung, Berufsstart und unterstützt damit die Entscheidungsfindung junger Menschen mit kompakten Informationen. Wir möchten ein speziell auf unsere Region abgestimmtes Angebot mit Mehrwert schaffen, das durch seine lokalen Inhalte und die einfache Handhabung punktet und sich so auch von den bekannten großen Jobsuchmaschinen abhebt. Der Nordsee Medienverbund publiziert zwei Ausbildungsbeilagen im Jahr, im Frühjahr und im Spätsommer, die seit vielen Jahren erfolgreich vermarktet werden. Vor allem dann, wenn das Schuljahr sich dem Ende neigt und junge Menschen die nächsten Weichen für ihren beruflichen Werdegang stellen müssen. Bisher gab es kein explizites digitales Angebot, das die „Azubi-Sonderbeilagen“ ergänzte. Aus einer Idee wurde schnell ein zukunftsweisendes Konzept: Zusammen mit dem Kooperationspartner Aubiplus veröffentlicht der Nordsee Medienverbund das Portal www.nordstarter.online

» Welche Inhalte finden sich auf nordstarter.online? Guido van de Lageweg: Zentraler Bestandteil von Nordstarter ist die Suche nach offenen Ausbildungsstellen mit Angeboten aus Bremerhaven und dem Umland in einem Radius von 60 Kilometern. Daneben werden alle derzeit für die Region relevanten Ausbildungsberufe vorgestellt sowie auf interessante Messen und Veranstaltungstipps verwiesen. Besonders hervorzuheben ist zudem die kostenlose, individuelle WhatsApp-Beratung für Schüler und die Möglichkeit, der innovativen Videobewerbung. Hilfreiche Bewerbungstipps sowie ein expliziter Elternbereich runden das Angebot ab.

»Wie können Arbeitgeber das neue Portal für sich nutzen? Für Arbeitgeber bietet sich mit Nordstarter eine



Jacqueline Eichholz, Produktmanagerin

optimale Möglichkeit, sich als Unternehmen zu präsentieren. So gibt es ein Kombipaket für die Schaltung einer Stellenanzeige und eines umfangreicheren Firmenporträts im digitalen Portal sowie dem begleitenden Printmagazin. Als sogenannter Benefit Boost können weitere Zusatzleistungen gebucht werden, wie eine Videointegration oder die Bewerbungsoption via Video (APP).

In Kürze erscheint Nordstarter auch als Printmagazin. In einer großen Artikelserie porträtiert die Redaktion unter anderem Auszubildende verschiedener Berufsgruppen, die über ihre persönlichen Erfahrungen berichten und erläutern, welche Faktoren für sie während der beruflichen Entscheidungsphase ausschlaggebend waren. Ein weiterer Punkt dürfte für Unternehmen interessant werden. Im Rahmen der Zertifizierung „Best places to learn“ können sich Firmen als Ausbildungsbetrieb präsentieren und damit ganz gezielt Vertrauen bei den potenziellen Bewerbern aufbauen. Dabei unterziehen sich die Unternehmen einer wissenschaftlich fundierten Untersuchung durch den Partner Aubiplus über die Qualität ihrer Ausbildung. Die Verleihung der Zertifizierung wird anschließend medial intensiv begleitet.



Der neue Ford Transit Custom

Im Job eine echte Größe.

FORD TRANSIT CUSTOM KASTENWAGEN LKW BASIS

Befahrerairbag, Audiosystem, Klimaanlage, Winterreifen (ganzjahrestauglich)

Günstig mit 47 monatl. Finanzierungsraten von

€149,00^{1,2}

Unser Kaufpreis (inkl. Überführungskosten)

€ 22.598,10 brutto
(€ 18.990,00 netto)

Laufzeit	48 Monate
Gesamtleistung	40000 km
Sollzinssatz p.a. (fest)	0,00 %
Effektiver Jahreszins	0,00 %
Anzahlung	3.500,- €
Nettodarlehensbetrag	19.098,10 €
Gesamtdarlehensbetrag	19.098,10 €
47 Monatsraten à	149,00 €
Restrate	149,00 €

Abbildung zeigt Wunschausstattung gegen Mehrpreis.



Schmalzried GmbH

Stresemannstraße 37-39, 27570 Bremerhaven
Tel.: 0471/924650 Fax: 0471/9246540
E-Mail: info@ah-schmalzried.de

Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler.

¹Ford Auswahl-Finanzierung, ein Angebot der Ford Bank GmbH, Josef-Lammerting-Allee 24–34, 50933 Köln. Angebot gilt für noch nicht zugelassene, für das jeweilige Zinsangebot berechnete neue Ford Pkw bei verbindlicher Kundenbestellung und Abschluss eines Darlehensvertrages und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Bitte sprechen Sie uns für weitere Details an. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 6a Preisangabenverordnung dar. ²Gilt für einen Ford Transit Custom Kastenwagen LKW Basis 280 L1 2,0 l TDCI-Motor 77 kW (105 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe.

Genau hinsehen bei Sucht im Job

Ein überhöhter Alkohol- und Drogenkonsum ist schlecht für die Gesundheit und wirkt sich negativ auf Arbeitsklima, Sicherheit und Produktivität im Betrieb aus. Grund genug für Unternehmen, einzugreifen und gezielt zu helfen.

Die Liste der psychoaktiven Substanzen mit Suchtpotenzial wird jedes Jahr länger, ohne dass die bekannten von der Bildfläche verschwinden. Crystal Meth, Bonzai oder Spice mögen die meisten nur aus Medienberichten kennen. Insbesondere Alkohol, aber auch Cannabis und Psychopharmaka sind dagegen allgegenwärtig. All diese Mittel belasten bei regelmäßiger Einnahme die Gesundheit und auch das Berufsleben der Betroffenen.

Der betriebswirtschaftliche Schaden für Unternehmen ergibt sich aus Lohn- und Gehaltsfortzahlungen bei Fehlzeiten, Leistungseinbußen, Fehlern bis hin zu Unfällen und nicht zuletzt aus Konflikten mit Geschäftspartnern, Kunden und Kollegen. Über kurz oder lang leidet das Betriebsklima, wenn Kollegen für suchtkranke Mitarbeiter einspringen oder deren Fehler ausbügeln müssen.

Führungskräfte sind gefragt

Führungskräfte mit Personalverantwortung nehmen bei der betrieblichen Suchtprävention eine Schlüsselrolle ein. Gerade ein sensibles Wahrnehmen von Warnsignalen wie Geruch nach Alkohol, Wesensveränderungen oder Nachlässigkeiten und ein frühzeitiges, klärendes Gespräch sind für Mitarbeiter die beste Hilfestellung. Vorgesetzte müssen dabei wissen, dass sie einen Abhängigen nicht therapieren können. Vielmehr gilt es, ihn zu motivieren und frühzeitig professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Für Personalverantwortliche gilt also die Devise: Genau hinschauen und früh das

Gespräch suchen. Sätze wie „Ich glaube, Sie sind alkoholkkrank“ seien dabei allerdings unbedingt zu vermeiden, sagt Adelheid Niewiadomski von der Gesellschaft für ambulante psychiatrische Dienste GmbH (GAPSY) mit Sitz in Bremen. „Das wäre ja wie eine Diagnose, und dafür sind Vorgesetzte nicht zuständig.“ Die Sozialpädagogin und Soziotherapeutin ist bei der AOK Bremen/Bremerhaven über die GAPSY in der Betrieblichen Sozialberatung tätig. Sie berät und begleitet die Beschäftigten der AOK bei Problemen am Arbeitsplatz und im privaten Bereich und steht auch den Vorgesetzten der Betroffenen zur Seite.

Bei vermeintlichen Suchtproblemen empfiehlt sie Führungskräfte, die jeweiligen Mitarbeiter zunächst auf ihr beobachtbares Verhalten anzusprechen – also zum Beispiel mit der Aussage: „Mir ist aufgefallen, dass Sie in letzter Zeit häufig zu spät kommen und viele Flüchtigkeitsfehler machen.“ Daraufhin gelte es dann, die Mitarbeiter nach den Gründen zu fragen, statt ihnen Vorwürfe zu machen oder eigene Behauptungen aufzustellen. „Der Betreffende hat jetzt gemerkt, dass ich die Probleme wahrnehme“, sagt Adelheid Niewiadomski. „Das kann ein Impuls sein, etwas zu ändern oder sich Hilfe zu holen.“ Ändert sich nichts, sollten Vorgesetzte der Expertin zufolge klare Erwartungen und angemessene Konsequenzen formulieren: „Ich erwarte von Ihnen, dass Sie pünktlich bei der Arbeit sind und Ihre Aufgaben vollständig erledigen.“ Wenn auch das keine Wirkung zeigt, sollten die Gespräche von Mal zu Mal offizieller und die angekündigten Konsequenzen umgesetzt werden. Am Ende kann als letzte Konsequenz die Kündigung stehen. Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) bietet für diese sogenannten Stufengespräche Leitfäden an. Beratungs- und Hilfsangebote können von innen und außen kommen. Neben der Einbindung des Betriebsarzts



Gerade ein sensibles Wahrnehmen von Warnsignalen wie Geruch nach Alkohol, Wesensveränderungen oder Nachlässigkeiten und ein frühzeitiges, klärendes Gespräch sind für Mitarbeiter eine wichtige Hilfestellung.

können größere Unternehmen entsprechend geschulte Mitarbeiter – zum Beispiel Suchtbeauftragte – mit Aufgaben der Suchtprävention betrauen. Beratungsstellen, Selbsthilfverbände und Fachkliniken bieten externe Hilfe an. Angebote der AOK Bremen/Bremerhaven zur betrieblichen Gesundheitsförderung, zur Raucherentwöhnung und zum betrieblichen Eingliederungsmanagement ergänzen die betriebliche Suchtprävention und -hilfe.

AOK-Programm zur Prävention

Es gibt viele Risikofaktoren, die zu einem Suchtproblem führen können. Auch

Stress kann sich negativ auswirken. Um entspannter durch den Alltag zu kommen, unterstützen zwei AOK-Online-Programme Ihre Mitarbeiter: „Stress im Griff“ und „Stress im Griff – Arbeitsplatz Spezial“. Die Programme untersuchen, welche Situationen individuell als belastend empfunden werden. Im Anschluss folgt bei „Stress im Griff“ ein persönlich zugeschnittenes Vier-Wochen-Trainingsprogramm. AOK-Versicherte können kostenlos daran teilnehmen. Das Programm „Stress im Griff – Arbeitsplatz Spezial“ steht allen Interessenten offen.

www.stress-im-griff.de

Tipps für Personalverantwortliche

Unter dem Titel „Suchtprobleme am Arbeitsplatz – eine Praxishilfe für Personalverantwortliche“ hat die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen eine umfangreiche und kostenlose Materialsammlung zum Thema vorgelegt. Sie bietet neben ausführlichen Hintergrundinformationen stufenweise aufgebaute Gesprächs- und Interventionsleitfäden, Präventionsempfehlungen und vieles mehr. Ein umfassendes Interventionskonzept wird in den „Qualitätsstandards in der betrieblichen Suchtprävention und Suchthilfe“ vorgestellt. www.dhs.de > Arbeitsfelder > Arbeitsplatz

Mit dem Firmenfahrrad punkten

Die AOK Bremen/Bremerhaven steht Unternehmen mit „Rad“ und Tat zur Seite, die ihren Beschäftigten ein Fahrrad anstelle eines Dienstwagens anbieten möchten. „Die Steuervorteile sind die gleichen wie beim Firmenwagen“ sagt AOK-Key-Account-Manager Nuri Aras. Er empfiehlt Unternehmen das Dienstfahrradmodell der Lofino GmbH in Berlin, mit der die AOK Bremen/Bremerhaven kooperiert. Es funktioniert so: Der Arbeitgeber least bei der Lofino GmbH ein Rad, das sich der jeweilige Mitarbeiter bei einem Händler seiner Wahl selbst aussuchen kann. Die Leasinggebühr wird den Beschäftigten vom Bruttolohn abgezogen, das Nettoeinkommen sinkt aber nur anteilig aufgrund einer geringeren Steuerabgabenlast. Die Mitarbeiter können das Dienstrad auch privat nutzen, wenn sie pro Kalendermonat ein Prozent des Listenpreises als geldwerten Vorteil versteuern – analog zum Dienstwagen. Kostet das Bike zum Beispiel 1000 Euro, müssen sie zehn Euro pro Monat versteuern. Am Ende der 36 Monate Laufzeit können die Mitarbeiter das Rad kaufen, und zwar für zehn Prozent des Anschaffungspreises.

» Fragen beantwortet Nuri Aras, Telefon 0421 1761800, E-Mail: nuri.aras@hb.aok.de



Fehlzeiten-Report 2018: Auf den Sinn kommt es an

Erleben Beschäftigte ihre Arbeit als sinnstiftend, so wirkt sich das positiv auf ihre Gesundheit aus: Sie fehlen seltener am Arbeitsplatz, haben deutlich weniger arbeitsbedingte gesundheitliche Beschwerden und halten sich im Krankheitsfall häufiger an die ärztlich verordnete Krankschreibung.

Das geht aus einer repräsentativen Umfrage des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (WIdO) hervor. Die Ergebnisse sind im „Fehlzeiten-Report 2018“ veröffentlicht worden. Der Report, der jährlich als Buch erscheint, hat diesmal das Schwerpunktthema „Sinn erleben – Arbeit und Gesundheit“.

Der Umfrage zufolge ist es für 98,4 Prozent der 2030 Befragten im Job am wichtigsten, sich am Arbeitsplatz wohlfühlen. Auch eine gute Zusammenarbeit mit den Kollegen (97,9 Prozent), ein gutes Betriebsklima (96,8 Prozent), die Loyalität des Unternehmens gegenüber den Mitarbeitern (96,8 Prozent) sowie ein gutes Verhältnis



beichtsbedingungen sowie das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun, sind Beschäftigten deutlich wichtiger als ein hohes Einkommen“, sagt der stellvertretende WIdO-Geschäftsführer Helmut Schröder. Die Studie zeigt jedoch, dass Wunsch und Wirklichkeit längst nicht immer übereinstimmen: So äußerten

lediglich 69,3 Prozent der Befragten, dass sich ihr Arbeitgeber ihnen gegenüber loyal verhält. Ein positives Betriebsklima erleben laut WIdO-Umfrage 78 Prozent der Beschäftigten.

Krankheitsbedingte Fehltag

Durchschnittlich 12,1 Tage haben die Befragten nach eigenen Angaben im vergangenen Jahr krankheitsbedingt am Arbeitsplatz gefehlt. Passen der eigene Anspruch an das Sinnerleben im Beruf und die Wirklichkeit in der Wahrnehmung der Arbeitnehmer gut zueinander, berichten sie nur von 9,4 krankheitsbedingten Fehltagen. Unterscheiden sich Wunsch und Wirklichkeit stark voneinander, liegen die Zeiten mit 19,6 Fehltagen mehr als doppelt so hoch.

Der im Springer-Verlag erschienene „Fehlzeiten-Report 2018“ informiert umfassend über die Struktur und Entwicklung des Krankenstandes der Beschäftigten in der deutschen Wirtschaft insgesamt und in einzelnen Branchen. 28 Fachbeiträge beschäftigen sich mit der Frage, welche Rolle das Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) bei der Förderung des Sinnerlebens bei der Arbeit spielen kann.

Was 2019 auf Arbeitgeber zukommt

Im kommenden Jahr werden einige gravierende Veränderungen im Sozialversicherungsrecht in Kraft treten. In speziellen Seminaren der AOK Bremen/Bremerhaven erfahren Personalverantwortliche in den Unternehmen, was davon für sie wichtig ist.

2019 wird unter anderem das maschinelle A1-Verfahren bei Entsendungen für alle Beteiligten verpflichtend. Welche Auswirkungen hat das für Ihr Unternehmen? Welche Änderungen gibt es sonst noch in der Sozialversicherung? Bei den Jahreswechselseminaren „Trends & Tipps 2019“ beantworten die Experten der AOK Bremen/Bremerhaven Ihre Fragen vor Ort in Ihrer Nähe oder als Online-Seminar.

Terminübersicht

Für Bremen-Mitte sind acht Termine geplant: am 11. und 12. Dezember um 10 Uhr, am 13. Dezember sowie am 8. und 10. Januar jeweils um 10 und um 14 Uhr. In Bremen-Nord bietet die AOK Bremen/Bremerhaven am 4. Dezember um 10 und um 14 Uhr ein Seminar an.

In Bremerhaven können die Mitarbeiter aus dem Personalwesen zwischen neun Terminen wählen. Mögliche Termine sind der 5. und 6. Dezember sowie der 8. und 10. Januar, jeweils um 10 und 14 Uhr, und der 9. Januar um 10 Uhr.

» Nähere Informationen gibt es bei Linda Hesemeyer, Telefon 0471 16700, E-Mail: linda.hesemeyer@hb.aok.de und im Internet unter: www.aok-business.de/bremen > Tools & Service > Seminare vor Ort Die Termine der Online-Seminare von „Trends & Tipps 2019“ stehen online bereit unter: www.aok-business.de/bremen > Tools & Service > Online-Seminare

Sauber bis vor die Haustür

Keine Parkplatzsuche, kein Stress beim Rangieren und immer auf dem richtigen Weg: Ein Logistikkonzept und ein E-Lastenrad aus Bremen sollen Paketboten das Leben erleichtern und die Emissionsbelastung in den Städten verringern. Erprobt wird es in einem Pilotvorhaben der Weser-Eilboten in Bremerhaven.

Von Anne-Katrin Wehrmann

Manchmal muss man das Rad gar nicht neu erfinden, um eine Lösung für eine aktuelle Herausforderung zu finden – manchmal reicht es schon aus, vorhandene Komponenten neu miteinander zu kombinieren und weiterzuentwickeln. Genau das haben Dr. Arne Kruse und Ingo Lübs, die Gründer von Rytle, getan: Das Start-up aus Bremen hat aus einem Lastenrad, einer Box, einem mobilen Depot und einer Smartphone-App ein System zusammengestellt, das die Auslieferung von Paketen erleichtern und dabei die Verkehrsproblematik in den Innenstädten entschärfen soll. „Für Logistiker und Kurier stellt die Urbanisierung der Städte eine wachsende Herausforderung dar“, erläutert Geschäftsführer Arne Kruse die Hintergründe, vor denen die Idee entstanden ist. „Der Zugang zum Kunden wird schwieriger, die Anzahl der Lieferungen nimmt rapide zu, die Komplexität der Innenstadtlogistik ebenso.“ Zugleich bremsen gesetzliche Rahmenbedingungen den Zulieferprozess „auf der letzten Meile“ aus, was eine pünktliche Zustellung erschwere und aufwendiger mache. Hier will Rytle gegensteuern.

Praxisnahe Tipps

Im Detail funktioniert das Ganze so: Zentraler Bestandteil ist das Lastenfahrrad „MovR“, in dessen Entwicklung mehrere Kurier praxisnahe Tipps und Vorschläge eingebracht haben. Auf ihren Wunsch verfügt es nun über eine spezielle Rahmenkonstruktion, die den Fahrer vor Witterungseinflüssen schützt und ihm das Auf- und Absteigen erleichtert. Dank zweier Radnabenmotoren inklusive Anfahrhilfe lassen sich auch lange Strecken noch entspannt fahren. Beladen wird das Rad mit einer Wechselbox,

die ein Logistikdienstleister schon vorab mit Paketen, Päckchen oder anderen Waren bestückt. Die Box hat das Format einer Europalette mit fast zwei Kubikmetern Volumen und lässt sich, wenn sie leer ist, schnell und unkompliziert gegen eine volle austauschen. „Das spart viel Zeit und somit Geld“, sagt Kruse. Zum Wechseln dient der so genannte „Hub“ – ein mobiles Depot, das sich flexibel aufstellen lässt und auf der Grundfläche eines Pkw-Stellplatzes bis zu neun Boxen Platz bietet. Um eine Vernetzung ins digitale Zeitalter zu schaffen, haben die Rytle-Macher eine App mit dahinterliegendem Cloud-Service programmiert,

die unter anderem eine optimierte Routenplanung, Schließmöglichkeiten für die verschiedenen Komponenten sowie aktuelle Statusmeldungen über eingegangene Aufträge umfasst. „Wir haben festgestellt, dass mit unserem System in Ballungsräumen bei Standardpaketen eine 50 Prozent höhere Effizienz erreichbar ist als bei der klassischen Zustellung mit Lieferwagen“, berichtet Kruse. Die Gründe dafür: „Durch die Vorsortierung müssen Pakete einmal weniger angefasst werden. Dazukommt, dass wir näher an die Häuser herankommen und fast keine Kosten beim Verbrauch haben.“ Da jedes Rad mit Sensoren ausgestattet werden kann, bietet das System perspektivisch viele zusätzliche Möglichkeiten. „Der MovR berichtet selbstständig, was er tut und wie es ihm gerade geht“, erläutert der Geschäftsführer. „Wenn er zum Beispiel auf seiner Tour über viele Bordsteine fahren muss, lassen sich anhand der gesammelten Daten Straßenprofile anlegen, die letztlich zur Optimierung zukünftiger Routen genutzt

„
Die Urbanisierung der Städte ist eine Herausforderung

Rytle-Geschäftsführer Dr. Arne Kruse

werden können.“ Möglich sei es zum Beispiel auch, von den Sensoren die Luftqualität oder andere Umweltparameter messen zu lassen und anschließend zur Auswertung an öffentliche oder wissenschaftliche Stellen weiterzugeben. Im Einsatz sind aktuell schon fast 100 Räder, unter anderem in Hamburg, Berlin, München, Rotterdam und Paris. Demnächst soll ein Pilotprojekt in Singapur starten. Neben lokalen Dienstleistern sind mit UPS und drei weiteren globalen Logistikern auch einige der großen Paketdienstleister bereits mit an Bord. „Wenn künftig noch mehr Innenstädte für den Autoverkehr gesperrt werden, werden unsere Logistiklösungen weiter an Bedeutung gewinnen“, meint Kruse.



Dr. Arne Kruse demonstriert das Lastenfahrrad „MovR“. 100 Exemplare davon sind bereits weltweit im Einsatz, bald auch bei einem Pilotprojekt in Bremerhaven. Foto: WFB/Focke Strangmann

Zwar können globale Dienstleister mit dem System Pakete aus aller Welt in den Innenstädten verteilen: Da es aber auf die Zustellung im räumlich limitierten Aktionsradius ausgerichtet ist, stellen lokale Anbieter eine weitere wichtige Zielgruppe dar. So ist in Bremerhaven gerade ein Pilotprojekt gestartet, das die Machbarkeit und Wirksamkeit zunächst in einem Testfeld belegen soll und dabei erstmals die Crowd, also eine Vielzahl von Menschen, mit einbezieht. Unterstützt von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, die das Projekt mit 288 000 Euro fördert, wird der Praxispartner „Weser Eilboten“ in den kommenden Monaten die einzelnen Komponenten im Zusammenspiel testen. Wissenschaftliche Begleitung kommt dabei von der Hochschule Bremerhaven die dabei hilft, das betriebswirtschaftliche und organisatorische Konzept zu entwickeln sowie die Anforderungen an die für die Crowd-Logistik benötigte Software zu erarbeiten.

Kuriere flexibel einsetzen

„Neu ist, dass wir zum ersten Mal flexible Kurier für Transportaufträge einsetzen wollen“, erläutert Prof. Dr.-Ing. Benjamin Wagner vom Berg, Professor für Informations- und Kommunikationstechnologie in Transport und Logistik. In der Pilotphase sollen das Studierende der Hochschule sein, die sich etwas Geld dazuverdienen und flexibel arbeiten wollen: Über eine Handy-App können sie sich eingehende Transportaufträge sichern und für die Ausführung dann das Rytle-System nutzen. Die Idee dahinter ist, dass sich mit einem solchen Modell künftig Lastspitzen bei Dienstleistern wie den „Weser Eilboten“ abfangen ließen. „Wir gehen davon aus, dass sich dadurch mehr Arbeitsverhältnisse in Festanstellung überführen lassen beziehungsweise sich die Arbeitsbedingungen für die festangestellten Mitarbeiter verbessern, weil sichere Arbeitszeiten ohne Überstunden ermöglicht werden“, sagt Wagner vom Berg. Das Pilotprojekt solle zeigen, wie die Rahmenbedingungen auszusehen hätten, damit das Ganze in der Praxis funktio-

Lehrplan ist auf Karriere in China ausgerichtet

Für die deutsche Industrie ist China Markt und Werkbank zugleich. In Bremen stehen deshalb Sprache und Kultur des Riesenreiches auf dem Lehrplan eines speziellen Maschinenbau-Studienganges.

Technische Zeichnungen dürften für Maschinenbau-Studenten selbst im ersten Semester kein Buch mit sieben Siegeln sein. Aber chinesische Schriftzeichen? Für die Teilnehmer des internationalen Studiengangs „Maschinenbau mit Schwerpunkt Wirtschaftsraum China“ an der Hochschule Bremen stehen sie von Beginn auf dem Lehrplan. Nicht nur weil die Studenten ihr Praxissemester an einer Hochschule und in Unternehmen in der Volksrepublik China absolvieren müssen: „Wir vermitteln unseren Studenten gezielt Sprache und Kultur Chinas, damit sie künftig für deutsche Firmen direkt in dem Land oder von hier aus gemeinsam mit Partnerunternehmen in China arbeiten können“, sagt Studiengangleiter Prof. Dr.-Ing. Heiko Grendel. Als einziges derartiges Angebot in Deutschland ergänzt der Bremer Studiengang die kompletten Inhalte eines Maschinenbaustudiums mit China-spezifischen Modulen. Als die Idee zu dem Angebot vor gut zehn Jahren entstand, war China längst

zur verlängerten Werkbank vieler deutscher Unternehmen geworden. Mittlerweile gründen immer mehr Firmen eine eigene Niederlassung in dem Riesenreich oder gehen Joint-Venture mit chinesischen Unternehmen ein. „Auch wer lediglich an chinesische Firmen liefert und selbst gar nicht im Land engagiert ist, ist mit einem besseren Verständnis von Kultur und Sprache seiner Geschäftspartner gut beraten“, ist Prof. Grendel überzeugt.

Landeskunde und Kultur

Maschinenbau wird an der Hochschule Bremen im so genannten Bremer Modell in Modulen unterrichtet. Die Teilnehmer des China-Studienganges müssen zu den vier ingenieurwissenschaftlichen Modulen ein weiteres in ihren Lehrplan aufnehmen, das sich ausschließlich mit einem besseren Verständnis des Landes beschäftigt. „Das Studium verlängert sich dadurch von sieben auf acht Semester“, erläutert Grendel. Auf dem Programm stehen Landeskunde und Kultur, Spra-

che, Schriftzeichen und die in dem Riesenreich als Basis-Verständigung weit verbreitete Lautschrift auf dem Programm. Nach fünf Semestern müssen die Sprachkenntnisse der Studenten so weit gediehen sein, dass sie sich während ihres obligatorischen Praxissemesters, in China weitgehend verständigen können. Die Maschinenbauer an der Hochschule Bremen kooperieren unter anderem mit den entsprechenden Fakultäten an den Universitäten in Peking, Shanghai, Chengdu und Hongkong. Während ihres sechsmonatigen Aufenthaltes in China müssen die Studenten einen Sprachkurs im Land und ein Praktikum in einem Unternehmen absolvieren. „In der Regel sind dies Niederlassungen deutscher Unternehmen“, berichtet Grendel. In einzelnen Fällen gelingt Studenten es aber auch, einen Platz in einem rein chinesischen Unternehmen zu finden. Die in Theorie und Praxis vermittelte Interkulturelle Kompetenz mit dem besonderen Bezug zu China wird nach Überzeugung des Studiengangleiters von Jahr zu Jahr wichtiger. „China ist heute schon einer der wichtigsten deutschen Han-

delspartner, dessen Bedeutung noch weiter wachsen wird“, betont Grendel. Nachdem sich anfangs überwiegend Großunternehmen beispielsweise der Automobilindustrie in China engagierten, zieht es zunehmend auch kleine und mittlere Unternehmen ins Reich der Mitte. Entsprechend sieht Grendel gute Berufschancen für seine Absolventen in Entwicklungs-, Logistik- und Produktionsabteilungen von China-orientierten Unternehmen in Deutschland sowie in den Niederlassungen deutscher Unternehmen in China.

Förderung für Auslandssemester

Unterstützt wird der Studiengang unter anderem durch die Hübner-Gruppe aus Kassel. Das Unternehmen, das unter anderem Gelenke und Faltenbalge für Schienenfahrzeuge, Busse und Flughafenanlagen herstellt und in China sehr aktiv ist, fördert jährlich das Auslandssemester für drei Studenten aus dem China-Studiengang. „Der Aufwand für den Aufenthalt in China ist sehr hoch“, weiß Grendel. Nach Möglichkeit sollten die Studenten die Gelegenheit auch nutzen, weitere Teile des Landes und nicht nur

ihren Praktikumsort kennenzulernen: „Die Zeit dafür ist aber sehr knapp zumal das Studium ja ohnehin schon ein Semester länger dauert als die normale Ingenieurausbildung.“

Hoher Frauenanteil

Ganz unbekannt ist den Studenten das Land offenbar aber nicht. Jährlich werden in Bremen bis zu 18 dieser Studienplätze vergeben. „Überwiegend bewerben sich junge Leute dafür, die schon irgendeinen Bezug zu China haben“, weiß der Studiengangleiter. Offenbar ist das Thema insbesondere für junge Frauen attraktiv: „Der Frauenanteil ist deutlich höher als sonst im Maschinenbau“, betont Grendel. Außerhalb dieser Interessentengruppe sei es allerdings bisweilen nicht so einfach, Bewerber zu motivieren: „Es ist ja schon schwierig, junge Leute für den Maschinenbau zu begeistern, mit dem Zusatzunterricht zu China wird es sicherlich nicht leichter.“ Dabei kann Grendel Interessenten zumindest die Sorge nehmen, an der chinesischen Sprache zu verzweifeln: „Wenn es an irgendetwas scheitert, ist eher die Thermodynamik.“



Produktionsstart: In Bremen wird die erste Oberstufe für Europas neue Trägerrakete vorbereitet.

Foto: Heumer

Studenten sind zufrieden mit der Hochschule

Die Studenten der Hochschule Bremerhaven sind mit dem dortigen Angebot weitgehend zufrieden. Allerdings gibt es Verbesserungsbedarf, um den sich die Hochschulleitung jetzt kümmern will. Das ist das Ergebnis einer Studentenforschung. Rund ein Drittel der 2715 Studierenden bewertete darin Studienbedingungen, Zufriedenheit oder Verpflegungsmöglichkeiten. Allgemein empfindet die Mehrzahl der Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, das Studienangebot und die Studienbedingungen an der Hochschule Bremerhaven als positiv. Die größte Schwierigkeit bestehe in der hohen Zahl an Prüfungen und der Bewältigung der Stofffülle. Gewünscht sind daher mehr Lernkurse und eine noch stärkere Vernetzung mit Unternehmen der Regionen. 69 Prozent der Befragten hätten Interesse an einem dualen Studium in ihrem Studienbereich in Form einer Verknüpfung von Studienphasen und beruflichen Praxisphasen. Auch die Hochschule Bremerhaven an sich wird als positiv empfunden. 54 Prozent sagen, sie fühlen sich an der Hochschule wohl und 38 Prozent würden wieder an der Hochschule studieren. Nur jeder Zehnte überlegt, das Studium abzubrechen oder an eine andere Hochschule zu wechseln. Vor allem liege dies an mangelndem Studienerfolg oder nicht bestandenen Prüfungen, falschen Erwartungen an den Studieninhalt und unterschätzten Studienanforderungen.

Verbesserungen umgesetzt

Seit der vorherigen Befragung im Sommersemester 2014 konnte die Hochschule einiges zur Verbesserung der Rahmenbedingungen beitragen: Das Fährhaus wurde angemietet und kann unter anderem von Studierenden für Projektarbeiten genutzt werden, die Mensa bietet nun mehr Sitzmöglichkeiten im Außenbereich an und die Cafeteria im Haus K wurde eröffnet. Auch die Prüfungsan- und -abmeldungen online wurden flexibler gestaltet.



Die Hochschule Bremerhaven hat bei einer Befragung der Studierenden positiv abgeschnitten. Foto: Heumer

Der Schlüssel zum Weltraum

Hamburg bezeichnet sich als Tor zur Welt; doch der Bremer Schlüssel öffnet die Tür zum Weltraum. Bei der ArianeGroup am Bremer Flughafen hat die Fertigung der Schlüsseltechnologie begonnen.

Von Wolfgang Heumer

Der Hausherr wirkte selbst etwas erstaunt: „Auf der einen Seite bauen wir noch an unserer Fertigungsanlage, auf der anderen Seite produzieren wir schon“, sagte der Bremer Standortleiter des europäischen Raketenherstellers ArianeGroup, Dr. Jens Lassmann, bei der Eröffnung der neuen Betriebsstätte am Bremer Flughafen. In der Tat sind auf der einen Seite der 40-Millionen-Investition noch die Handwerker tätig, während auf der anderen Seite bereits der zweite Tank für die Oberstufe der neuen europäischen Trägerrakete Ariane 6 mit Isoliermasse beschichtet wird. „Die Zeit ist knapp, deswegen müssen wir uns so beeilen“, meinte Lassmann: In knapp zwei Jahren soll die erste Ariane 6 starten. Die neue Rakete soll Europas freien Zugang zum All gewährleisten. „Sie ist das Tor zum Weltraum und der Schlüssel wird hier in Bremen gebaut“, betonte Pierre Godart, Chef der ArianeGroup Deutschland GmbH. Am Standort Bremen werden seit 25 Jahren die Oberstufen für die bisherige Ariane 5 gefertigt. Sie sind einerseits das Kraftpaket, das die

Satelliten an Bord nach dem erfolgreichen Start in die exakte Erdumlaufbahn bringt. Und andererseits ist sie das Gehirn der unbemannten Rakete, denn in der Oberstufe sitzt die gesamte Steuerung des komplexen und komplizierten Vehikels.

Innovative Raketenkonzepte

Äußerlich wird sich die neue Rakete nicht wesentlich von ihrer Vorgängerin unterscheiden. Aber ihr Innenleben und das gesamte Herstellungsverfahren steckt voller Innovationen. Treiber dafür ist der amerikanische Unternehmer Elon Musk (Tesla), der mit seiner Raketenfirma Space X erst in den USA und dann auch in Europa das Gefüge der Raumfahrtindustrie ins Wanken gebracht hat. Mit innovativen Raketenkonzepten hat Musk es geschafft, sich ein Auftragsvolumen der US-Regierung im Gesamtwert von zwei bis drei Milliarden Euro zu sichern. Das gibt ihm die Möglichkeit, kommerzielle Starts für Preise anzubieten, die nach Expertenmeinung unter den tatsächlichen Kosten liegen. Die europäische

Ariane 6 ist das Tor zum Weltraum und der Schlüssel wird hier in Bremen gebaut.

Pierre Godart, ArianeGroup Deutschland GmbH

ArianeGroup wurde dadurch zu gravierenden kostensenkenden Maßnahmen für ihre neue Trägerrakete gezwungen. Statt bislang sechs werden künftig bis zu zwölf Raketen pro Jahr gebaut. Um diese Produktionsrate zu auskömmlichen Preisen zu schaffen, müssen viele Schritte automatisiert erfolgen. In Bremen hat dies zu der neuen Fertigungsanlage geführt. Die Tankflächen werden dort nicht mehr chemisch gereinigt, sondern per Infrarot-Laser. Das Aufbringen der Isolierschicht auf die Tankaußenfläche erfolgt nicht mehr per Hand, sondern mit Hilfe von Robotern. Die gesamte Produktion ist aufgebaut wie eine Taktstraße in der Automobilindustrie. Der Raketenhersteller ist ein europäisches Gemeinschaftsunternehmen mit französischen Wurzeln,

aber starken deutschen Genen. „ArianeGroup steht an der Spitze eines Industrienetzwerkes, das mehr als 600 Unternehmen aus 13 europäischen Ländern umfasst. Kleine und mittlere Unternehmen machen rund 60 Prozent des Auftragsvolumens der Ariane-6-Entwicklung aus, die meisten davon sind in Deutschland“, betonte Godart. Bremen ist der größte Raumfahrtstandort in Europa und der zweitgrößte nach Kalifornien in der Welt. Ob die Rechnung mit der neuen Trägerrakete aber aufgeht und Europa damit seinen freien Zugang ins All behält, ist für Godart immer noch fraglich. Nachdrücklich erinnert er die EU immer wieder an die Zusage, sechs Raketen pro Jahr für so genannte institutionelle Starts abzunehmen. Bei solchen Starts werden nicht-kommerzielle Satelliten für Forschungs- oder Militärzwecke befördert. „Tatsächlich haben wir erst drei Aufträge in den Orderbüchern“, beklagte Godart. Immerhin ist die Nachfrage aus der Wirtschaft größer: Dort hat ArianeGroup bereits sieben Raketen verkauft.

Schlechte Bedingungen für gesuchte Fachkräfte

Ausgerechnet besonders innovative Unternehmen finden im Land Bremen schlechte Rahmenbedingungen. Das belegt eine Studie der Handelskammer und der Arbeitnehmerkammer.

In der bremischen Wirtschaft ist der Bereich der wissensintensiven Dienstleistungsbranchen im Vergleich mit anderen deutschen Großstädten immer noch unterrepräsentiert. Das liegt offenbar auch an den Standortfaktoren, die die Unternehmen hierzulande vorfinden. Das zeigte die Befragung gemeinsam mit dem Institut für Arbeit und Wirtschaft. Auf einer Notenskala von 1 bis 6 stellten die Befragten den Städten Bremen (3,1) und Bremerhaven (3,2) ein mittelmäßiges Zeugnis als Wirtschaftsstandorte aus. Vergleichsweise zufrieden sind die stadtbremischen Dienstleister vor allem mit der Nähe zu Hochschulen und Universi-

täten (2,2). In Bremerhaven werden die Preise von Büro- und Gewerbeflächen von allen Standortfaktoren am besten bewertet (2,6). In beiden Städten zeigen sich die Befragten dagegen deutlich unzufriedener in den Bereichen „Verfügbarkeit geeigneter Fachkräfte“, „Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben“, „Unternehmensorientierung der Verwaltung“ und „Image der Städte“. Weil diese vier Standortfaktoren von den Befragten gleichzeitig auch als vergleichsweise wichtig erachtet werden, sehen die Kammer hier einen besonders hohen Handlungsbedarf. Am höchsten ist die Diffe-

renz von „Wichtigkeit“ und „Zufriedenheit“ hinsichtlich der Verfügbarkeit von geeigneten Fachkräften (2,0 Punkte in Bremen; 2,7 Punkte in Bremerhaven). Auffällige Unterschiede zwischen den beiden Städten sind, dass in Bremerhaven die Fachkräfteverfügbarkeit und das Image der Stadt noch schlechter beurteilt werden, die Unternehmensorientierung der Verwaltung aber weniger kritisch als in Bremen betrachtet wird. Bei der Beurteilung der Lebensqualität gehen die Meinungen etwas stärker auseinander. In Bremen wird die Stadt von den Befragten im Allgemeinen als Wohnort besser bewertet (2,3) denn als Wirt-

schaftsstandort. In Bremerhaven fällt die Beurteilung der Lebensqualität (3,0) wie die des Unternehmensstandortes mittelmäßig aus. Am wenigsten zufrieden zeigen sich die Bremer und Bremerhavener Dienstleister mit der Kinderbetreuung und besonders der Qualität der Schulen.

Schlechtes Image hinderlich

Alles in allem machen die wissensintensiven Dienstleistungsunternehmen jene Standortfaktoren als größte Schwachpunkte in Bremen und Bremerhaven aus, welche in besonders starkem Zusammenhang mit der Fachkräftesicherung stehen. Die Verfügbarkeit von Humanka-

pital ist für die wirtschaftliche Entwicklung dieser Wirtschaftsbereiche von besonderer Bedeutung. Bremen und Bremerhaven bieten laut den Umfrageergebnissen in diesem Bereich keine optimalen Standortvoraussetzungen für die wissensintensiven Dienstleistungen. Zum einen erschwert das schlechte Image der Städte die Gewinnung von Mitarbeitern aus anderen Regionen. Zum anderen steht dies auch im Zusammenhang mit dem Ruf der Schulen im Land Bremen, welchen aktuell nicht zugetraut wird, das Fachkräftepotenzial der Kinder und Jugendlichen bestmöglich zur Entfaltung zu bringen.



Maschinenbau mit Wasseranschluss

Auf Seiten der BLG betreut Johann Steffens (Foto oben) das bislang größte Einzelprojekt von ThyssenKrupp Industrial Solutions, für das sich die ABC-Halbinsel im Kaiserhafen in eine riesige Open-Air-Werkstatt verwandelt hat. Seit mehreren Monaten lässt der Maschinen- und Stahlbaukonzern dort zwei 1500 bzw. 1800 Tonnen schwere Spezialmaschinen für einen nicht näher bezeichneten Kunden aus der Bergwerkbranche in Kanada zusammenbauen. Der Steinbrecher und die Sieb- und Sortieranlage sollen im kommenden Sommer mit einem Spezialschiff zum Empfänger gebracht und dort an Land gesetzt werden. Bis zu 150 Beschäftigte arbeiten an den beiden Maschinen. Die Einzelteile stammen aus aller Welt und werden per Schiff oder Lkw nach Bremerhaven gebracht. Die eigentliche Montage soll Ende des Jahres bereits beendet sein. Weil es dann in Kanada aber zu kalt ist, können die Anlagen dort erst im Sommer aufgestellt werden. Üblicherweise bringt Thyssen-Krupp die einzelnen Teile solcher Maschinen direkt zum Kunden, um sie direkt vor Ort zusammenzubauen. In diesem Fall schienen den Verantwortlichen die äußeren Rahmenbedingungen am Bestimmungsort aber offenbar so rau, dass sie fürchteten, nicht einmal die Rostschutzfarbe auf die Metallgerüste zu bekommen. Immerhin könnte es sein, dass die fertig montierten Maschinen ihren ersten Kältetest bereits in Deutschland absolvieren: Anfang des Jahres sollen die ersten Probeläufe noch auf der Kaje vorgenommen werden.

Spezialisten für schwere Fälle

Vom Kaffeebecher bis zum Spezialfahrzeug: Die Schwergutlogistiker der BLG sorgen auf der ABC-Halbinsel dafür, dass ThyssenKrupp sein bislang größtes Montageprojekt unter freiem Himmel reibungslos abwickeln kann.

Von Wolfgang Heumer

Den Umgang mit schweren und zugleich großen Brocken ist Johann Steffens durchaus gewöhnt. Als Projektmanager der BLG Windenergy Logistics hat er unter anderem dafür gesorgt, das über hundert riesige Tripod-Fundamente für die Offshore-Windparks in der Nordsee in Bremerhaven verschifft werden konnten. „Das waren beeindruckende Größenordnungen“, erinnert er sich an den „Wald“ voll gelber Dreibeine auf der ABC-Halbinsel im Kaiserhafen. „Aber das Projekt, das wir im Moment hier haben, ist schon etwas Besonderes“, betont er. Seit Februar lässt der Stahl- und Maschinenbaukonzern ThyssenKrupp dort einen riesigen Steinbrecher und eine nicht minder große Siebanlage für einen Kunden in Kanada zusammenbauen. Gemeinsam mit den High-and-heavy-Fachleuten und den Projektlogistikern sorgt die BLG Windenergy Logistics dafür, dass die Maschinenbauer ihr Vorhaben reibungslos abwickeln können. Steffens ist der Projektleiter auf Seiten der BLG. Dass Kunden die Endmontage großer Maschinenbauteile direkt im Hafen und unmittelbar vor dem Verschiffen vornehmen, ist für die BLG an sich nicht ungewöhnlich. Ein großer süddeutscher Entwickler und Hersteller von Industrieanlagen

für die Gas- und petrochemische Industrie lässt seine Großbauteile bereits seit Jahren im Neustädter Hafen in Bremen zusammensetzen. „Das Projekt von ThyssenKrupp hat aber eine ganz andere Dimension“, erläutert Steffens: „Schließlich werden hier zwei mehr als 30 Meter hohe Maschinen komplett zusammengebaut.“ Rund zehn Monate sind für die Montage vorgesehen, anschließend sollen die Anlagen ihren Probetrieb in Bremerhaven absolvieren, bevor sie im Sommer dann zum Kunden verschifft werden.

Endmontage der Tripods

Die ABC-Halbinsel ist der ideale Ort für solche Vorhaben. Bevor die Offshore-Industrie dort gemeinsam mit der BLG die Endmontage der Tripods und Maschinengehäuse sowie der Plattform für eine Konverteranlage begann, war das Gelände entsprechend für besonders schwere Lasten ausgerüstet worden. Über die Kaiserschleuse kann der Montage- und Umschlagplatz auch von Spezialschiffen wie den riesigen Arbeitsbühnen der Windkraftindustrie direkt angesteuert werden. „Und für die ganzen Abläufe und Organisationsaufgaben rund um die eigentliche Montage und Verladung gibt es ja uns“, sagt Stef-

Solche Großmontagen sind ein wachsender Markt, für den wir gut gerüstet sind.

Johann Steffens, BLG-Projektmanager

fens. Für solche Großprojekte arbeiten die Experten der verschiedenen Schwerlastbereiche der BLG Logistics abteilungsübergreifend eng zusammen: „Mit unseren unterschiedlichen Kompetenzen ergänzen wir uns bestens“, bestätigt Windenergie-Experte Steffens. Das Können der BLG-Experten dürfte einer der Gründe sein, warum sich ThyssenKrupp für Bremerhaven als Location für das auch für den Großkonzern ungewöhnliche Projekt entschieden hat. Die Planer des Maschinenbauunternehmens hatten bundesweit und im europäischen Ausland nach Bauplätzen am Seeschiff-tiefen Wasser gesucht. „Wenn man die Logistik rund um den Bauplatz gewährleisten will, muss man mehr können, als sich mit Schwergut auszukennen“ betont Steffens: „Wir kümmern uns um alles, was nicht mit der eigentlichen Montage zu tun hat, gewissermaßen vom Kaffeebecher bis zum Spezialfahrzeug.“ Um nur

drei Beispiele aus dem umfangreichen Aufgabenkatalog zu nennen: Mit seinem Team sorgte Steffens dafür, dass die ABC-Halbinsel rechtzeitig zum Baubeginn hergerichtet war. Er ließ das Containerdorf für die Montagemannschaften errichten, und schließlich sorgt er auch dafür, dass rechtzeitig zur Fertigstellung die selbst fahrenden Transportplattformen der BLG – so genannte SPMT – zusätzlich zu den Plattformen des Kunden bereitstehen. Und auch eine Waage hat Steffens im Angebot: „Die kann bis zu 4800 Tonnen Gewicht auf 0,5 Prozent genau messen.“ Insgesamt hat sich die BLG eineinhalb Jahre auf das Vorhaben vorbereitet. „Bislang hat alles geklappt“, freut sich der Projektmanager. Damit es so bleibt, steht dem Kunden jederzeit ein direkter BLG-Ansprechpartner auf der ABC-Halbinsel zur Verfügung. Im nächsten Sommer sollen die beiden Riesenmaschinen dann mit den selbstfahrenden Transportplattformen auf ein Spezialschiff verladen und nach Kanada gebracht werden. Steffens glaubt aber nicht, dass die ABC-Halbinsel danach für lange Zeit leer stehen wird. „Solche Großmontagen sind ein wachsender Markt“, sagt er, „und mit unserer Erfahrung sind wir dafür gut gerüstet.“

BLG stemmt weiteres Großprojekt mit Siemens

Mit einem neuen Logistikzentrum in Berlin baut BLG Logistics die Zusammenarbeit mit Siemens weiter aus.

Auf 22 000 Quadratmetern Logistikfläche, 1000 Quadratmetern Außenlagerfläche sowie 1.300 Quadratmetern Büro- und Sozialflächen erfüllt der Logistikdienstleister in erster Linie Aufgaben der Werkslogistik: Das BLG-Team versorgt die Produktion des Siemens-Gasturbinenwerks in Berlin-Moabit und dessen Außenstandort in Berlin-Siemensstadt. In dem neuen Logistikzentrum laufen sämtliche Materialien und Vorprodukte verschiedener Lieferanten zusammen. „Wir übernehmen die Kommissionierung der angelieferten Teile, den Werkstransport mit eigenen Lkw sowie die Verteilung der Materialien an den Verbauort im Siemens-Werk“, erläutert Christian Dieckhöfer, Geschäftsführer der BLG Industriellistik GmbH & Co. KG. Bereits seit April 2017 wickelt das Team am Standort Falkensee die Inboundlogistik für den Fertigungsstandort von Gasturbinen ab, bis dato in einem vorgeschalteten

Konsolidierungszentrum im Werk selbst. Für Siemens ist BLG Logistics seit 2000 tätig und erbringt mittlerweile an unterschiedlichen Standorten Dienstleistungen für die verschiedenen Divisionen des Kunden. In direkter Nachbarschaft befindet sich ein Lieferanten-Logistik-Zentrum, in dem BLG Logistics seit vier Jahren alle externen Lagerprozesse für das Siemens-Schaltanlagenwerk Berlin übernimmt. Auf nunmehr insgesamt 43.000 Quadratmetern überdachter Logistikfläche und Freiflächen von 21.000 Quadratmetern bietet die BLG in Falkensee Dienstleistungen wie Beschaffungslogistik, Produktionsversorgung, Distributionslogistik, Zolllager, Setbildung, technische Prüfungen und Nacharbeiten für Kunden aus dem Maschinen- und Anlagenbau, Hightech und Automotive. Christian Dieckhöfer: „Die BLG-Gruppe hat herausragende Kompetenzen bei der Realisierung von großen und komplexen

„Grüne Wiese“-Projekten. Das belegen unsere hochtechnisierten Logistikzentren mit automatischen, innovativen Bestandteilen in Falkensee eindrucksvoll.“ Falkensee, am nordwestlichen Rand Berlins, hat dabei zwei entscheidende Standortvorteile: die direkte Anbindung an die Autobahn 10 über die Auffahrt Berlin-Spandau und die Nähe zur Siemensstadt, wo verschiedene Berliner BLG-Kunden ihren Sitz haben.

Wert auf Nachhaltigkeit gelegt

Im Oktober 2017 hatte der Projektentwickler Panattoni Europe mit dem Bau der neuen komplexen Anlage in Falkensee begonnen. Das neue Logistikzentrum strebt eine Gold-Zertifizierung nach den Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) an. Obwohl die Anlage bereits weitgehend bewirtschaftet ist, sind noch einige Quadratmeter an Entwicklungspotenzial vorhanden.



Das neue BLG-Logistikzentrum für die Siemens-Gasturbinenproduktion in Berlin. Foto: BLG/Uwe Schwarze

Warten auf den Rückenwind

Ohne Offshore-Windkraft wird der Energiewende die Puste ausgehen. Dennoch mangelt es der für die Küstenländer wichtigen Industrie weiter an Unterstützung aus Berlin. Andere Nationen sind da nicht so zögerlich. Der Windanlagenhersteller Nordex (Hamburg/Rostock) hat allen Grund zur Freude. Ab 2019 wird das Unternehmen insgesamt 191 Windräder nach Brasilien liefern – mit einer Gesamtleistung von 595 Megawatt ist es der bislang größte Einzelauftrag in der Unternehmensgeschichte. Dass die Firma weitere Großaufträge unter anderem aus Südafrika und Argentinien

gewinnen konnte, ist der wachsenden weltweiten Bedeutung der Windkraft zu verdanken.

Schwachwindphase

Nur in Deutschland steckt die Branche weiter in einer Schwachwindphase. Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier trat bei seiner Sommerreise zum Thema Netzausbau durch den Nordwesten Niedersachsens zwar demonstrativ für die Branche ein. Aber der Energieexperte der CDU-Bundestagsfraktion Jens Koeppen ließ mitten im Sommerloch kurzfristig den Atem der Branchenvertreter stocken. Koeppen



forderte einen vorübergehenden Stopp für den Ausbau von Windkraftanlagen zumindest so lange, bis der Netzausbau in Deutschland weiter vorangeschritten ist. Zudem müsse die Akzeptanz in der Bevölkerung deutlich erhöht werden.

Alternative zum Mastenwald

Das Akzeptanz-Argument sollte eigentlich auf das Konto der Offshore-Industrie einzahlen. Bedenken gegen die Windkraft als Energiequelle bestehen vor allem im Binnenland. Auf hoher See und hinter dem Horizont produzierter Strom wäre die Alternative zu dem wachsenden Mastenwald im

Binnenland. Den politischen Diskussionen zum Trotz geht der Ausbau der Offshore-Windparks immer noch weiter – allerdings in einem deutlich langsameren Tempo als für die Arbeitsplätze an der Küste notwendig. Jüngstes Projekt ist der Windpark Deutsche Bucht 100 Kilometer vor der niedersächsischen Küste. Anders als zu Beginn der Offshore-Geschichte ist der Bau von Meereswindparks längst kein deutsches sondern ein internationales Projekt geworden. An dem Vorhaben sind Unternehmen aus den Niederlanden, Großbritannien und Spanien beteiligt.



Nach Überzeugung des AvD könnte sich kein Autokäufer mehr sicher sein, ob er sein gerade gekauftes Auto auch nach wenigen Jahren noch so nutzen können wie zum Zeitpunkt des Kaufs – mit allen sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Entwicklung des Fahrzeugwerts. Das gelte für Käufer von Neufahrzeugen, stellt der Automobilclub fest, in noch stärkerem Ausmaß aber für die große Zahl der Gebrauchtwagenkäufer.

Aus zwei mach eins

Zwei Unternehmen – zwei Welten. Beide miteinander zu verbinden, ist eine Herausforderung. Bei der Fusion des Autohauses Schmalzried mit der benachbarten Autoprofi Handels-GmbH hat Geschäftsführer Otto Stingl die Hürde noch ein Stück höher gelegt – und führt mit Ford auch noch eine neue Marke ein.

Von Wolfgang Heumer

Am Anfang war es nur eine Veränderung an der Spitze. Gesellschaftsrechtlich sind die Autohäuser Schmalzried und Autoprofi schon seit längerem in einer Hand. „Als dann der Wechsel in der Geschäftsführung anstand, war die Zeit für eine gründliche Neuordnung gekommen“, erinnert sich Stingl an die Grundsatzentscheidung Anfang diesen Jahres. Auch wenn durch den Zusammenschluss keine Arbeitsplätze eingespart werden, liegt der Vorteil auf der Hand: „Insbesondere im Service, in der Auftragsdisposition und im Lager lassen sich die Abläufe optimieren, wenn man aus zwei eins macht“, ist Otto Stingl überzeugt.

Qualitäten im Service bleiben

Allerdings ist der Zusammenschluss zweier Unternehmen im Automobilhandel und -service auch dann keine einfache Angelegenheit, wenn beide Häuser wie Schmalzried und Autoprofi Nachbarn sind. „In unserer Branche verhalten sich die Kunden eher konservativ“, weiß Stingl aus eigener Erfahrung – gerade als Geschäftsführer ist er auch im Servicebereich häufig aktiv mitten im

Geschehen. Äußere Veränderungen nehmen die Kunden noch entspannt auf: „Aber es ist wichtig, dass sich die Qualität des Services nicht verändert.“



Neuordnung: Otto Stingl, Geschäftsführer des Autohauses Schmalzried, führt zwei Autohäuser zusammen und gleich auch noch eine neue Marke ein.

Foto: Heumer

In unserer Branche verhalten sich die Kunden eher konservativ

“

Otto Stingl, Geschäftsführer.

kann man sowohl bei den Kunden als auch bei den Mitarbeitern nur um Verständnis werben“, ist er überzeugt. Vor allem im Interesse der Kunden werden sich die Abläufe im neuen Autohaus Schmalzried grundlegend verändern. Die Anfänge sind derzeit bereits auf dem Außengelände sichtbar, das komplett neu gestaltet wird. Klare Strukturen und eine deutliche Ausschil-

derung sollen den Kunden die Orientierung auf dem weiträumigen Areal erleichtern. Auch die Serviceannahme wird künftig zentralisiert, dennoch ist Otto Stingl wichtig: „Die jeweilige Markenkompetenz muss für den Kunden weiterhin erhalten bleiben, egal mit wem er spricht.“ In der Praxis bedeutet dies einen umfassenden Schulungsbedarf sowohl für den Verkauf als auch für die Beschäftigten in der Werkstatt.

Rückenwind aus Frankreich

Dass Veränderungen auch neuen Schwung mit sich bringen, hat Otto Stingl am Beispiel Opel als einer der Kernmarken seines Autohauses gesehen. Seitdem die Marke von General Motors zu dem französischen Automobilkonzern PSA gewechselt ist, verspürt er den Rückenwind aus Frankreich: „Opel hat immer gute Autos gebaut, die Qualität war nur durch die Diskussion um die Zukunft in den Hintergrund geraten.“ Jetzt sei deutlich zu erkennen: „Die Franzosen wollen und leben Opel.“ Mit Ford bekommt das vielseitige Autohaus an der Stresemannstraße nun noch eine weitere Qualitätsmarke hinzu, die insbesondere für Gewerbetreibende und Handwerker interessant ist. „Kein anderer Hersteller hat so eine breite Palette an Liefer- und Transportfahrzeugen wie die Kölner“, freut sich Otto Stingl. Dabei macht es nicht allein die Masse: „Jeder Fahrzeugtyp ist tatsächlich komplett von Ford entwickelt und nicht von anderen Herstellern hinzugekauft worden.“ Die Integration der neuen Marke nimmt Stingl im laufenden Veränderungsprozess vor. „Das ist sicherlich nicht einfach“, sagt er: „Aber wenn wir uns neu aufstellen, wollen wir es auch gründlich machen.“

Absage für das Internet

Internethandel? Nein danke! Zwei Drittel der Kunden geben klassischem Autohändler ganz klar den Vorrang. Das belegt eine Umfrage des Nürnberger Forschungsinstitutes „puls“.

Die Präsenz der Online-Händler im Automobilgeschäft ist unübersehbar. Kaum hat man sich mal auf der Website eines Herstellers informiert, wird man die Werbebanner bei jedem neuen Besuch im Internet nicht mehr los. Aber wandert auch die Autoanschaffung ähnlich wie so viele andere Kaufentscheidungen künftig ins Internet? Seit drei Jahren beschäftigt sich die Nürnberger Marktforschung puls in einer repräsentativen Trendstudie mit dieser Frage. Mit wachsender Deutlichkeit lautet die Antwort: Nein!

Seit 2015 wollte puls von jeweils mehr als 1000 Autokäufern in Deutschland wissen, ob sie Autos künftig im Internet kaufen werden oder ob sie Autohändler für unverzichtbar halten. Dabei zeigt sich ein klares Votum pro Automobilhandel. Während 2015 nur 31 Prozent der Kunden Autohändler für unabdingbar halten, legte dieser Anteil 2016 auf 39 Prozent und 2017 sogar auf 62 Prozent zu. „Entgegen vieler Expertenstudien findet die Revolution im Automobilvertrieb aus Kundensicht offensichtlich nur mit den Autohäusern statt“, kommentiert puls-Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse.

Neuwagenportale etablieren sich

Die zunehmende Bedeutung des Automobilhandels erscheint umso überraschender, als sich gleichzeitig Automobilbörsen und insbesondere Neuwagenportale etablieren. Dies zeigt sich bei der Analyse des Verhaltens von Neu- und Gebrauchtwagenkäufern. Dabei unterscheidet puls zwischen dem ersten Au-

genblick, bei dem ein Kunde eine erste Präferenz für ein bestimmtes Fahrzeug oder einen bestimmten Händler aufbaut und dem Moment, in dem die endgültige Entscheidung fällt. Diese Unterscheidung ist deshalb wichtig, weil sich bei Neuwagenkäufern Internetportale mittlerweile auf den dritten Platz beim Aufbau einer ersten Präferenz schieben. Bei Gebrauchtwagenkäufern liegen solche Portale mit einem Anteil von 59 Prozent mit weitem Abstand vor dem Handel auf Platz eins.

Werthaltiger Automobilverkauf

Durch die damit verbundene Sensibilisierung für Preisnachlässe gerät der Automobilhandel unter „Erlebnisdruck“, wenn es um werthaltigen Automobilverkauf geht. „Durch diesen Druck wird der Handel aber offensichtlich sogar stärker, wenn wir uns seine dominante Stellung als ‚Zero Moment of Truth‘ vor Augen halten“, weiß Weißner. „Offensichtlich nutzen mehr und mehr Automobilhändler und Verkäufer die „Kraft einer Erlebnisprobefahrt“ im Verbund mit einer aktiven Beratung rund um das Auto 4.0 als Chance, um ihren Mehrwert erlebbar zu machen. Auffällig ist auch die Bedeutung der sozialen Netzwerke vor allem in der Phase des Präferenzaufbaus. Insgesamt zeigt die puls-Studie, dass der Druck der Online-Kontaktpunkte für den Automobilhandel insgesamt wohl eher förderlich ist. Mehr denn je kommt es für Händler wohl darauf an, Auto-Interessenten aus dem Internet nahtlos abzuholen.



Werden Autos künftig im Internet gekauft oder bleibt der Autohändler unverzichtbar?

Foto: Colourbox.de



BREMERHAVEN
KURS INNOVATION

Wir machen uns stark
**FÜR
BREMERHAVENS
WIRTSCHAFT!**

Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH





Wirtschaftsförderung Bremerhaven

Volle Kraft voraus!
Das Team der BIS macht Wirtschaftsförderung
mitten im Herzen der Stadt.

mail@bis-bremerhaven.de
0471 946 46 610
www.bis-bremerhaven.de



Blicken mit Zuversicht auf die Region (von links): Christoph Linne (Chefredakteur der NORDSEE-ZEITUNG), Matthias Ditzen-Blanke (Verleger der NORDSEE-ZEITUNG), Heike Schulze-Haake und Carsten J. Haake (Vorstand Lloyd-Werft und MV Werften) sowie Jan Rathjen (Verkaufsleiter der NORDSEE-ZEITUNG).

Fotos: Hartmann



Der Nordsee Medienverbund lud seine Geschäftspartner zum VIP-Empfang ein. Die Elmloher Reitertage Ende Juli sind ein gesellschaftlicher Höhepunkt, der von zahlreichen Unternehmen für Netzwerktreffen genutzt wird.



Im Gespräch über den Reitsport: Bernd Jäger (VGH Versicherungen H. Jäger, links) und Friedrich Bokeloh (Erster Gemeinderat Wurster Nordseeküste).



Kein Buffet ohne Leckerei: Diese reichhaltige Auswahl brachte das Team der „Alten Scheune“ aus Neuenwalde auf das Reitturnier.

„Get together“ mit viel Flair

Traumhaftes Wetter, eine tolle Atmosphäre mit ganz viel sportlichem Flair, dies alles gepaart mit vielen netten Menschen – es war ein schöner Abend beim „Get together“ des Nordsee Medienverbundes und der NORDSEE-ZEITUNG bei den 68. Elmloher Reitertagen.

Das Top-Ereignis des Reitsports in der Region, das Jahr für Jahr 20.000 Zuschauer und mehr anlockt, hat seit etlichen Jahren viel mehr zu bieten als guten Pferdesport. Das Turnier ist durch die zahlreichen gesellschaftlichen Anlässe abseits des sportlichen Geschehens zu einem wichtigen Treffpunkt für die Unternehmen der Region geworden. Sehen und gesehen werden, netzwerken, sich zu vielen wirtschaftlichen Themen austauschen – das stand auch beim Empfang der NORDSEE-ZEITUNG im Vordergrund.

Mit Verleger Matthias Ditzen-Blanke an der Spitze hatten der Verkauf, Marketing und Kommunikation und die Redaktion ausgewählte Geschäftskunden und Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung aus Bremerhaven, dem Landkreis Cuxhaven, aus Zeven, der Wesermarsch und aus Bremen eingeladen. Knapp 80 Gäste waren es am Ende, die zur Abendveranstaltung am Freitag gekommen waren.

Es war eine ganz lockere, entspannte Atmosphäre im VIP-Zelt am Rande des großen Elmloher Turnierplatzes – trotz der hochsommerlichen Temperaturen. Die „Alte Scheune“ aus Neuenwalde sorgte mit einem guten Buffet und kühlen Getränken für die kulinarische Begleitung des Abends. In vielen kleinen und größeren, stetig wechselnden Gesprächsrunden wurde analysiert, diskutiert oder ganz einfach nur gelacht und geflächst.

Chefredakteur Christoph Linne, Verkaufsleiter Jan Rathjen und die anderen Mitarbeiter der NORDSEE-ZEITUNG waren ständig in Klönschnacks vertieft. Es wurden Ideen für künftige, gemeinsame Projekte geschmiedet, es wurde aber auch ausgiebig über die redaktionelle Berichterstattung vor dem Hintergrund des digitalen Wandels gefachsimpelt. Kurzum: es gab nichts, über das nicht gesprochen wurde.

Das passende Fazit kam von Rüdiger Pallentin, einem der beiden Geschäftsführer der Lloyd-Werft. „Ich bin wirklich zum ersten Mal bei den Elmloher Reitertagen. Ich wusste gar nicht, wie toll die Atmosphäre hier ist. Ich komme bestimmt gerne wieder, wenn ihr mich noch einmal einladen wollt. Es war ein toller Abend“, sagte der Werft-Chef, bevor auch er entschwand.



Ein Basketballfan unter den Reitern: Guido Dieckmann, Erster Gemeinderat der Gemeinde Beverstedt.



„Aus dem Norden – für den Norden“: Lea Sander präsentiert das Motto des Nordsee-Medienverbundes für den Abend.



Im intensiven Gespräch (von links): Hans-Jürgen Schlausch (Hauptgesellschafter der Würfel Holding GmbH), Rüdiger Pallentin (Vorstand der Lloyd-Werft), Regina Schlausch, Sarah Rathjen, Heike Schulze-Haake und Jan Rathjen (Verkaufsleiter der NORDSEE-ZEITUNG).



Der Pferdesport in Elmlohe hat neue Freunde gefunden. Von links: Lutz Natusch (Fischerei-Restaurant Natusch), Renate Buchwald, Rüdiger Pallentin (Vorstand der Lloyd-Werft) mit seiner Frau Uschi Pallentin.

BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION



Digital diskutieren

Nun hat die Digitalisierungswelle auch Tagungen und Kongresse erfasst. Immer mehr Veranstalter laden zu virtuellen Treffen.

Der deutsche Kongress- und Tagungsmarkt wächst weiter. Das zeigen die jüngsten Zahlen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), des EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren und des GCB German Convention Bureau. Die zentralen Kennzahlen des neuen „Meeting- & Event-Barometers 2017/2018“ zum Markt der Tagungen, Kongresse und Events in Deutschland untermauern vor allem die Bedeutung der Digitalisierung und Internationalisierung.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT und Vorsitzende des GCB-Verwaltungsrats, liefert aktuelle Analysen zu europäischen Geschäftsreisen nach Deutschland: „Der Standort Deutschland steht als wichtigstes Ziel europäischer Geschäftsreisen hervorragend da. Dabei sind Kongresse und Konferenzen mit einem Anteil von 31 Prozent aller Ge-

schäftsreisen seit Jahren der Treiber im Segment der promotablen Geschäftsreisen.“ Auch im Rahmen der rund 2,2 Millionen Geschäftsreisen aus Übersee nach Deutschland sind Konferenz- und Kongressbesuche von großer Bedeutung. Mit einem Plus von 2,8 Prozent auf insgesamt rund 405 Millionen Teilnehmer von Tagungen, Kongressen und Events in Deutschland im Jahr 2017 erweisen sich Veranstaltungen laut „Meeting- & Event-Barometer 2017/2018“ als Wachstumsmarkt.

Virtuelle Formen des Austausches

Ein deutlicher Trend zeigt sich dabei zu einer Digitalisierung des Kongress- und Tagungsgeschäftes. Joachim König, Präsident des EVVC: „Die aktuelle Analyse bestätigt die Entwicklung, die sich bereits im Vorjahr gezeigt hat: Im Segment der kleineren Veranstaltungen werden zu-

Die virtuellen Formen des Austausches nehmen zu.

Joachim König, Präsident EVVC

nehmend virtuelle Formen des Austausches genutzt. Gleichzeitig bereichern die technologischen Möglichkeiten auch physische Tagungen und Kongresse, so dass die Zahl hybrider Veranstaltungen zunimmt. In der Summe bietet die Digitalisierung also für die Akteure der Veranstaltungsbranche Chancen und neue Geschäftsmodelle in einem insgesamt wachsenden Markt.“

Diesen Befund bestätigen die deutschen und internationalen Planer: Nach Aussage von rund 24 Prozent der Veranstaltungsplaner machen hybride Veranstaltungen – also die Kombination aus physischen Veranstaltungen mit virtuellen Zusatzangeboten – bereits einen Anteil von



Das Tagungs- und Kongressgeschäft wird immer internationaler. Das German Convention Bureau präsentiert den Standort auf den internationalen Fachmessen der Branche wie IMEX Frankfurt, IMEX America und ibtm world.

26 Prozent an den selbst organisierten Tagungen, Kongressen und Events aus. 12 Prozent der Veranstalter führen zudem bereits rein virtuelle Veranstaltungen durch und benennen deren Anteil an allen von ihnen geplanten Veranstaltungen mit 18,5 Prozent.

Ein weiteres zentrales Ergebnis des „Meeting- & EventBarometers 2017/2018“: Die Internationalisierung des deutschen Veranstaltungsmarktes setzt sich fort. Der Anteil ausländischer Teilnehmer an Veranstaltungen ist im Vergleich zum Vorjahr erneut gestiegen – um 10,9 Prozent auf insgesamt 36,5 Millionen Teilnehmer. „Eine konstante Zunahme internationaler Veranstaltungsteilnehmer in Deutschland um mehr als 150 Prozent über den Zeitraum von zwölf Jahren zeigt eindeutig: Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt ist stark geprägt vom Trend der Internationalisierung. Dieses Ergebnis bestätigt die Strategie des GCB mit Fokus auf die Trends Internationalisierung und Digitalisierung“, ordnet Matthias Schultze, Managing Director des GCB, das Ergebnis ein. „Auf Basis dieser beiden definierten Handlungsfelder unterstützt das GCB die Branche mit zahlreichen Maßnahmen. Damit werden die Akteure in die Lage versetzt, die Chancen, die sich aus Ent-

wicklungen wie der Globalisierung oder dem Aufkommen virtueller Events ergeben, für sich zu nutzen“, so Schultze. Mit diesen Maßnahmen soll die Position Deutschlands im weltweiten Wettbewerb um Tagungen und Kongresse auch für die Zukunft gesichert werden. Aktuell liegt Deutschland im jährlichen Ranking der International Congress & Convention Association (ICCA) zum 14. Mal in Folge auf dem ersten Platz im Vergleich der europäischen Tagungs- und Kongressdestinationen. Weltweit liegt Deutschland wie in den Vorjahren auf Rang zwei hinter den USA. Demnach fanden in Deutschland im Jahr 2017 682 der für das Ranking erfassten internationalen Verbandskongresse statt.

7405 Veranstaltungszentren

Für die Ausrichtung ihrer Tagungen, Kongresse und Events bietet Deutschland Veranstaltungsplanern eine Auswahl aus 7405 Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations mit jeweils mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal – das sind 1,3 Prozent mehr als 2016. Das Wachstum geht vor allem auf eine Zunahme von Eventlocations zurück – darunter ehemalige Industriebauwerke, die sich besonders für kreative und innovative Formate eignen.



Reale Welt trifft virtuelle Welt: Das German Convention Bureau beschäftigt sich bereits intensiv mit dem „Future Meeting Space“, dem Meetingraum der Zukunft.

Fotos: Michael Pasternack / GCB

Guter Schlaf für guten Kongress

Wie wird aus einer Stadt mit Kongress-Centrum ein erfolgreicher Tagungsort? Der Geschäftsführer der Messe Bremen, Hans Peter Schneider, weiß die Antwort.

» **Business & People: Viele Städte bauen sich Kongress- und Veranstaltungszentren, die dann doch leer stehen. Woran liegt es?**
Hans Peter Schneider: In der Regel scheitert es nicht am guten Willen, sondern eher an den Rahmenbedingungen. Und dazu zählt etwas auf den ersten Blick sehr Profanes – die Zahl der Hotelbetten am Ort. Bremen wäre sicherlich nicht

Austragungsort des International Astronautical Congress IAC mit mehr als 4000 Teilnehmern geworden, wenn wir nicht mehr als 10 000 Hotelbetten in der Stadt hätten, von denen 4500 von der Messe Bremen aus zu Fuß zu erreichen sind.

» **Das klingt aber sehr einfach.**
Sie müssen nun einmal dafür sorgen,

dass die Gäste in der Nähe unterkommen. Aber tatsächlich ist das nicht das einzige. Sie brauchen auch eine gute Organisation. Sie müssen den Gästen ein perfektes Catering bieten, und ideal ist es dann noch, wenn Sie eine Umgebung haben, in der ein angemessenes und interessantes Abendprogramm vorhanden ist.

» **Wie kommen überhaupt Kongresse wie der IAC zustande?**
Der IAC ist ja schon zum zweiten Mal hier. Da spielen verschiedene Aspekte

eine Rolle. Bremen ist ein weltweit anerkannter Raumfahrtstandort. Es gibt hier eine Menge Leute, die sich seit Jahren um die Ausrichtung des IAC bemüht haben und am Ende dank ihres Engagements und ihrer Hartnäckigkeit erfolgreich waren. Manchmal muss man einfach Geduld haben – wir haben beispielsweise acht Jahre daran gearbeitet, die Fachmesse Breakbulk aus Antwerpen nach Bremen zu holen. Irgendwann zahlt es sich aus, dass man sich einen Namen mit einer guten Organisation erworben hat.



Geschäftsführer der Messe Bremen: Hans Peter Schneider. Foto: Messe Bremen/Jan Rathke

Maritime Augenblicke

Für den Erfolg einer Veranstaltung ist nicht die Größe des Tagungsortes, sondern seine Atmosphäre entscheidend. Das „im jaich boardinghouse“ in Bremerhaven setzt dabei auf das Maritime.

Vorträge, Flip-Charts oder Powerpoint-Präsentationen mögen spannend und interessant sein. Doch irgendwann muss der Kopf wieder frei und aufnahmefähig sein. Für die Gäste des Boardinghouse-im-Jaich in Bremerhaven reicht da schon ein Augenblick zur Ent-



Rüdiger Magowsky, Hausmanager des „im jaich boardinghouse“, setzt auf persönlichen, individuellen Service. Foto: Heumer

spannung. Und zwar buchstäblich – denn wer für einen Moment abschalten möchte, lässt den Blick aus dem Tagungsraum einmal über die Lloyd Marina schweifen, die zu dem Ensemble aus Boardinghouse, im-Jaich-Hotel und dem Bistro ÜberSEE gehört. „Unsere Gäste wissen die besondere maritime Atmosphäre hier zu schätzen“, weiß Hausmanager Rüdiger Magowsky. Als das in dieser Form einmalige Hotel- und Appartement-Konzept am Neuen Hafen konzipiert wurde, entschieden sich die Planer gezielt gegen das klassische Ambiente eines Tagungshotels. „Wir wollten etwas anderes bieten als die üblichen Kulissen, die ja in aller Welt in Tagungshotels gleich sind“, erinnert sich Magowsky. Das Boardinghouse-im-Jaich gehörte zu den ersten privaten Investitionen in dem Bremerhavener Tourismusbiet Havenwelten und wurde parallel zur Lloyd Marina vom selben Betreiber gebaut. „Da lag es ja nahe, dass wir diese Hafenstimmung hier mit aufnehmen“, sagt der Hausmanager.

Auch wenn das Boardinghouse und das im-Jaich-Hotel Geschäftskunden und Urlauber gleichermaßen ansprechen, ist der Charakter des Tagungsraumes bewusst familiär gehalten. „Wir haben uns gezielt entschieden, die Kapazität auf 22 Personen zu begrenzen“, erläutert Magowsky. Die Gäste sollen sich im Haus und im Tagungsraum wohlfühlen und spüren, dass der Service ihnen persönlich und nicht einem anonymen Tagungsteilnehmer gilt.

Flexibel für verschiedene Anlässe

In der Art der Veranstaltung sind Magowsky und sein Team sehr flexibel. Die Bandbreite reicht von der klassischen Konferenz und Tagung über beruflich orientierte Events („In den Havenwelten haben wir ja viele spannende Attraktionen für Rahmenprogramme“) bis zu Familienfeiern. „Vor kurzem haben wir hier sogar eine Schiffstaufe gefeiert“, freut sich Magowsky. Während die Taufgäste mit der Skipperfamilie im Tagungsraum feierten, lag die neue Segelyacht in der Marina direkt vor den Fenstern des Veranstaltungsraumes. Der Raum bekommt jetzt einen noch maritimeren Charakter als das gesamte



Waschechte Hafenstimmung statt der üblichen Kulisse von Tagungshotels bietet das „im jaich boardinghouse“ in den Bremerhavener Havenwelten. Foto: Heumer

Ensemble ohnehin schon hatte. Für die neue Gestaltung greift Magowsky Elemente des Bistros „ÜberSEE“ auf, das für Tagungsteilnehmer ohnehin eine wichtige Rolle spielt: „Über unsere Bistroküche können wir das Catering für jede Art von Veranstaltung bereitstellen“, verspricht der Hausherr. Wenn gewünscht, bekommen die Gäste das Buffett direkt in den Tagungsraum geliefert. Das Boardinghouse und das Hotel stehen Tagungsgästen natürlich auch für

Übernachtungen zur Verfügung. Mit dem Boardinghouse hatte der Marina-Betreiber im-Jaich seinerzeit in Deutschland ein völlig neues Konzept angeboten, das die wesentlichen Serviceelemente eines Hotels mit einem Appartement verbindet und für die Gäste Komfort und Unabhängigkeit kombiniert. „Im Grunde gilt das auch für unsere Tagungsmöglichkeiten“, betont Magowsky: „Wir verbinden individuellen Service mit persönlicher Gestaltungsfreiheit.“

Trends der Tagungswirtschaft

Anteil Tagungen mit Ausstellungen an allen Veranstaltungen

2015	13 %
2016	15 %
2017	17 %

Anteil beruflich motivierter Veranstaltungen an allen Veranstaltungen

2015	56,6%
2016	64,1%
2017	66,9%

Beruflich motivierte Veranstaltungen nach Teilnehmerzahl

bis 50	38,1 %	- 3,2 %
bis 100	22,2 %	+ 2,7 %
bis 250	17,9 %	+ 0,8 %
bis 500	11,7 %	+ 1,8 %
bis 1000	6,6 %	- 0,2 %
bis 2000	2,2 %	- 1,1 %

Trend zum Beruflichen

Die Themenfindung auf Kongressen, Tagungen und Konferenzen ist eindeutig geprägt: Zumeist dreht es sich um Berufliches.

Die mit Abstand wichtigste Veranstaltungsart in Deutschland ist nach Angaben des German Convention Bureau die Kategorie Kongresse, Tagungen und Seminare. Das zeigt das Meeting- und Eventbarometer, das das Europäische Institut für Tagungswirtschaft für das German Convention Bureau (GCB) und den Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren (EVVC) erstellt hat.

Technologien verändern den Markt

Allerdings verschiebt sich der Markt zunehmend durch den Einsatz neuer Technologien: Kleine Meetings mit bis zu 50 Teilnehmern werden vermehrt als virtuelle Veranstaltungen umgesetzt. Der Rückgang dieser Meetings als klassische physische Veranstaltungen begründet das leichte Minus von 1,7 Prozent bei der Gesamtzahl der Veranstaltungen auf 2,97 Millionen. Innerhalb des Segments der Seminare, Tagungen und Kongresse verzeichnen die kleinen Veranstaltungen, die hier mit rund 38 Prozent den größten Anteil ausmachen, ein Minus von 3,2 Prozentpunkten, während die Zahl der mittelgroßen Veranstaltungen zunimmt – etwa um 2,7 Prozentpunkte in der Größenklasse von 51 bis 100 Teilnehmern. Wenn sich kleine oder größere Gruppen

zu Konferenzen, Tagungen oder Kongressen treffen, tun sie dies zumeist aus professionellen Gründen. Beruflich motivierte Veranstaltungen wie große Kongresse von Fachverbänden oder Tagungen bestimmter Berufsgruppen finden überwiegend (60%) in Veranstaltungszentren mit großen und vielfältigen Konferenzraum-Kapazitäten statt. Business-Veranstaltungen wie Strategietagungen oder Besprechungen mit Kunden zieht es vor allem in Tagungshotels (84%). Der Beziehungspflege zu Mitarbeitern oder Geschäftspartnern dienen Veranstaltungen mit Unterhaltungscharakter, die zumeist (64%) in Eventlocation stattfinden.

Zahl der Großveranstaltungen sinkt

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl ist insgesamt gestiegen, allerdings geht die Zahl der Großveranstaltungen leicht zurück, während mittelgroße Veranstaltungen einen Zuwachs verzeichnen. Im laufenden Jahr 2018 stehen die Zeichen für die Kongressbranche weiter auf Grün. Nur knapp 12 Prozent aller Veranstalter haben signalisiert, dass sie in 2018 weniger Geld als in den Vorjahren zur Verfügung haben. Damit dürfte für 88 Prozent der Veranstaltungen ein größeres Budget zur Verfügung stehen.

DIE GANZE WELT FÜR IHRE TAGUNG

Machen Sie Ihre Tagung zum Erlebnis und nutzen Sie einzelne Reisestationen im Klimahaus für Ihr ganz individuelles Rahmenprogramm, wie z. B. eine Beach-Party auf Samoa oder ein Bergfest in den Schweizer Alpen. Buchen Sie zusätzlich Rundflüge im Hubschrauber-Simulator, oder erleben Sie gemeinschaftlich das interaktive World Future Lab. Ihre Tagung wird in Erinnerung bleiben. Garantiert!

Das Klimahaus belegt seit vielen Jahren einen der ersten zehn Plätze in den Kategorien „Tagungs- und Eventlocations“.



Weitere Informationen unter Tel. (0471) 902030-0 oder www.klimahaus-bremerhaven.de/events





Schweizer Bergfest: Das Klimahaus ist mit den Kulissen seiner Weltreise eine ungewöhnliche Tagungs- und Eventlocation. Foto: Farcas

Nach der Tagung um die Welt

Konferenzen mit besonderen Erlebnissen zu verbinden, liegt in der Tagungswirtschaft im Trend. Mehr als im Klimahaus Bremerhaven 8° Ost dürfte aber nicht möglich sein: Dort gehen die Teilnehmer auf Weltreise.

Wer mit Freunden oder Kollegen eine Beachparty in der Südsee oder ein Bergfest in der Schweiz feiern möchte, braucht keine lange Reise anzutreten. Die einzigartigen Kulissen der Ausstellung im Klimahaus Bremerhaven bieten den idealen Rahmen für Veranstaltungen jeder Art. Es kommt daher nicht von ungefähr, dass die Wissens- und Erlebniswelt bereits als „Besondere Tagungs- und Eventlocation“ ausgezeichnet worden ist. Die Kombination aus klassischen Tagungsformaten und Rahmenprogramm in der Ausstellung macht den besonderen Reiz des Klimahauses aus. „Das einzigartige Erlebnis einer Reise um die Welt ist nicht nur der ideale Rahmen für Teambuilding-Veranstaltungen, sondern beispielsweise eine willkommene Entspannung bei konzentrierten Strategietagungen“, sagt Veranstaltungsmanagerin Ka-

tharina Giesen. Den perfekten Ausklang nach einem ereignisreichen Tag bietet beispielsweise das Bergfest in der „Schweiz“, wo im Schatten eines Felsmassivs gefeiert wird, oder die Strandparty auf „Samoa“. Bei 30 Grad Celsius kommt am feinkörnigen Sandstrand mit Blick auf die „Lagune“, wo sich die bunte Vielfalt des Südpazifiks tummelt, garantiert Urlaubsstimmung auf.

Kulinarische Erlebnisse

Zu den vielfältigen Möglichkeiten des bundesweit einmaligen Hauses gehört eine Eventküche. Dort können kleinere Gruppen sich kulinarischen Genüssen widmen. Ob klimafreundliche Ernährung oder Kochduell – an den modernen Kochinseln ist alles möglich und lässt sich in klassische Tagungen, Konferenzen und Workshops integrieren. „Der

spielerische Umgang mit Themen wie Umwelt- und Klimaschutz ist zudem die passende Umgebung für Strategie- oder Kundenveranstaltungen zur Nachhaltigkeit“, betont Giesen.

Für Veranstaltungen bietet das Klimahaus flexible Optionen: zwei Multifunktionsräume (bestuhlt bis zu 50/150 Personen), ein Workshopraum mit Panoramablick ins Klimahaus-Foyer (bis 45 Personen), ein Theatersaal mit aufsteigender Reihenbestuhlung (bis zu 100 Personen) sowie das Foyer für bis zu 800 Personen. Es verfügt über eine eigene Gastronomie, die auch individuelles Catering anbietet. Mit eigenen Veranstaltungsformaten hat sich die Wissens- und Erlebniswelt zu einem Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeitskommunikation entwickelt. Das Angebot reicht vom Bildungsforum für Lehrkräfte und Pädagogen über Kongresse zu Süß- und Meerwasseraquaristik bis hin zum internationalen Symposium zu Klimagerechtigkeit. Vorträge, Expertengespräche und Workshops runden das Programm ab.

Virtuelle Diskussionen

Das tatsächliche Erlebnis ist durch nichts zu ersetzen. Das zeigt der Erfolg von Eventlocations und ungewöhnlichen Tagungsorten wie dem Klimahaus Bremerhaven. Doch im Rest des Tagungsgeschäftes regiert die virtuelle Wirklichkeit.

Ellenlange Tagungen im kleinen Kreis und eine Powerpoint-Präsentation nach der anderen – das war einmal. Virtuelle Tagungen wie Video- oder Telefonkonferenzen oder gar Runden, in denen Informationen in der Augmented Reality gezeigt werden, sind die Zukunft. Darauf deuten die strukturellen Veränderungen in den Veranstaltungsstatistiken hin. Die klassischen Konferenzen mit bis zu 50 Teilnehmern werden sukzessive weniger – in 2017 ging die Zahl um 3,2 Prozent zurück. Das sollte insbesondere Tagungshotel zu denken geben: sie sind mit einem Anteil von 84 Prozent der beliebteste Veranstaltungsort. Die Digitalisierung der Veranstaltungswelt beginnt aber nicht

erst, wenn die Tagungsteilnehmer über Spezialbrillen in virtuelle Konferenzsäle eintauchen.

Netzwerk aufbauen

Experten der Branche raten Veranstaltern, den Kontakt zu potenziellen Teilnehmern auch über soziale Medien wie Facebook oder Twitter aufzubauen – und nach der Veranstaltung weiter zu pflegen. Beispielsweise zählt es dazu, die Ergebnisse von Teilnehmerbefragungen anschließend auch in diesem Kreis zu kommunizieren und möglicherweise sogar die Diskussion um neue Themen gezielt zu fördern. Das Internet und seine Suchmaschinen haben zudem die Identifizierung von Themen

und entsprechender Referenten deutlich erleichtert. Das traditionelle Papier hat wie das klassische Netzwerken aber nicht an Bedeutung verloren. Newsletter gelten immer noch als wichtiger Informationsträger – mittlerweile feiert die gedruckte Version sogar eine Renaissance, während die E-Mail-Variante langsam im Hintergrund verschwindet. Selbst in hohen Druckauflagen lassen sich solche Info-Briefe weit über die direkte Anrede hinaus personalisieren und mit gezielten Informationen für den jeweiligen Adressaten anreichern. Auch das Netzwerken geht offline mindestens genauso gut wie online – Branchenveranstaltungen der jeweiligen Zielgruppe sind der perfekte Ort, Verbindungen zu knüpfen. Man muss ja nicht sofort mit der Einladung zur nächsten Tagung winken. Gespräche über Gott und die Welt führen weiter zu Fachgesprächen und fördern das Wissen um wirklich wichtige Tagungsthemen.

Konferenzen ergrünen

„Green Meetings“ zählen zu den neuesten Trends in der Tagungs- und Kongresswirtschaft.

Auch Konferenzen und Kongresse können „grün“ sein. Aspekte des Themas Nachhaltigkeit spielen sowohl im persönlichen wie wirtschaftlichen Umfeld eine immer größere Rolle, sagen Experten wie der Münsteraner Ökonom Prof. Andreas Löschel. Immer mehr Unternehmen entscheiden sich bei annähernd gleichen Parametern – insbesondere auf der Kostenseite – eindeutig für die nachhaltige Variante von Produkten oder Dienstleistungen.

Mit der Definition eigener Regeln und Ziele folgen die Firmen einem Bewusstseinswandel bei den Kunden und Konsumenten. Bereits heute ist absehbar, dass dort, wo freiwillige Initiative fehlt, politische und gesetzliche Regulierungen für den Klimaschutz, für Energieeffizienz und für den Schutz von knappen Ressourcen folgen werden. Auch die Tagungs- und Veranstaltungsbranche werde sich diesem Trend nicht entziehen können, sagte Löschel gegenüber dem German Convention Bureau (GCB), der Interessenvertretung der deutschen Veranstaltungswirtschaft.

Nachhaltigkeit in Unternehmen

Für Conference-Center und Tagungshotels müssen nachhaltige Angebote für die Kunden nicht zwingend zu Mehrkosten führen. Investitionen in neue, energiesparende Technologien machen sich mittel- und langfristig durch entsprechende Kostensenkungen bezahlt. Für den Wis-

senschaftler Löschel ist es zudem wahrscheinlich, dass Kunden mit einer Affinität zur Nachhaltigkeit begründete Mehrkosten auch akzeptieren. Nachhaltigkeit könne auch als gutes Argument genutzt werden, um neue Kunden zu gewinnen. Das German Convention Bureau hat sich die Implementierung von Green Meetings in der Tagungs- und Kongressszene zum Ziel gesetzt.

Nachhaltigkeitsberater ausgebildet

Bereits vor sechs Jahren hat das GCB deshalb mit Unterstützung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt die Fortbildungsreihe „Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater“ entwickelt. Ziel des Projekts ist es, möglichst viele Multiplikatoren in möglichst vielen Veranstaltungs-Unternehmen zu etablieren. So soll eine breite Basis von Fachkräften gebildet werden, die befähigt ist, nachhaltige Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen.

Durch praktische Maßnahmen sollen die Veranstalter so in der Lage sein, die Umweltauswirkungen von Kongressen, Tagungen, Incentive-Reisen und Events messbar zu verringern.

Das Projekt ist Teil der UN-Dekade für nachhaltige Bildung. In diesem Programm zeichnen die Vereinten Nationen Institutionen aus, die viel für die Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens tun. In Bremerhaven zählt das Klimahaus zu diesen ausgezeichneten Unternehmen.

Grüner Werbefaktor

Grüne Tagungen sind für die deutsche Tagungswirtschaft ein internationaler Werbefaktor. Wer als Unternehmen nachhaltig tagen und konferieren will, findet mittlerweile ein breites Angebot. Die Initiativen der Kongress-Anbieter sind ein wichtiger Leitfaden für „grüne Tagungen“.

Deutschland hat Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein zu seinem Markenzeichen gemacht. Auch für den Verband der Tagungswirtschaft gewinnt das Thema rasant an Bedeutung: Grüne Meetings definieren sich dabei als „Meetings, die über alle Planungsphasen hinweg umweltfreundliche Konzepte integrieren, um Schäden für die Umwelt möglichst gering zu halten“.

Fast 40 Prozent der deutschen Veranstaltungsstätten haben bereits ein Nachhaltigkeits-Managementsystem implementiert und zahlreiche Anbieter sind durch Organisationen wie zum Beispiel Green Globe, EMAS oder ISO zertifiziert. Auch der Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungsbranche unter dem Titel „fairpflicht-

tet“ verzeichnet mehr als 370 Unterstützer.

Gut 400 Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche, nachhaltig wirtschaftende Kongresszentren und Hotels mit innovativen Energiekonzepten und zum Beispiel eine saisonale und regionale Küche gewährleisten einen sparsamen Umgang mit Ressourcen.

Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche umfasst heute aber weit mehr als solche Themen. Die Einhaltung nachhaltiger Standards im Hinblick auf die sozialen Aspekte Corporate Social Responsibility (CSR), Mitarbeiterkomfort und Compliance ist genauso in den Mittelpunkt gerückt wie das nachhaltige wirtschaftliche Handeln.



Wir organisieren und betreuen für Sie:

- Kongresse und Tagungen
- Firmenpräsentationen
- Messen und Ausstellungen

STADTHALLE BREMERHAVEN
Veranstaltungs- und Messe GmbH

Wilhelm-Kaisen-Platz 1 · 27576 Bremerhaven
info@stadthalle-bhv.de | www.stadthalle-bremerhaven.de

Tipps und Trends

Thema, Treffpunkt, Teilnehmer und Tagesordnung sind die Erfolgsfaktoren für eine
Erfolg versprechende Taktik für die Organisatoren. Spätestens seitdem diese Treffen Networking und debriefing heißen, reicht das einfache People nennt Tipps und Trends.

Virtuelle Events

Warum denn in die Ferne schweifen ... Die Zeiten, in denen für Tagungen und Konferenzen aufwendig Räumlichkeiten und Hotels gesucht werden mussten, nähern sich dem Ende. Virtuelle Events liegen im Trend. Die Teilnehmer treffen sich nicht an realen Orten sondern auf digitalen Plattformen im Internet. Die neuen Angebote sind die hoch entwickelte Variante der Video- und Telefonkonferenz. Die Vorträge von Referenten können im live-stream verfolgt werden; parallel dazu eröffnen Chat-Funktionen die Diskussion mit den anderen Teilnehmern oder auch Gespräche in vertraulicher Zweisamkeit. Mittlerweile lassen sich sogar virtuelle Messen organisieren, auf denen die Besucher wie in wirklichen Ausstellungen von Stand zu Stand wandern.

Event-App

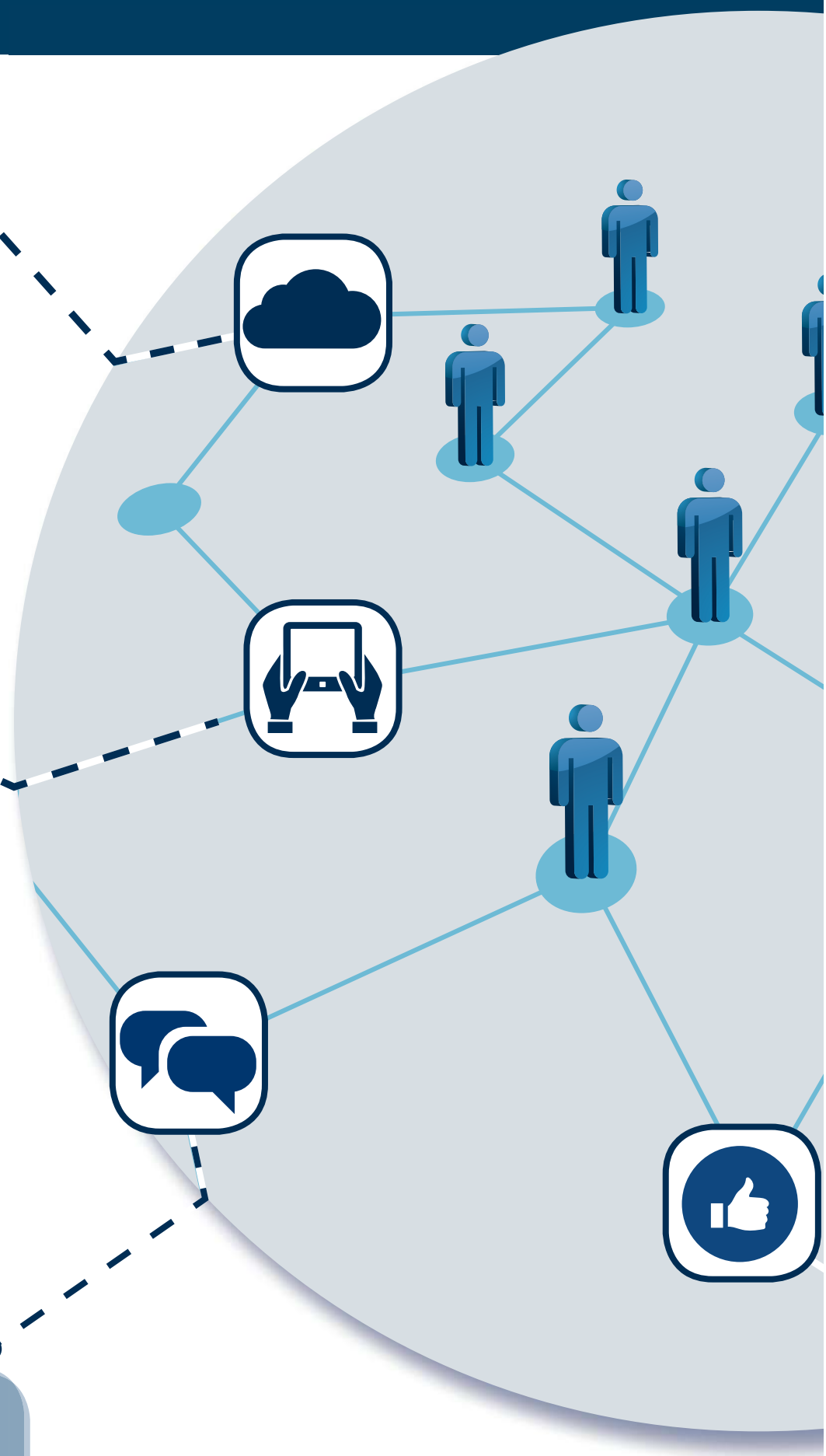
Leinwand, Beamer und fotokopierte Unterlagen – das war gestern. Für größere Tagungen und Kongresse empfehlen Event-Profis den Einsatz einer eigenen App. Smartphone und Tablet hat ohnehin jeder Teilnehmer dabei. Die App enthält das Programm, weist den Weg zum Veranstaltungsort, verschafft den Zugang zu Informationen, Unterlagen und Präsentationen und hat in der Regel auch noch eine Funktion, damit sich Teilnehmer untereinander vernetzen können. Und per Push-Funktion lassen sich auch aktuelle Informationen zuverlässig an jeden Teilnehmer verschicken. Gut gemachte Apps sind keine Eintagsfliegen, sondern werden zur wichtigen ganzjährigen Verbindung zu den Teilnehmern und damit zu einem wichtigen Instrument der Customer Relationship.

User Experience

Egal ob workshop, meeting oder event: Auch unter den neuen Begriffen für Konferenzen und Tagungen steht die Informationsvermittlung im Vordergrund. Der klassische Vortrag ist nach wie vor das Mittel der Wahl, kommt aber im neuen Gewand daher. Denn die Teilnehmer wollen nicht nur einfach zuhören, sondern suchen das Erlebnis, neudeutsch auch User Experience genannt. Sei es in Form von packenden Illustrationen, überraschenden Wendungen im Informationsfluss, praktischen Beispielen oder Interaktionen zwischen Redner und Publikum. Gut aufbereitete Inhalte sind das A und O des Erfolges. Minimale, aber gezielte Wissensdosierungen sind besser als ausführliche Reden; nice-to-have-Informationen oder Vertiefendes gehört ins Handout oder – noch besser – in die digitale Dokumentation im Web oder auf den USB-Stick. Kurze Zusammenfassungen des Vortrages und weitere Dokumentationen sollten aber nicht auf den Sankt-Nimmerleins-Tag verschoben werden – schon während des Vortrages oder unmittelbar danach stärken sie das Erinnerungsvermögen des Publikums.

Social Media

Solange sich Tagungen und Konferenzen nicht digitalisieren, sind sie ein Ereignis, das man nicht ignorieren sollte. Über Social Media wie Twitter oder Instagram lässt sich das Ereignis auf einfachste Weise vergrößern. Der Schlüssel ist das Hashtag, ein aus dem Rautensymbol verbundene Kurzbegriff, unter dem alle Teilnehmer posten. Idealerweise besteht er aus einem einprägsamen Wort, das den Veranstaltungstitel. Grundsätzlich gilt bei Social Media: Je interessanter die Info ist, desto größer ist die Wirkung. Über das Monitoring – die aktive Verbreitung von Inhalten – sich nicht nur die Wirkung der eigenen Arbeit, sondern auch das Thema an anderer Stelle ebenfalls verfolgt wird.



rund um Tagungen

dnung – das war früher die schlichte, aber
ation von Tagungen, Konferenzen und Kon-
meeting, workshop, event, briefing, rebrie-
che Vorgehen nicht mehr aus. Business &



Catering

Liebe geht bekanntlich durch den Magen – das gilt auch dann, wenn die Teilnehmer für die Konferenzinhalte entbrennen sollen. Dem Catering kommt deshalb bei jeder Veranstaltung eine besondere Bedeutung zu. Einerseits soll es die Teilnehmer schlichtweg versorgen, andererseits muss es attraktiv und etwas Besonderes sein – aus einer belanglosen Speisekarte schließt man schnell und vor allem unbewusst auf belanglose Konferenzinhalte. Die Planung, wann was auf den Konferenztisch kommt und was auf das Buffet gehört, sollte man weder dem Zufall noch einfach einem Lieferanten überlassen, nur weil er kostengünstig war. Die Faustregeln: kleine, einzeln verpackte Energiespender auf den Tischen, ein vielfältiges und buntes Buffet für die großen Pausen (Nachhaltigkeit ist dabei heute ein wichtiges Thema, um zu punkten), ein reichhaltiges und stets gepflegtes Angebot, frisches Obst und Gemüse sind unverzichtbar. Und bitte schön: Lauwarmer Kaffee ist der Konferenzkiller schlechthin.

Meeting Design

Flip-Charts, Beamer, Notizblöcke, Kaffee-Ecke, Buffet – die Standardausstattung der meisten Konferenzen und Tagungen ähnelt sich. Hand aufs Herz: Wie soll man sich bei so viel Ähnlichkeit später noch an das individuelle Ereignis erinnern? Der sicherste Weg, um mit seinem Event nicht in Vergessenheit zu geraten, führt direkt über die Teilnehmer. Sie miteinander zu einem Netzwerk zu verknüpfen, ist so wichtig, dass man damit schon lange vor Beginn der Veranstaltung beispielsweise mit dem Austausch von Daten und Adressen sowie ersten gemeinsamen Gesprächsthemen beginnen sollte. Perfekt wird es, wenn dem Netzwerken während der Veranstaltung buchstäblich Futter gegeben wird. Die Auswahl des Essens – bitte kein Standardbuffet – spielt dabei eine genauso große Rolle wie die optische Gestaltung des Tagungsortes. Farben transportieren unterschwellig Botschaften – nicht umsonst werden beispielsweise Umweltthemen mit der Farbe grün verknüpft. Genauso wichtig und nahezu unbemerkt wirksam sind Raumduft und Beleuchtung. Und wenn die Veranstaltung dann noch eine unverkennbar individuelle Note bekommt, ist der Platz in den Erinnerungen bereits reserviert.

Veranstaltungsformate

Die klassische Konferenzbestuhlung ist out. Neue Formate führen zu neuen inhaltlichen Auseinandersetzungen. Im World Café tauschen sich die Teilnehmer direkt an mehreren, vorzugsweise runden Tischen untereinander aus. In immer wieder neuen Zusammensetzungen betrachten sie das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Pecha Kucha bezeichnet eine schnelle Bühnenshow. Der jeweilige Referent hat wenige Minuten Zeit, sein Thema vorzustellen. Hilfreich für komplexe Inhalte ist der Einsatz von Bildprojektionen. Das Goldfischglas stand Pate für die Fish Bowl. Kreisförmig versammeln sich die Teilnehmer um den Referenten, der selbst ständig in Bewegung bleibt, um allen Teilnehmern ins Gesicht zu sehen. Das Format ist für große Runden ideal und führt schnell zu angeregten Diskussionen auch zwischen den Teilnehmern. Dem Speed Dating ist das Speed Gecking entlehnt, in dem eine kleine Gruppe jeweils für einen kurzen Zeitraum von Referent zu Referent zieht. Das erleichtert die Bewertung, ob ein Thema so interessant ist, um es später im direkten Gespräch zu vertiefen. Und es schafft Kontakte.

...t mit streng vertraulichen Informationen
...ur mit den unmittelbaren Besuchern teilen
...tagram lässt sich die Zahl der Teilnehmer
...el zum Erfolg ist der Hashtag – der mit dem
...dem die Informationen verbreitet werden.
...nen Begriff wie beispielsweise der Kurzform
...ei allen Medien: In der Kürze liegt die Würze.
...tung wirken mehr als tausend Worte. Und
...ie Chance einer weiten Verbreitung im Netz.
...sanalyse über spezielle Online-Tools – lässt
...t analysieren, sondern auch ermitteln, ob das
...rd.

Wegbereiter für Veränderung

Selten ist eine Epoche so sehr bis ins Detail von globalen Veränderungen geprägt worden wie das aktuelle Zeitalter. „Die Globalisierung und ihre Wirkung trifft auch Firmen, die tief und ausschließlich in ihrer Region verwurzelt sind“, sagt Alexander Höhn, der Unternehmen als Coach durch Veränderungsprozesse führt. Und selbst wenn es nicht um weltweite Einflüsse auf das Geschäft geht: Das aktive Gestalten der Zukunft gehört zu den derzeit wichtigsten Themen von firmen-internen Workshops, Tagungen und interaktiven Prozessen.

„Der Lotse geht von Bord“ – das Bild ist nicht nur an der Küste geläufig. Es trifft auch im tiefen Binnenland auf immer mehr Firmen zu. Denn in vielen Unternehmen ist die Zeit des Generationswechsels bereits gekommen oder rückt immer näher. „Es reicht aber nicht, einfach nur das Steuer in jüngere Hände zu geben“, warnt Alexander Höhn, der Firmen überall im deutschsprachigen Raum zwischen Bern und Bremerhaven durch den Veränderungsprozess führt. Wechselt die Person an der Spitze, ziehen sich die Veränderungen unweigerlich durch das ganze Unternehmen. Denn natürlich will der Neue manches neu organisieren, andere Abläufe oder vielleicht neue Ziele etablieren. „Das führt nahezu unweigerlich zu einem Spannungsbogen in der Firma“, weiß Höhn aus Erfahrung. Denn die Neuerungen treffen sowohl in der Belegschaft als auch bei den Geschäftspartnern auf tradierte Haltungen, Gewohnheiten und Überzeugungen: „Das sitzt

tief in uns drin. Und dazu müssen wir eine Brücke schlagen“, definiert Höhn eine zentrale Aufgabe des notwendigen Kommunikationsprozesses, der die Veränderung begleiten muss.

Einzelne sind oft überfordert

Eine Brücke gilt es auch zwischen unterschiedlichen Gruppen in einem Unternehmen zu schlagen. „Die Komplexität des Wandels ist zumeist so groß, dass Einzelne überfordert sind“, betont der Coach: „Andererseits gibt es immer Einzelne, die eine Vision und den Mut haben, die Zukunft zu denken.“ Weil keine Firma eine isolierte Insel ist, kommen jede Menge Einflussfaktoren aus dem Umfeld hinzu. Das besteht zumeist nicht nur aus den unmittelbar am Geschäftsgeschehen beteiligten Personen wie Kunden oder Geschäftspartnern – beispielsweise können Politik und Gesellschaft am Firmensitz gehörigen, wenn auch häufig nicht bewusst erkannten Einfluss auf die geschäftliche

Entwicklung haben. „Spätestens dann ist der Zeitpunkt gekommen, den Veränderungsprozess von einem Coach begleiten zu lassen“, ist Alexander Höhn überzeugt. Während in Konzernen Veränderungen personeller Natur oder strategische Neuausrichtungen fast zum Alltag gehören, können sie in kleineren und mittleren Unternehmen schnell für alle Beteiligten zu einer einschneidenden, weil ungewohnten und ungeübten Erfahrung werden. Wer jetzt als neuer Lotse auf der Brücke das Ruder zu schnell umlegt, riskiert es, die Akzeptanz und den Respekt derjenigen zu verlieren, die er mit auf den neuen Kurs nehmen will und muss. „Veränderungen dürfen nicht abstrakt sein“, rät Alexander Höhn, „und jeder, der etwas verändern will, sollte den Prozess bei sich selbst beginnen lassen.“

Akzeptanz ist Voraussetzung

Die Akzeptanz der handelnden Personen und der gewählten Schritte ist für den erfahrenen Coach eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg jeder Veränderung. „In der Akzeptanz besteht die Chance, über die eigentlichen Themen zu reden“, ist Höhn überzeugt. Veränderungen beschränken sich schließlich nicht auf die Definition neuer Leitlinien und Ziele, sondern betreffen viele Details rund um die Arbeitsplätze, Abläufe und die im Betrieb handelnden Personen. Die Herausforderung bei vordergründig unternehmens-



Alexander Höhn bereitet als Coach Veränderungsprozessen den Weg und begleitet Unternehmen auf diesem Weg.
Foto: Merlin Photography

internen Veränderungen sieht Alexander Höhn auch darin, dass solche Entwicklungen von anderen Prozessen überlagert werden. Themen wie die Globalisierung oder die wirtschaftspolitischen Veränderungen, die aus den USA kommen, erfordern neue Reaktionsformen. „Wir greifen aus Gewohnheit aber zu den alten Strategien“, beschreibt Höhn ein klassisches unternehmerisches Reaktionsmodell: „Nur, diese

Strategien funktionieren nicht mehr.“ Das klingt pessimistisch, ist es aber nicht. Denn inzwischen wächst auch in den Unternehmen eine neue Generation von Mitarbeitern heran, die „anders tickt“. „Das Verhalten junger Leute hat sich total verändert“, hat Alexander Höhn aus seiner inzwischen 25-jährigen Erfahrung als Coach erkannt: „Die Bereitschaft zu Veränderungen ist größer geworden.“

Der deutsche Kongressmarkt in Zahlen und Fakten 2017/2018

Angebot an Tagungsorten

insgesamt	7405	+1,3 %
Veranstaltungszentren	1791	+1,1 %
Tagungshotels	3379	+ 0,8 %
Eventlocation	2229	+ 2,1 %

Trendthema Eventlocation

2013	2028	+ 2,1 %
2014	2088	+ 3,0 %
2015	2119	+ 1,5 %
2016	2184	+ 3,1 %
2017	2229	+ 2,1 %

Jahr	Anzahl	Zuwachs gegenüber Vorjahr
------	--------	---------------------------

Nachfrage

Teilnehmer insgesamt	405 Mio.	+ 2,8 %
Anteil international	9,0 %	+ 0,2 %-Punkte
Veranstaltungen	2,97 Mio.	- 1,7 %
durschnittl. Dauer	1,5 Tage	- 0,04 Tage

Aufstrebende Branche

Die deutsche Messe- und Tagungswirtschaft hat allen Grund, sich zufrieden zurückzulehnen. Nach einer vorübergehenden Durststrecke vor knapp fünf Jahren geht es für die 7405 Veranstaltungsorte vom kleinen Tagungshotel bis zum großen Messe- und Kongresszentrum langsam, aber stetig bergauf. Auch wenn die Branche international für sich wirbt, ist das Geschäft überwiegend national und sogar regional. Nur neun Prozent der im vergangenen Jahr 405 Millionen Tagungsteilnehmer kamen aus dem Ausland. Treiber des Aufwärtstrends sind so genannte Eventlocation, die rund um den Tagungsraum eine besondere Atmosphäre zu schaffen versuchen. Das kann – wie im Bremerhavener Boardinghouse-im-Jaich – einen charmanten maritimen Charakter haben, oder wie im benachbarten Klimahaus Bremerhaven aus einer weltweit einmaligen authentischen Inszenierung bestehen. Die Trendwende nach der Durststrecke vor fünf Jahren spiegelt sich in der Zahl der Auslastungstage wider. Dass die Veranstaltungsorte scheinbar nur die Hälfte des Jahres etwas zu tun haben, täuscht allerdings: Auf- und Abbautage sind nicht eingerechnet.



Wir freuen uns, Euch in unserem neuen Tagungsraum – dem **Salon** – willkommen zu heißen. Begeistert Eure Gäste mit dem mondänen Charme unserer Tagungslocation und dem freien Blick auf unsere Marina.

max. 24 Personen · ab Dezember verfügbar

im-jaich Boardinghouse Bremerhaven · Am Leuchtturm 1 · 27568 Bremerhaven
Telefon +49 (0) 4 71 · 14 28 69 - 0 · E-Mail: boardinghouse@im-jaich.de · im-jaich.de



Große Produktionseffekte

Messen in Deutschland sorgen in der deutschen Wirtschaft jährlich für Produktionseffekte von 28 Milliarden Euro. Daraus ergibt sich ein Beschäftigungseffekt von 231.000 Vollzeitarbeitsplätzen. Außerdem sind 4,5 Milliarden Euro Steuereinnahmen von Bund, Ländern und Gemeinden auf die Durchführung von Messen zurückzuführen.

Messen haben damit eine erhebliche gesamtwirtschaftliche Bedeutung – neben ihrer Hauptfunktion, Angebot und Nachfrage einzelner Branchen zusammenzuführen. Das ergab eine Studie des ifo-Instituts im Auftrag des AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Messen in Deutschland. Gegenüber der letzten Untersuchung dieser Art vor neun Jahren sind die Produktionseffekte heute 20 Prozent höher. Hauptquelle für die gesamtwirtschaftlichen Wirkungen sind Messe-Ausgaben der in- und ausländi-

schen Aussteller auf deutschen Messen; sie summieren sich zu 9,6 Milliarden Euro für ein durchschnittliches Messejahr des Zeitraums 2014 bis 2017.

Größter Ausgabenblock

Größter Ausgabenblock ist der Standbau einschließlich ergänzender Dienstleistungen mit einem Anteil von 30,3 Prozent. Es folgen Standmiete und Standbetrieb inklusive Nebenkosten mit 21,2 Prozent, die Personalkosten mit 15,6 Prozent, Übernachtung/Verpflegung mit 13,5 Prozent und die Reisekosten mit 9,9 Prozent. Diese Struktur hat sich gegen-

über der letzten Untersuchung kaum verändert. Die Besucher deutscher Messen geben 4,7 Milliarden Euro in einem durchschnittlichen Messejahr aus. Größter Ausgabenblock für Messebesucher sind Übernachtungen (26,1 Prozent); danach folgen die Kosten für die An- und Abreise (21,6 Prozent) und für Gastronomie (21,5 Prozent). Die direkten messe-induzierten Ausgaben von Ausstellern und Besuchern summieren sich zu 14,5 Milliarden Euro einschließlich der Investitionen der Messeplätze, die in den Jahren 2014 bis 2017 im Durchschnitt gut 200 Millionen Euro ausmachten. Zu den gesamten Messeausgaben tragen die internationalen/nationalen Messen zu 80 Prozent bei. Das heißt auch, dass dieser Messtyp die stärksten regional- und gesamtwirtschaftlichen Effekte auslöst, insbesondere, weil hier überdurchschnittlich hohe Übernachtungs- und Reisekosten auf der Ausstellerseite anfallen und gerade ausländische Besucher häufig ein- oder mehrmals übernachten.

Messen in Deutschland

Die direkten Ausgaben von Ausstellern, Besuchern und Messeplätzen haben Folgewirkungen auf nahezu alle Sektoren der deutschen Volkswirtschaft. Weiter zu berücksichtigen sind die Einkommen, die aus diesen Wirkungen entstehen und zu einem erheblichen Teil wieder ausgegeben werden. So ergeben sich nach den Berechnungen des ifo-Instituts Produktionseffekte, die doppelt so hoch sind wie die direkten Ausgaben: Insgesamt 28 Milliarden Euro. Daraus resultiert ein Beschäftigungseffekt von 231 000 Vollzeit-arbeitsplätzen. Über die Hälfte davon entfällt auf Dienstleistungen, aber auch die Bereiche Handel, Verkehr und das produzierende Gewerbe profitieren erheblich von der Durchführung von Messen in Deutschland.

Marken zum Anfassen – dieses Qualitätsmerkmal regionaler Publikumsmessen

nutzten im letzten Jahr 45.500 Aussteller gegenüber 5,7 Millionen Besuchern auf 125 regionalen Publikumsmessen, um den Produktnutzen vorzuführen und das Preis-Leistungs-Verhältnis zu erläutern. Einschließlich der 29 Messen für Fachbesucher haben die Veranstalter 154 regionale Messen durchgeführt mit 53.464 Ausstellern auf 1 588 386 Quadratmetern Standfläche und 5 884 845 Besuchern. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen verzeichneten die Messen ein Ausstellerplus von 1 Prozent, deutlich mehr Standfläche (+2,6 Prozent) und einen kleinen Besucherrückgang (-1,0 Prozent) im Rahmen üblicher Schwankungen. Dies ergaben jetzt abgeschlossene Untersuchungen des AUMA – Verband der Deutschen Messewirtschaft, bei Regionalmessen, die 2017 von Mitgliedern des AUMA oder des FAMA – Fachverband Messen und Ausstellungen durchgeführt wurden. Die Entwicklung der Regional-

messe-Typen: Die 93 Special-Interest-Publikumsmessen meldeten einen Ausstellerzuwachs von gut 2 Prozent bei stark gewachsener Standfläche (fast 5 Prozent) und minimalem Besucherrückgang von 0,5 Prozent. Das Spektrum dieser Messen reicht von Touristik über Sport und Hobby bis Essen und Trinken. Auf den 32 Mehrbranchen-Publikumsmessen wurden stabile Ausstellierzahlen registriert und etwas mehr Standfläche (+1,4 Prozent) bei rund 1,5 Prozent weniger Besuchern.

Regionale Fachmessen

Die 29 regionalen Fachmessen für Fachbesucher verzeichneten knapp gehaltene Ausstellierzahlen (-0,4 Prozent), 2,3 Prozent weniger Standflächen und gut 2 Prozent weniger Besucherzahlen. Schwächere Ergebnisse hatten vor allem Konsumgüterfachmessen, während Handwerks- und dienstleistungsorientierte Messen vielfach zulegten.



Messen haben eine erhebliche gesamtwirtschaftliche Bedeutung – neben ihrer Hauptfunktion, Angebot und Nachfrage einzelner Branchen zusammenzuführen. Foto: Colourbox.de

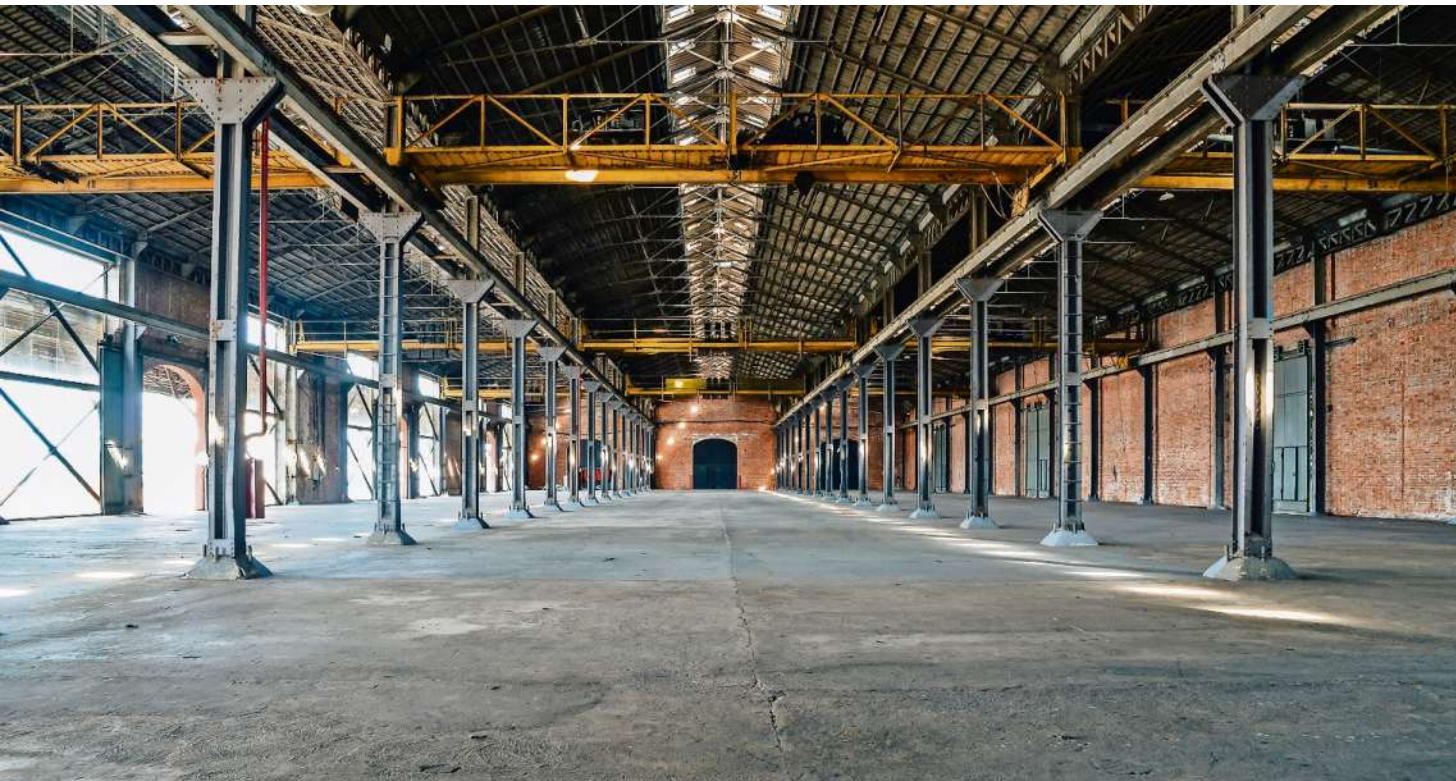
Messen investieren

Die deutschen Messen wollen sich noch besser präsentieren und investieren entsprechend.

Bis zum Jahr 2022 wollen die deutschen Messegesellschaften rund 900 Millionen Euro investieren in Sanierung und Modernisierung von Messehallen, in Servicequalität, aber auch in Neubauten. Insgesamt wollen sie ihre Hallenfläche um rund 55.000 Quadratmeter erweitern. Davon werden bereits in diesem Jahr

35.000 Quadratmeter zur Verfügung stehen. Dies ergab eine Umfrage des AUMA – Verband der Deutschen Messewirtschaft unter 25 Messeplätzen. Zu Beginn des Jahres standen in Deutschland auf Messeplätzen mit internationaler und nationaler Bedeutung Messehallen mit einer Kapazität von ins-

gesamt 2.835.922 Quadratmetern zur Verfügung, 1,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Im Jahr 2017 haben die deutschen Messegesellschaften gut 330 Millionen Euro in ihre Messe- und Kongresskapazitäten investiert, vor allem in Ausbau und Modernisierung der Hallen, Neu- beziehungsweise Umgestaltung von Messeeingängen, thermische Sanierung, Brandschutzmaßnahmen und in Veranstaltungstechnik.



Bis zum Jahr 2022 wollen die deutschen Messegesellschaften rund 900 Millionen Euro investieren in Sanierung und Modernisierung von Messehallen. Foto: Colourbox.de

Ihre gute Adresse für
entspannte Seminare
und Tagungen

In der Hofe 16
27639 Wurster Nordseeküste
Telefon: 04705/18-204

*Marschenhof
Wremen*
direkt hinterm Deich

Strandperle Hotel Strandperle in Duhnen

Tagungsraum „Neuwerk“ ca. 60 m² für max. 40 Personen
Tagungsraum „Helgoland“ ca. 30 m² für max. 20 Personen

**Kleine Meetings oder kreative Tagung,
privater Anlass oder große Hochzeit.**

Duhner Strandstraße 15 · 27476 Cuxhaven · Telefon 04721/40060
dohne@strandperle-hotels.de · www.strandperle-hotels.de

Entspannt tagen
www.hotel-haverkamp.de

HOTEL HAVERKAMP | Prager Str. 34 | 27568 Bremerhaven | Tel. 0471 48330

LOSCHÉ

BREMERHAVENS NEUE LOCATION IM
HISTORISCHEN BACKSTEIN-FLAIR MIT
INDUSTRIE-CHIC!

Überzeugen Sie sich selbst vom individuellen Charme
des historischen Wasserturms und nutzen Sie das
eindrucksvolle Ambiente für Ihr Event.

Mehr Informationen unter www.losche.events

LOSCHÉ — RAUM FÜR MOMENTE
Hafenstraße 140, 27576 Bremerhaven // www.losche.events



Das „Symposium Intensivmedizin + Intensivpflege“, der größte verbandsunabhängige Kongress seines Sektors, hat seit vielen Jahren seine feste Heimat in der Messe Bremen gefunden.

Foto: Messe Bremen/Jan Rathke

„Der Gast bestimmt die Inhalte“

Im Kongress- und Tagungsgeschäft misst sich der Erfolg einer Veranstaltung an den Inhalten. „In der Regel bestimmt der Gast die Inhalte“, sagt Hans Peter Schneider, Geschäftsführer der Messe Bremen. Es sei denn, ein Veranstaltungszentrum hat im Laufe der Zeit besondere Kompetenzen zu besonderen Themen aufgebaut.

Von Wolfgang Heumer

Bremen hat keine medizinische Fakultät und auch keine Universitätsklinik. Dennoch ist die Hansestadt seit Jahren Austragungsort renommierter Ärzte-Kongresse wie das Symposium Intensivmedizin und Intensivpflege. „Solche Veranstaltungen sind über die Jahre gewachsen, und als Messe-Gesellschaft entwickelt man dann auch die entsprechenden inhaltlichen Kompetenzen“, sagt der Chef der Messe Bremen, Hans Peter Schneider.

Das heißt natürlich nicht, dass seine Kolleginnen und Kollegen zu Medizinern geworden sind: „Aber durch die enge Zusammenarbeit mit den eigentlichen Veranstaltern entwickelt man schon ein sehr gutes Gespür für die Interessen und Themen der jeweiligen Gäste.“

Grundsätzlich scheint das Messe-Geschäft sehr volatil zu sein. „Es gibt eine ganze Reihe von Veranstaltungen, die in jedem Jahr woanders stattfinden.“ Um solche Veranstaltungen bemühen sich natürlich viele Messe-Gesellschaften. Auch Schneiders Team kümmert sich darum. „Aber man muss schon wissen, worum man sich sinnvoll und mit guten Argumenten bemüht und wo man das Feld lieber anderen überlässt“, betont Schneider.

Ein klares Kriterium ist die voraussichtliche Größe der Veranstaltung: „Unter 500 Teilnehmern macht es keinen Sinn, einen solchen Kongress in die Messe Bremen zu holen“, erläutert Schneider an einem Beispiel. Auf der anderen Seite wäre es auch nicht sinnvoll, die Schiffbaumes-

se SMM aus Hamburg nach Bremen zu holen. Zum einen reicht das Platzangebot der Messehallen an der Bürgerweide nicht aus. Zum anderen ist die Messe für das internationale Publikum untrennbar mit der Elbmetropole verbunden.

Verschiedene Veranstaltungstypen

Grundsätzlich unterscheidet die Messe- und Kongressbranche ohnehin zwischen Veranstaltungstypen. Im Geschäft insbesondere mit kleinen und mittelgroßen Veranstaltungen geht es zumeist darum, lediglich den geeigneten Ort und Rahmen zu stellen. In Größenordnungen von vielleicht 50 bis 100 Teilnehmern handelt es sich zumeist um Konferenzen, für die die klassischen Tagungshotels der passende Platz sind. „Dort ist die organisatorische Begleitung, aber keine inhaltliche Beteiligung gefragt“, erläutert Schneider. Solche Formate erfordern klassische Gastgeber-Kompetenzen – die Veranstaltungstechnik muss genauso perfekt sein wie das Catering: „Lauwarmer Pausenkaffee kann zum K.o.-Kriterium werden“, weiß Schneider. Fehler in der Organisation des Veranstaltungsortes fallen auf den Veranstalter zurück – und

der kommt dann mit Sicherheit nie wieder.

Natürlich interessieren sich auch die Messe Bremen und das zugehörige Congress Centrum Bremen ab einer gewissen Größenordnung für solche Veranstaltungen. Die unmittelbare Nachbarschaft von CCB und Messe eröffnet aber eine Vielzahl weiterer Möglichkeiten: „Immer häufiger werden Kongresse und Tagungen von kommerziellen oder fachlichen Ausstellungen begleitet“, erläutert Schneider: „Solche Wünsche können wir sehr gut erfüllen.“

Entwicklung über mehrere Jahre

Erfolgsveranstaltungen entwickeln sich – wie die verschiedenen medizinischen Kongresse in Bremen – zum Teil über Jahre. Die Intensivmediziner hatten sich vor Jahren zunächst im kleinen, fast privaten Kreis in einer anderen norddeutschen Stadt getroffen. Als die Runde etwas größer wurde, wechselten sie nach Bremen. Aus dem zunächst befristeten Gastspiel wurde schließlich ein dauerhaftes Engagement.

Neben der guten Organisation in der Messe und dem CCB ließen sich die

Mediziner auch durch das Ambiente Bremens überzeugen: „Wir haben rund um die Messe und auch in fußläufiger Entfernung zu den Hotels eine Menge Interessantes für das Abendprogramm zu bieten“, betont Schneider.

Begleitprogramm immer wichtiger

Das Begleit- und Rahmenprogramm einer Tagung oder eines Kongresses ist mittlerweile mindestens genauso wichtig wie das eigentliche Veranstaltungsprogramm. „Kongresse bedeuten auch immer Netzwerken“, weiß Schneider. Natürlich beginnt das schon am Rande des Tagungsprogramms, wird aber vor allem bei gemeinsamen Unternehmungen am Abend fortgesetzt.

Standorten und Städten, die neu in das Messegeschäft einsteigen wollen, gibt Hans Peter Schneider aus jahrelanger Erfahrung deshalb zwei Dinge mit auf den Weg: „Wer erfolgreich sein will, muss über eine ausreichende Zahl von Hotelbetten unterschiedlicher Kategorien verfügen. Und vor allem muss er seinen Gästen auch nach Feierabend oder sogar als eigenen Programmpunkt besondere Attraktionen bieten.“

Auf Messen unterwegs

Top-Entscheider aus Unternehmen und Behörden – wie Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer oder Amtsleiter – sind besonders messeaktiv. Gerade jüngere Führungskräfte nutzen Messen überdurchschnittlich stark.

Von insgesamt 2,93 Millionen Entscheidern in deutschen Unternehmen und Verwaltungen sind 81 Prozent – zumindest gelegentlich – Messebesucher; nur 18 Prozent nutzen dieses Medium gar nicht. 61 Prozent der Befragten besuchen mindestens einmal jährlich eine Messe. 33 Prozent der Entscheider sind sogar mehrmals im Jahr auf Messen unterwegs. Zu diesen Ergebnissen kommt die jüngste „Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung“ (LAE). Ein weiteres Ergebnis der Studie: Jüngere Entscheider bis zu einem Alter von 39 Jahren

nutzen Messen überdurchschnittlich stark: 83 Prozent dieser Gruppe besuchen Messen, 64 Prozent mindestens einmal im Jahr.

Topentscheider auf Messen

Herausragend in Bezug auf ihre Messennutzung sind neben den Topentscheidern die Führungskräfte aus den Unternehmensbereichen Forschung, Entwicklung, Konstruktion – und aus dem Bereich Einkauf und Beschaffung, von denen 87 Prozent mindestens gelegentlich Messen besuchen.

EVE
NTS



UNIVERSUM®

Feiern oder tagen Sie inmitten unserer faszinierenden Ausstellung und erleben Sie das Universum® exklusiv!

www.universum-bremen.de

