

BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION

Bremen schlägt Brücke ins All

Die Kompetenz von Ingenieuren und Wissenschaftlern aus dem Land Bremen bringt die Amerikaner zum Mond. Airbus Defense and Space baut in der Airport City das Antriebsmodul für das Raumschiff Orion, das 2023 vier Astronauten zu einem Flug um den Mond bringen soll. Nebenbei werden am größten deutschen Standort des europäischen Raumfahrtkonzerns ArianeGroup künftig bis zu 12 Oberstufen der europäischen Träger Rakete Ariane 6 gefertigt. Mit 20 Firmen und 20 Forschungsinstituten gilt Bremen neben dem US-Bundesstaat Kalifornien als weltweit führende Region der Raumfahrt-Industrie.

12



Auf einen Kaffee mit Matthias Ditzen-Blanke

Die Wirtschaft in Bremerhaven und der Nordwestregion ist erfolgreich, findet aber oftmals nicht die verdiente Beachtung. Das Magazin „Business & People“ möchte dies ändern. Viermal im Jahr wird das neue Blatt das Augenmerk vor allem auf den unternehmerischen Erfolg im Alltag und die ökonomischen Perspektiven der Region lenken. Beim Treffen auf eine Tasse Kaffee spricht Verleger Matthias Ditzen-Blanke über die Idee, die hinter der neuen Plattform für die Wirtschaft im Nordwesten steht.

3

Mercedes baut Standort aus

Der größte Arbeitgeber im Land Bremen baut seine führende Rolle weiter aus. Im laufenden Jahr will das Mercedes-Werk in Bremen rund 170 bisherige Beschäftigte mit Zeitarbeitsverträgen in Festanstellung übernehmen. Hintergrund ist nicht nur der Boom in der laufenden Produktion: Das Werk bereitet sich auf die Produktion des ersten vollelektrischen Wagens vor, den der Konzern auf die Straße bringen will.

Größter Arbeitgeber in der Region

Mercedes ist seit 1978 in Bremen-Sebaldsbrück ansässig. Mit 12 500 Beschäftigten ist das Werk nicht nur der größte Arbeitgeber in der Region, sondern auch der größte Standort nach dem Stammwerk. In 2017 wurden in Bremen 420 000 Autos aus zehn verschiedenen Modellreihen gebaut. Damit entsteht an der Weser jeder fünfte Pkw, den das Unternehmen verkauft. Das Werk ist das weltweite Kompetenzzentrum für die C-Klasse und den GLC.

(heu)

Strategien für eine Stadt mit Potenzial

Bremerhaven muss klare Wachstumsstrategien entwickeln. Mit dieser Forderung hat die Handelskammer die erste konkrete Zukunftsdebatte in der Stadt seit Jahren begonnen.

Auf den ersten Blick stimmen die Prognosen für die künftige Entwicklung Bremerhavens optimistisch. Nach Einschätzung des Statistischen Landesamtes wird die Stadt bis 2035 um sieben Prozent auf bis zu 122 000 Einwohner wachsen. Und nachdem die Zahl der Arbeitsplätze in den vergangenen Jahren bereits um rund 10 000 auf 51 500 Stellen gewachsen ist, gehen die Experten von weiteren wirtschaftlichen Erfolgen aus – auch wenn die ökonomische Struktur der Stadt weiterhin von krisenanfälligen Monokulturen ge-

prägt ist. Doch die wachsende Zahl von Berufspendlern ist „ein Alarmzeichen“, stellt die Kammer als Vertretung der Wirtschaft in ihrem „Strategiepapier 2030“ fest. Es sei zu befürchten, „dass Steuerzahler und deren Familien wegziehen und damit die Basis für gut durchmischte Stadtquartiere sowie auch Steuereinnahmen verloren gehen“. Die Politik müsse rechtzeitig gegensteuern. Zu den notwendigen Maßnahmen zählt die Kammer Investitionen in die Attraktivität der Stadt ebenso wie verstärkte wirtschaftsfördernde Maßnahmen sowie den Ausbau der Bildungsangebote.

Allerdings hat sich in Bremerhaven in jüngerer Zeit bereits einiges getan. Weit hin sichtbar sind die Neubauaktivitäten entlang des Neuen Hafens, auch wenn das Preisniveau signifikant über dem bisher in der Stadt üblichen liegt. Nicht zu-

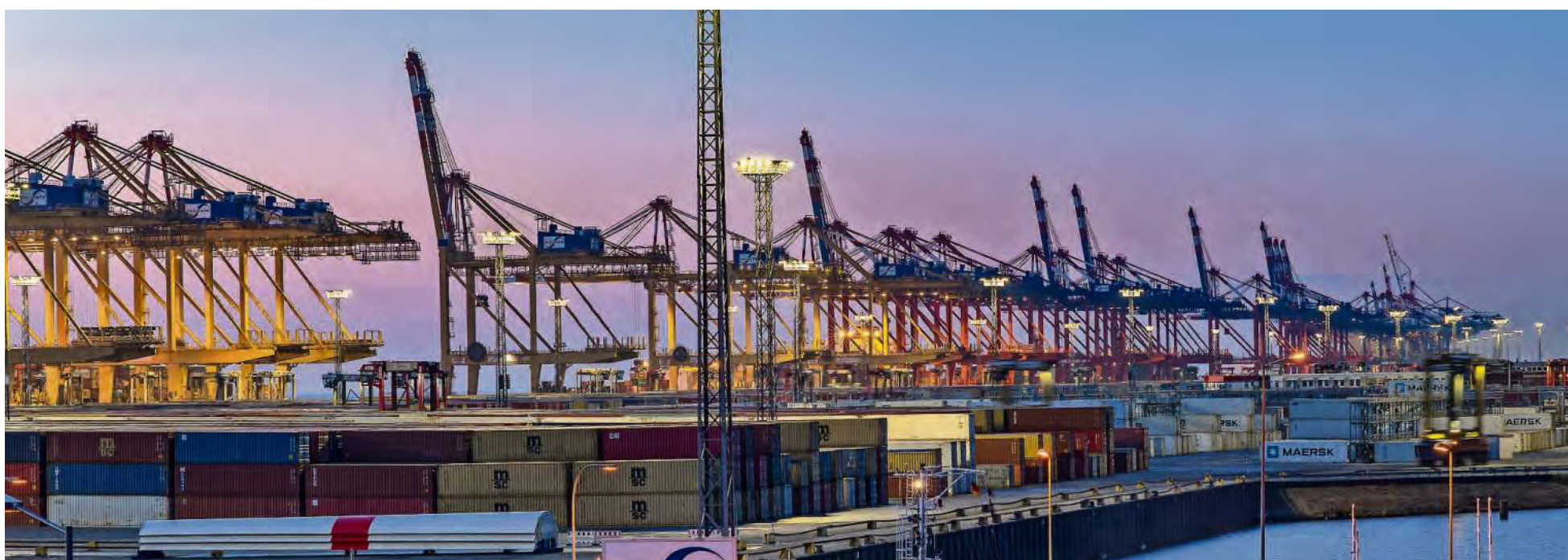
letzt durch diese Projekte ist die Bauindustrie derzeit die treibende Kraft der volkswirtschaftlichen Entwicklung im Land Bremen.

Neues Wirtschaftsstandbein

Nachdem sich die Hoffnungen auf die Windkraftindustrie als neues Wirtschaftsstandbein und den Genting-Konzern als Wiederbeleber des Schiffsneubaus zerschlagen haben, vollzieht sich die positive wirtschaftliche Entwicklung eher im Verborgenen. Neben mittelständischen Gewerbebetrieben gehören junge Unternehmen unter anderem aus der Biotechnologie zu den heimlichen Hoffnungsträgern. Weitgehend unterschätzt wird zudem die Größe und Bedeutung der wissenschaftlichen Einrichtungen in der Stadt. „Keine andere deutsche Stadt dieser Größenordnung kann so viele Institute und Institu-

tionen vorweisen“, betont Wirtschaftsförderer Nils Schnorrenberger. Sowohl die SPD als auch die CDU sehen sich in ihrer Politik durch das Strategiepapier bestätigt – obwohl sie als Regierungspartei und Opposition auf Landesebene grundsätzlich gegenteilige Positionen vertreten. Beide Parteien sehen in der Bildungspolitik wichtige Handlungsfelder. Während das Papier der Handelskammer für die CDU „sehr deutlich die Versäumnisse der rot-grünen Politik“ erkennt, sind für die SPD darin „sehr viele Ziele zu erkennen, die auch wir Sozialdemokraten verfolgen“. Nach Überzeugung der Kammer muss die Politik jetzt konkrete Pläne entwickeln. „Wenn Bremerhaven ernsthaft wachsen will, muss es auch eine Wachstumsstrategie geben, die aussagt, wo dieses Wachstum stattfinden soll“, heißt es in dem Papier der Handelskammer.

(heu)



Die Umschlagsmengen an der Stromkaje sind in 2017 wieder gewachsen, an den Hamburger Terminals wurden dagegen deutlich weniger Container bewegt.

Foto Wolfgang Heumer

Warenströme fließen nicht mehr so stark

Mit einem Plus von 15,5 Prozent ist der Eurogate Containerterminal Bremerhaven in 2017 noch einmal kräftig gewachsen. Auch in Wilhelmshaven registrierte Eurogate ein Plus, in Hamburg ging der Umschlag dagegen um 25,6 Prozent zurück. Während die aktuellen Tendenzen kurzfristigen Entwicklungen zuzuschreiben sind, warnen Wirtschaftsexperten vor gravierenden Veränderungen im Welthandel. Einer Studie des Hamburger Weltwirtschaftsinstitutes zufolge wird die Produktion von Handelsgütern wieder näher an die Verbraucher heranrücken. Damit werden künftig weniger Fertigprodukte um den Globus geschifft, sondern eher Rohstoffe transportiert. Das könne einen Rückgang der Containerschifffahrt und einen Zuwachs in dem Transport von Massengut haben.

(heu)

Editorial



Kann es sein, dass nur jeder zehnte Handwerksmeister noch Lust hat, sich selbstständig zu machen?

Es gibt keinen Grund, diese Aussage von Josef Solscheid, Geschäftsführer der Kreishandwerkerschaft, in Zweifel zu ziehen. Wenn junge Menschen vor dem Schritt zum Unternehmer zurückschrecken aus Angst, selbst und ständig arbeiten zu müssen, läuft etwas falsch.

Keine Sorge, dieses wird nicht die X-te Auflage einer Klage über eine Jugend, die weder Motivation noch Ziele kennt. Es geht viel mehr darum, dass das Spannende, die Gestaltungsmöglichkeit, das Innovative in der Arbeit von Unternehmern nicht mehr sichtbar wird. Hier setzt die neue Zeitung Business & People an. In dieser und den künftigen Ausgaben stehen Unternehmen und Unternehmer im Mittelpunkt – und ihre Leistung in und für die Weser-Elbe-Region.

Bremen als einer der wichtigsten Raumfahrt-Standorte der Welt, die Zertifizierung eines Handwerksunternehmens nach ISO 9001/2015, der spektakuläre Umbau der Ostsee-Fähre „Peter Pan“ oder die Erfolgsgeschichten aus zwei Bremerhavener Autohäusern – im Großen und im Kleinen wollen wir deutlich machen, was Unternehmen in ihrem Alltag beschäftigt.

Die Wirtschaft in der Weser-Elbe-Region bekommt mit Business & People eine Plattform, auf der sie sich und ihre Themen präsentieren kann. Die Zeitung will ein Treffpunkt und der Beginn eines Netzwerkes für und von Unternehmen und Entscheidungsträgern werden. Dies wird gelingen, wenn Redaktion und Wirtschaft in einen noch engeren Dialog kommen, als wir ihn bereits für die Premieren-Ausgabe gepflegt haben. Ich freue mich auf diese Kontakte und Gespräche.

Vorher wünsche ich Ihnen eine informative und interessante Lektüre.

Ihr Wolfgang Heumer



8



16



22



24



25

Im Gespräch

03 Auf einen Kaffee mit ...

Unser Gesprächspartner heute: Matthias Ditzel-Blanke, Verleger der Nordsee-Zeitung und Geschäftsführer des Medienverbundes, der sich rund um die traditionsreiche Zeitung geformt hat. Sein Thema: Umbruch in der Medienlandschaft und Aufbruch in der Region.

04 Freiraum für Firmen

Unternehmen brauchen Platz. Schnell verfügbare und gut erschlossene Gewerbegebiete sind deswegen ein wichtiges Argument für die Wirtschaftsförderung.

06 Verlockendes Fernweh

Das Fernweh anderer Menschen zahlt sich für Bremerhaven aus. Mehr als 3100 Beschäftigte leben vom Tourismus, dessen Gesamtumsatz 2017 auf 133 Millionen Euro beziffert wird.

07 „Diese Region hat großes Potenzial“

Joachim Ossmann ist der neue Chef der Arbeitsagentur Bremen/Bremerhaven und – wie er selbst sagt – überzeugter Optimist. Aber nicht nur deshalb, sondern auch aus seiner beruflichen Erfahrung heraus, betont der 58-Jährige im Gespräch mit „Business & People“: „Ich bin sicher, dass diese Region hier ein großes Potenzial hat.“

Zukunft

09 Frische Ideen

Kaum beachtet – aber erfolgreich: Innerhalb weniger Jahre ist in Bremerhaven eine neue Generation von Unternehmen entstanden, in denen wissenschaftliche Erkenntnisse die Basis des Erfolges sind.

10 Idealer Ort für Medizinstudenten

Eine medizinische Fakultät wird es an der Universität Bremen nicht geben. Aber Bremerhaven könnte doch ein idealer Ort für die Ausbildung von Medizinstudenten sein.

12–13 Sternstunden an der Weser

Europas Brücke ins All fußt in Bremen – das Land zählt zu den führenden Raumfahrt-Standorten der Welt.

14 Immer erreichbar, immer gestresst

Digitalisierung prägt heute die Arbeitswelt. Mit mobilen Geräten wie Notebooks, Tablets und Smartphones sind Informationen überall verfügbar. Viele Beschäftigte können damit „unbegrenzt“ arbeiten, unabhängig also von ihrem Arbeitsplatz und ihrer eigentlichen Arbeitszeit. Doch die Flexibilität hat ihren Preis: mehr Stress, weniger Erholung – und damit eine erhöhte Gefahr, auf Dauer die eigene Gesundheit zu gefährden.

15 Studie: Energiewende schafft Arbeitsplätze

Die erneuerbaren Energien treiben nach Ansicht des Bundeswirtschaftsministeriums den Arbeitsmarkt voran. Von 2000 bis 2016 habe sich die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Bereich von 106 700 auf 338 600 Beschäftigte verdreifacht.

Handwerk

17 Qualität mit Brief und Siegel

Ein aufwendiges Managementsystem im Handwerk? „Das ist unverzichtbar, wenn man seinen Kunden Qualität garantieren und die Zukunft des Unternehmens sichern will“, sagt Sven Heise. Deshalb hat er seine „Sven Heise Bodenverlegungen GmbH“ als eine der ersten Firmen der Branche nach ISO 9001/2015 zertifizieren lassen.

18 Klare Strategie

Die Wartung von Nutzfahrzeugen erfordert erheblich aufwendigere Werkstätten als die Arbeit an Pkw. „Wir betreiben diesen Aufwand ganz bewusst“, betont Günter Reinecke, Geschäftsführer des VW-Hauses Schmidt & Koch in Bremerhaven.

19 Sofort startklar

Bremerhavener Autofahrer wollen nicht lange auf ein neues Auto warten. Gut, dass S+T Autogalerie mehr als 200 Fahrzeuge im Bestand hat.

20–21 Aus drei mach eins

Mit dem Großumbau der Ostseefähre „Peter Pan“ beweisen Bremerhavener Schiffbauer erneut ihr Können.

23 „Lass deinen Gedanken freien Lauf“

Die Zukunft hat längst begonnen. Die ersten Ideen, die das Innovationsteam im DigiLab der BLG Logistics Group entwickelt hat, werden in der Praxis bereits angewendet.

Spezial

25 25 Jahre Unternehmer: Jens Grotelüschen

Als Jens Grotelüschen seinen Kollegen den Schritt in die Selbstständigkeit verkündete, waren Zweifel die Reaktion. Auch nach 25 Jahren ist er überzeugt: „Es war die richtige Entscheidung.“

IMPRESSUM

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

Herausgeber:
Nordwestdeutsche
Verlagsgesellschaft mbH
Hafenstraße 142
27576 Bremerhaven

Anzeigen- und Objektleitung:
Markus Dürken

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



AUF EINEN KAFFEE MIT

...



Einmal durchatmen und das Geschehen rund ums Unternehmen mit etwas Abstand betrachten. Eine Kaffeepause ist die beste Gelegenheit, Geleistetes Revue passieren zu lassen, neue Ideen zu entwickeln, Pläne zu schmieden und sich Gedanken über die richtigen Rahmenbedingungen zu machen.



Genau dies sind die Themen, wenn sich Business & People „Auf einen Kaffee mit...“ Unternehmern, Managern, Entscheidern und Fachleuten trifft.

Fotos: Schimanke

Wie ein guter Kaffee sind diese Gespräche reich an Nuancen, belebend und anregend. Sie können ein Spiegelbild wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung sein, aber nicht zwingend bierernst. Hier gilt das Kaffee-Prinzip: Wert und Genuss liegen in der Vielfalt.

Unser Gesprächspartner heute: Matthias Ditzen-Blanke, Verleger der Nordsee-Zeitung und Geschäftsführer des Medienverbundes, der sich rund um die traditionsreiche Zeitung geformt hat. Sein Thema: Umbruch in der Medienlandschaft und Aufbruch in der Region.

Was hat Sie bewogen, eine Publikation eigens für die Wirtschaft in der Nordwestregion herauszugeben?

Von Seiten der Wirtschaft wird immer wieder an mich herangetragen, welche tollen Entwicklungen und Unternehmen es in der Stadt und in der Region gibt. Eine Tageszeitung kann naturgemäß nicht so fokussiert sein auf ein Thema, sie hat ja alle Bereiche des Lebens im Blick. Deshalb wollen wir der Wirtschaft einen eigenen Raum und Platz geben – auch damit die Unternehmen selbst voneinander erfahren und sich vernetzen. Die bessere Wahrnehmbarkeit dessen, was schon an Positivem da ist, wird hoffentlich dazu führen, dass mehr Menschen auf die Idee kommen, Geschäftsideen zu realisieren und damit eine wirtschaftliche Entwicklung einzuleiten.

Redet die Wirtschaft manchmal zu selten und zu wenig über sich selbst?

Ich glaube schon! Unternehmer sind ja häufig dadurch geprägt, dass sie einen hohen Anspruch an das haben, was sie tun. Meistens gehen sie sehr selbstkritisch mit diesem Anspruch um. Das ist dann der Grund, dass manche ungern darüber reden, was sie eigentlich leisten – obwohl sie sich nicht verstecken müssen. Gerade der Mittelstand hat bestimmt sehr viel zu berichten. Mittelstand nehme ich so wahr, dass er eher aus einer Nische heraus agiert. Deswegen bringt er eine andere Stabilität mit sich als andere. Sie kennen ja die Kernthemen Offshore-Windenergie oder auch die Erstarbung der Werften unter Genting: Das waren zwei große Themen, auf die die Stadt schnell gesetzt hat, die aber nicht so eingetroffen sind wie erhofft. Da bin ich mit der Wirtschaftsförderung einig – es tut gut, wenn wir mehr auf Kleinteiligkeit, mehr auf mittelständische Ansätze achten als auf diese Monokulturen. Je mehr ich diversifiziere, desto stabiler werde ich.

Ist das auch Ihr Prinzip im eigenen Unternehmen? Der Verlag ist ja mittlerweile mehr als eine Tageszeitung.

Ja, wir bemühen uns, neue und breitere Geschäftsfelder zu finden. Wir wollen in dem sich verändernden Medienumfeld über zielgruppenspezifische Publikationen unsere Positionierung als Medienhaus und als relevantester Werbeträger in der Region aufrecht erhalten – mit klassischen Printprodukten und mehrkanalfähig mit Online-Angeboten. Die klassische

Zeitung bleibt Kern unserer journalistischen Stärke. Wir brauchen aber eine kritische Prüfung unseres journalistischen Anspruchs. In einer Welt, die dialogischer und transparenter wird, muss auch der Journalismus eine solche Entwicklung nehmen, ohne an Glaubwürdigkeit zu verlieren. Wir wollen uns der Verantwortung für lokale Gegebenheiten stellen. Hören wir allen gesellschaftlichen Gruppen zu? Wertschätzen wir sie für ihre Rolle? Begegnen wir ihnen vorurteilsfrei? Dazu gehört unter anderem die Wirtschaft. Deswegen ist Business & People für mich wichtig.

Ist Journalismus heutzutage wichtiger denn je, weniger als kritischer Begleiter und mehr als Erklärer und Zuordner?

Aufgabe von Journalismus ist heute weniger die Nachricht, sondern Meinung, Hintergrund, Vertiefung, Einordnung und Erklärung. Es ist wichtiger denn je, denn zwei Zustände sind sich ähnlich: keine Information und ein Überfluss an Information, von der ich nicht weiß, ob sie relevant ist. Darin sehe ich auch die Chance von Medienmarken, deren Grundwerte, zum Beispiel Glaubwürdigkeit und das Kenntlichmachen von Meinung, fest in der Arbeit verankert sein sollten. Das ist unser Job. Egal auf welchem Kanal und für welche Zielgruppe.

Die Größe eines Unternehmens in der Medienbranche ist ja Fluch und Segen zugleich. Groß kann unbeweglich sein, klein ist unter Umständen empfindlicher. Was ist Ihnen lieber: klein oder groß?

Ich möchte es mal so formulieren: mir sind Unternehmen lieb, in denen Menschen, unabhängig von ihrer Hierarchie, Verantwortung übernehmen können und wollen. In einer Zeit, die dynamischer und komplexer wird, ist es mehr und mehr gefordert, dass der Einzelne im Unternehmen verantwortlich handelt. Diese Werte sind in einem kleineren Unternehmen vielleicht einfacher zu etablieren. Das sehe ich für uns als Chance.

Noch einmal zurück zu der Zukunft der Stadt: wie optimistisch sind Sie in Bezug auf Bremerhaven?

Ich glaube fest an die Chancen der Stadt. An der einen oder anderen Stelle ist mein Optimismus ein bisschen getrübt. Zum Beispiel in der Bereitschaft der Menschen hier, aktiv an der Weiterentwicklung der Stadt mitzuarbeiten. Häufig sehen diejenigen, die von außen kommen, die Stadt positiver als wir selbst. Es würde bestimmt vieles ändern, wenn wir aus einer veränderten Haltung heraus in die notwendigen Dialoge gehen und Dinge in Angriff nehmen. Da setzt ein Teil meiner Kritik an der Politik an. Für mich findet zu wenig Dialog zwischen Wirtschaft und Politik statt. Ich wünsche mir, dass die Politik auch im Alltäglichen an diesem Dialog interessiert ist.

Freiraum für Firmen

Unternehmen brauchen Platz. Schnell verfügbare und gut erschlossene Gewerbegebiete sind deswegen ein wichtiges Argument für die Wirtschaftsförderung. Gemessen an den Riesenflächen, die selbst kleine Dörfer beispielsweise entlang der Autobahn A1 anbieten können, ist das Bremerhavener Angebot relativ begrenzt.

Insbesondere die Gewerbegebiete auf dem ehemaligen Carl-Schurz-Gelände östlich des Containerterminals sowie im südlichen Fischereihafen und auf der Luneplate im Stadtsüden haben einen unschlagbaren Vorteil: ihre unmittelbare Nähe zum seeschifftiefen Wasser und damit die direkte Verbindung zu den Welthandelsströmen. Sie sind nicht nur für

Logistikunternehmen interessant, sondern auch zunehmend für das produzierende Gewerbe. Das Gewerbeflächen-Angebot der BIS Bremerhaven richtet sich aber nicht nur an große und ansiedlungswillige Unternehmen, die nach Bremerhaven geholt werden sollen. Sie sind genauso für kleine und mittlere Unternehmen aus der Region konzipiert, die Erweiterungsflächen oder Standorte mit sehr guten Verkehrsverbindungen benötigen. Nahezu alle freien Flächen sind voll erschlossen und stehen zur sofortigen Nutzung zur Verfügung. Die Wirtschaftsförderer bieten einen Service aus einer Hand und koordinieren für die Unternehmen auch die notwendigen Behördengänge beispielsweise bei Bauvorhaben.

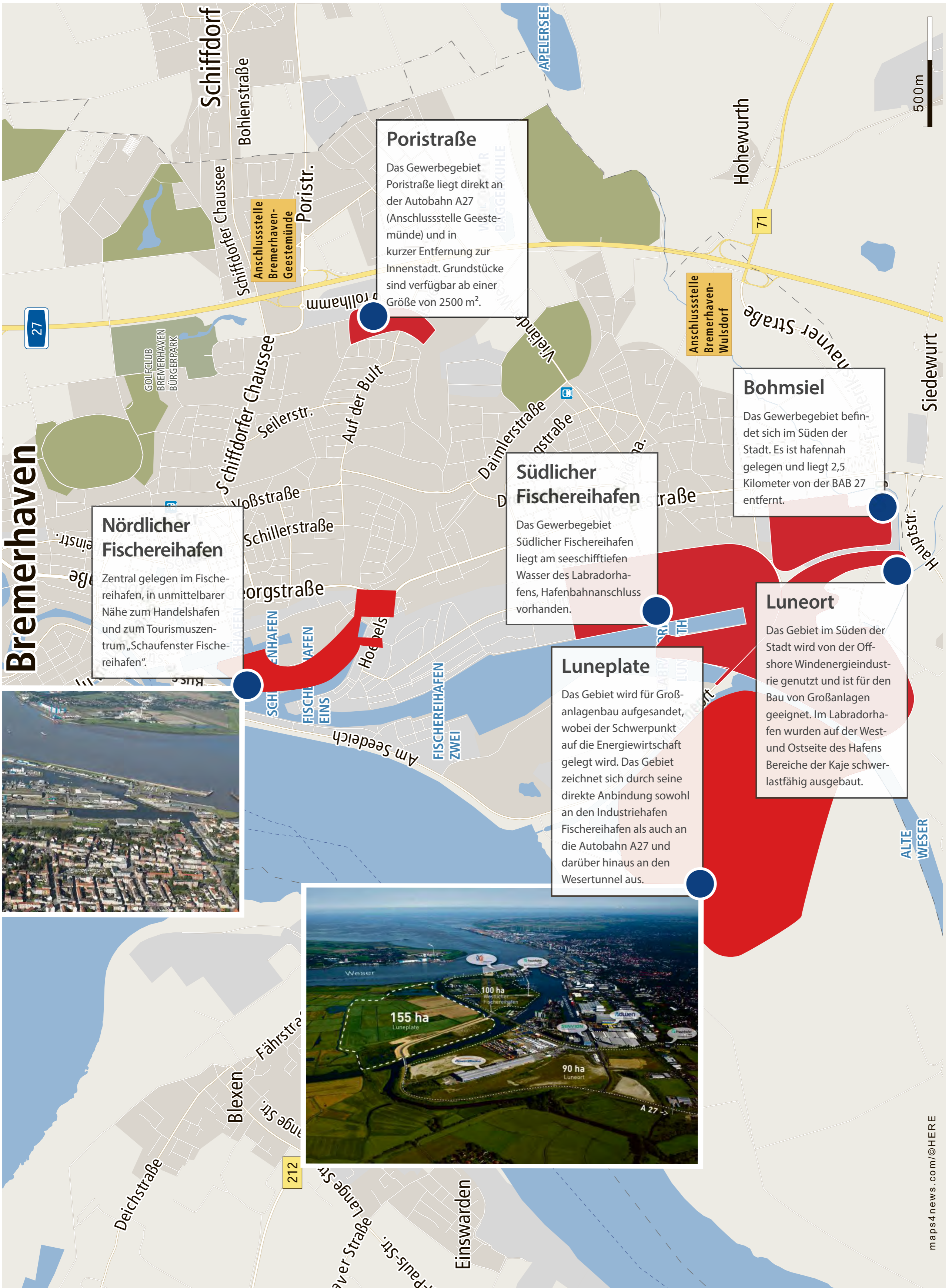
LogInPort

Der LogInPort umfasst die Gewerbegebiete ehemalige Carl-Schurz-Kaserne, Speckenbüttel und Weddewarden-Ost. Er befindet sich im Norden der Stadt, in unmittelbarer Nähe zum Containerterminal und den Überseehäfen.

Van-Heukelum-Straße

Das Gewerbegebiet liegt in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt und zum Überseehafen-gebiet. Es sind kleinere Grundstücke ab 1000 m² verfügbar.







Magische Anziehungskraft: Bremerhavens maritimes Flair und Großveranstaltungen wie die Sail locken immer mehr Besucher – vor allem Tagestouristen – an.

Foto Heumer

Verlockendes Fernweh

Das Fernweh anderer Menschen zahlt sich für Bremerhaven aus. Mehr als 3100 Beschäftigte leben vom Tourismus, dessen Gesamtumsatz 2017 auf 133 Millionen Euro beziffert wird.

Von Wolfgang Heumer

Noch immer sind es vor allem Tagesgäste, die die Aussicht auf Schiffe, Häfen und die Attraktionen in den Havenwelten nach Bremerhaven locken. Rund 1,8 Millionen Personen kamen nach Berechnung des Bremerhavener Marktforschungsinstitutes ITF Research im vergangenen Jahr für einen Tagesaufenthalt in die Seestadt. Nach Angaben der Erlebnis Bremerhaven GmbH wuchs die Besucherzahl damit im Vergleich zu 2016 um sieben Prozent.

Laut Statistischem Landesamt wurden im vergangenen Jahr 217 385 Gäste und 408 518 Übernachtungen in den Hotels, Jugendherbergen und Campingplätzen gezählt. Die Beherbergungsbetriebe erreichten damit eine Auslastung von

durchschnittlich 43 Prozent. Der stärkste Besuchermonat war erwartungsgemäß wie in den Vorjahren der August mit rund 39 000 Übernachtungen. Offenbar lockt das Fernweh viele Gäste auch zu Zeiten an, die als etwas rauer gelten: Für Oktober 2017 errechneten die Marktforscher knapp 34 000 Übernachtungen. Und selbst im Februar sollten es noch 22 000 gewesen sein. Die meisten Besucher kommen aus Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen und – mit leicht sinkender Tendenz – aus Bremen.

Attraktionen der Havenwelten

Neben dem verlockenden Fernweh, dem Blick aufs Meer und auf Schiffe sind es vor allem die Attraktionen der Haven-

welten, die die Gäste anlocken. Mit dem Klimahaus (455 371 Gäste) und dem Zoo am Meer (274 143) verfügt Bremerhaven nach wie vor über die beiden zugkräftigsten Besuchermagneten im Land Bremen. Das Deutsche Auswandererhaus faszinierte mit seinen historischen und aktuellen Geschichten um Auswanderung, Flucht und Vertreibung nahezu 170 000 Besucher. Das Deutsche Schifffahrtsmuseum zählte 80 230 und das U-Boot-Museum Wilhelm Bauer 82 833 Gäste.

Allerdings lebt Tourismus auch von der Veränderung. Die städtischen Tourismusförderer denken deswegen seit geraumer Zeit über neue oder zusätzliche Attraktionen nach. Einer der Schwerpunkte wird der weitere Ausbau des Schau Fensters Fischereihafen werden, der in den vergangenen Jahren mit dem neuen Forum Fischbahnhof und dem Seefischkochstudio gestartet worden war. Als Flop erwies sich inzwischen allerdings



Seit der Eröffnung der Besucherattraktionen in den Havenwelten – hier das Deutsche Auswandererhaus – ist Bremerhaven fest als Ausflugsziel etabliert.

Foto Heumer

die Erlebnisausstellung „Expedition Nordmeere“, die nur knapp zehn Prozent der erwarteten Besucher anlockte. Nach Möglichkeit will die Erlebnis Bremerhaven GmbH für eine bessere Verbindung zwischen den Havenwelten und dem Fischereihafen sorgen. In diesem Sommer ist unter anderem geplant, eine Bimmelbahn zwischen beiden Touris-

muszonen fahren zu lassen.

Im Hintergrund laufen außerdem längst die Vorbereitungen für eine Attraktion, die in zwei Jahren die Gäste in Scharen nach Bremerhaven locken soll. Für die Sail Bremerhaven 2020 erhoffen sich die Organisatoren dabei einen ähnlichen Erfolg wie 2015, als mehr als 1,2 Millionen Besucher kamen.



Kreuzfahrt-Kurs aufwärts

Es hat Jahre gedauert. Aber nun bekommt das Columbus Cruise Center Bremerhaven (CCCB) wieder Anschluss an den wachsenden Kreuzfahrt-Markt. Bislang hatten vor allem Hamburg und Kiel von den enormen Wachstumsraten profitiert. Beide Häfen stoßen derzeit aber an Kapazitätsgrenzen. Seit 2016 steigt das Passagier-Aufkommen in Bremerhaven deutlich an. Während 2016 bei 69 Schiffsanläufen insgesamt 98 530 Fahrgäste abgefertigt wurden, stieg die Zahl in 2017 schon auf rund 166 000 Passagiere bei 84 Schiffsanläufen an. Zum Vergleich: Zwischen 1990 und 2015 wurden an der Columbuskaje durchschnittlich 40 000 bis 65 000 Passagiere pro Jahr gezählt. In diesem Jahr entwickelt sich das CCCB-Geschäft mit einem weiteren kräftigen Sprung nach vorne. Die Planungen sehen 112 Schiffsanläufe und ein geschätztes Aufkommen von rund 235 000 Passagieren vor. Für 2019 wird eine weitere Steigerung auf 250 000 Passagiere erwartet. Die Aussichten für die kommenden Jahre deuten laut Bremer Wirtschaftsressort auf eine weitere Zunahme sowohl der Schiffs- als auch der Passagierzahlen hin.

Foto Scheer

Kaje der Hoffnung

90 Jahre sind ein stolzes Alter – und für maritime Bauwerke eine Grenze. Weil die Columbuskaje am Columbus Cruise Center diese Grenze erreicht hat, investiert das Land in den kommenden fünf Jahren fast 80 Millionen Euro in einen Neubau.

Viele Jahrzehnte war sie die Kaje der Tränen; Hunderttausende nahmen auf der Columbuskaje Abschied von Heimat und Familie, bevor sie über den Atlantik in Richtung Amerika und Glück aufbrachen. Längst ist das Bauwerk für Bremerhaven allerdings ein Hoffnungsträger: die wachsende Zahl der dort ankommenden Kreuzfahrtschiffe lässt erwarten, dass die Stadt am Boom dieser Branche teil hat. Damit diese Hoffnung auf einer soliden Basis steht, lässt das Land die traditionsreiche Hafenkante jetzt erneuern.

Die für die kommenden fünf Jahre geplanten Neubauarbeiten sind dringend fällig. Schon heute ist die Standsicherheit der zwischen 1924 und 1926 errichteten Columbuskaje im Bereich der Kreuzfahrantlage eingeschränkt. Bremenports war gezwungen, die maximal zulässige Verkehrslast zu begrenzen sowie bei extremen

Niedrigwasserständen eine Räumung der Kaje anzuordnen. Damit wird die Kaje den künftigen Anforderungen des modernen Kreuzfahrtgeschäftes nicht mehr gerecht.

Große Kreuzfahrtschiffe

Das Bauwerk dient aber nicht allein der Abfertigung von Kreuzfahrtschiffen. Die Columbuskaje wurde in den vergangenen Jahren wiederholt für die Endausrüstung großer Kreuzfahrtschiffe genutzt. Darüber hinaus stellt die Kaje außerhalb der Kreuzfahrtsaison eine wichtige Liegeplatzreserve für Bremerhaven dar.

In einem nächsten Schritt wird die Hafengesellschaft Bremenports die detaillierten Entwurfsunterlagen erstellen und das wasserrechtliche Planfeststellungsverfahren durchführen. Ein Baubeginn wird für den Jahresanfang 2021 angestrebt.



„Diese Region hat großes Potenzial“

Joachim Ossmann ist der neue Chef der Arbeitsagentur Bremen/Bremerhaven und – wie er selbst sagt – überzeugter Optimist. Aber nicht nur deshalb, sondern auch aus seiner beruflichen Erfahrung heraus, betont der 58-Jährige im Gespräch mit „business & people: „Ich bin sicher, dass diese Region hier ein großes Potenzial hat.“

» BuP: Sie kommen aus dem prosperierenden Süden in den Norden, den viele Süddeutsche ja als notleidend betrachten. Wie ist Ihr erster Eindruck von Bremerhaven und Bremen?

Ossmann: Der Süden war längst nicht überall so prosperierend, wie er im Norden häufig gesehen wird. Vor dem Wechsel nach Bremen habe ich die Arbeitsagenturen in Schwandorf und in Nürnberg geleitet und damit in einer Region gearbeitet, die wie Bremerhaven von einem harten Strukturwandel getroffen worden ist. In Nürnberg war es der Niedergang von AEG, Grundig und Quelle, der Hunderte Arbeitsplätze gekostet hat. Und in Ostbayern war es der Zusammenbruch der dortigen Stahlindustrie und des Braunkohle-Tagebaus. In beiden Regionen ist es durch gemeinsame Anstrengungen von Wirtschaft, Politik und Arbeitsagentur gelungen, neue Arbeitsplätze zu schaffen und einen erfolgreichen Strukturwandel anzustoßen. Aber um auf Ihre Frage zurückzukommen: Ich bin ja erst wenige Tage

im Land Bremen, aber mein Eindruck von beiden Städten ist sehr gut. Ich freue mich auf die Gespräche mit der Wirtschaft in Bremen und Bremerhaven.

» Der Arbeitsmarkt in Bremerhaven ist schwierig, aber seit einigen Jahren in leichter Aufwärtsbewegung. Welche Chancen sehen Sie? Und welche Schwerpunkte werden Sie setzen?

Wie gesagt, die Erfahrungen aus Ostbayern und aus Nürnberg stimmen mich optimistisch, dass sich der Strukturwandel auch in Bremerhaven erfolgreich fortsetzt. Man darf ja nicht vergessen, es ist schon eine Menge erreicht und eine Vielzahl neuer Arbeitsplätze geschaffen worden. Man sollte sich immer vor Augen halten: Arbeitslosigkeit ist für die Betroffenen etwas sehr bedrückendes. Arbeit ist wichtig für unser Selbstwertgefühl und dafür, unser Leben selbst in die Hand zu nehmen. Vor diesem Hintergrund sehe ich zwei Schwerpunkte: wir müssen präventiv dafür sorgen, dass Menschen in Arbeit bleiben und nicht von Arbeitslosigkeit bedroht werden. Und wir müssen sicherstellen, dass der Übergang von der Schule in die Ausbildung gelingt. Junge Leute dürfen ihren Weg in die Erwachsenenwelt nicht mit Arbeitslosigkeit beginnen.

» Die Arbeitsagentur kann letztlich nur zwischen Arbeitssuchenden und Arbeitgebern vermitteln. Wo sehen Sie die Arbeitgeber in der Verantwortung, was können sie dazu beitragen, den Arbeitsmarkt zu



Joachim Ossmann ist neuer Chef der hiesigen Arbeitsagentur.

Foto von der Ahé

entlasten?

Eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Vermittlungsarbeit ist Transparenz auf dem Arbeitsmarkt. Für uns ist es deshalb wichtig, dass wir tatsächlich auch von offenen Stellen erfahren. Und ich hoffe, dass die Arbeitgeber unsere Angebote an sie wahrnehmen, mit denen wir Arbeitslose und Beschäftigte unterstützen können. Wir haben eine ganze Reihe von Instrumenten, die letztlich Arbeitnehmern und Arbeitgebern gleichermaßen nutzen. Zum Beispiel das Programm WeGebAU, mit dem wir die „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter Älterer in Unternehmen“ fördern. Es geht darum, Arbeitnehmer in bestehenden Beschäftigungen den aktuellen Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt entsprechend zu qualifizieren und damit ihre Beschäfti-

gung zu sichern. Davon profitieren auch die Arbeitgeber, die so höher qualifizierte Beschäftigte bekommen.

» Wie wirkungsvoll sind solche Instrumente?

Unsere Programme sind sehr betriebsnah ausgerichtet. Wenn wir etwas fördern, wollen wir auch Wirkungen erzielen. Dazu gehört auch, dass unsere Programme immer einen hohen Praxisanteil haben. Das hat auch für die Unternehmen einen großen Vorteil: sie haben die Möglichkeit, potenzielle Mitarbeiter sehr gut kennenzulernen und ihre Ausbildung auch dem Unternehmen entsprechend zu steuern. Das gilt übrigens auch für die Förderung von jungen Leuten. Es gibt einfach Menschen, die sind praktisch sehr gut veranlagt, haben aber bei der Theorie einfach Defizite. Hier

setzen wir mit einem Programm an, damit auch diese jungen Leute eine Ausbildung bekommen. Wenn ein Unternehmen sie trotz der Theoriedefizite einstellt, finanzieren wir gewissermaßen den Nachhilfeunterricht.

» Wie pflegen Sie das Miteinander mit den Unternehmen?

Der direkte Draht zwischen Agentur und Arbeitgebern ist mir persönlich und für das Ergebnis, die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen, sehr wichtig. Deswegen haben wir ja beispielsweise auch den Arbeitgeber-Service, der die Verbindung zu den Unternehmen hält. Darüber hinaus planen wir gerade eine neue Einrichtung, den Business-Talk, wir wollen den Dialog mit der Wirtschaft pflegen. Vermittlung ist Vertrauenssache, deshalb ist der persönliche Kontakt sehr wichtig. Das gilt auch für ein besonderes Thema, das mir am Herzen liegt. Immer mehr junge Flüchtlinge sind jetzt so weit, dass sie eine Ausbildung hierzulande beginnen können. Meine Bitte ist es, auch diesen jungen Menschen eine Chance zu geben. Wir fördern ihre Qualifizierung genauso wie wir schwache deutsche Schulabgänger fördern. Im Grunde geht es bei beiden Gruppen einfach darum, junge Leute vor der Arbeitslosigkeit zu bewahren.

» Bleibt Ihnen bei diesen ganzen Vorhaben überhaupt noch Zeit, Bremen und Bremerhaven kennenzulernen?

Das will ich unbedingt. Als Neu-Bremer kenne ich von Bremen schon ein bisschen. Über Bremerhaven habe ich viel gehört. Jetzt möchte ich es sehen. Ich freue mich auf die vielen Gespräche, die jetzt vor mir liegen.

Fit für Vertrauensfragen

Elf Unterrichtsmodule, 51 Stunden Unterricht, mehr als 1000 Seiten Lehrmaterial – wer für das Lebensmittel Fisch werben will, muss viel wissen. 23 Fachleute haben es bewiesen und sind nun IHK-zertifizierter Fisch-Sommelier.

Ralf Forner gibt es offen zu: „Den Aufwand habe ich am Anfang selbst überschätzt.“ Das Eingeständnis bezieht der Geschäftsführer von Transgourmet Seafood in Bremerhaven nicht nur auf die Vorbereitungen für das bundesweit einmalige Ausbildungsangebot „IHK-zertifizierter Fisch-Sommelier“, sondern auch auf den zu vermittelnden Stoff: „Dazu gehört ja nicht nur die Warenkunde, sondern grundlegendes Wissen beispielsweise über die Funktionsweise von Riechen und Schmecken, über die Theorie und Praxis von Zubereitungsmethoden, über die passenden Getränke zum Fischessen und so weiter“, sagt Forner. Doch der Aufwand habe sich auf jeden Fall gelohnt. Die 23 im ersten Lehrgang zertifizierten Teilnehmer und alle weiteren Absolventen der nächsten Kurse sind nun fit für Vertrauensfragen.

„Fischkauf ist für den Verbraucher eine Vertrauenssache“, bestätigt René Stahlhofen, gelernter Koch und Geschäftsführer von Royal Greenland Deutschland in Bremen. Er gehört zu den erfolgreichen

Prüflingen des ersten Kurses. Zu denen zählt auch Ralf Harms. Seit 2013 ist er Küchenmeister und Küchenchef im Seefischkochstudio.

Ausgewiesene Fischexperten

Dass solch ausgewiesene Fischexperten offen zugeben, dass sie in dem Lehrgang noch jede Menge Neues gelernt haben, spricht für sich. Ein großer Teil der vermittelten Kenntnisse hat wissenschaftliche Basis: Im ttz Bremerhaven wurden die sensorischen Fähigkeiten der Teilnehmer geschult. Vieles sei für ihn als Experten keineswegs selbstverständlich gewesen, meint Harms, aber: „Fachwissen schadet nie.“

Dieses Wissen wendet er nicht nur während seiner Kochkurse und Shows an. Der 48-Jährige ist auch abseits der traditionsreichen Kochschule ausgesprochen umtriebiger: Als 1. Vorsitzender des Koch-Clubs Bremerhaven engagiert er sich für die Nachwuchsarbeit, veranstaltet Auszubildenden-Seminare und sitzt im IHK-Püfungsausschuss. (heu)



René Stahlhofen (links) Royal Greenland, und Ralf Forner, Geschäftsführer Transgourmet Seafood.



Ralf Harms ist Küchenchef im Seefischkochstudio im Schaufenster Fischereihafen. Fotos: vk

SCHMIDT+KOCH

Jetzt wechseln und Eroberungsprämie* sichern!



Nutzfahrzeuge



z. B. Crafter 35 Kasten HD 2.0 TDI EU6 SCR BMT

Candy-Weiß, 75 kW, Airbag für Fahrer und Beifahrer, Beifahrerdoppelsitzbank, Climatic, Multifunktionslenkrad, Radio „Composition Audio“, Schwingsitz „ergoComfort“, Sitzheizung vorn, Holzfußboden und Seitenverkleidung aus Sperrholz bis Dachrahmen, Geschwindigkeitsregelanlage u. v. m.

Sonderzahlung:	0,00 €
Vertragsdauer:	48 Monate
Jährliche Fahrleistung:	15.000 km
Monatliche Leasingrate:	340,00 €**

Alle Werte zzgl. der jeweiligen Umsatzsteuer, die jeweils gültige Umsatzsteuer, Überführungskosten und Zulassungskosten werden gesondert berechnet. Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt.

* Eroberungsprämie für Ihr altes Fahrzeug bei Kauf, Finanzierung oder Leasing eines neuen Crafter bis zum 30.06.2018. Die Aktion gilt für folgende Gebrauchtwagen (Leasingrückläufer): alle Fremdfabrikate mit Lkw- oder Pkw-Zulassung (incl. Sonder-Kfz). Ausgenommen sind die Konzernmarken der Volkswagen AG: VW Nutzfahrzeuge, VW Pkw, Audi, Škoda, SEAT, MAN, Porsche. Weitere Informationen erhalten Sie bei uns.
** Ein CarePort Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer (ohne Sonderabnehmer) in Zusammenarbeit mit Volkswagen Nutzfahrzeuge. Bonität vorausgesetzt.

STARKE GRUPPE
STARKE LEISTUNG

Schmidt + Koch GmbH

Stresemannstraße 122 | 27576 Bremerhaven
Tel. 0471/5 94-0 | bhv@schmidt-und-koch.de

www.schmidt-und-koch.de

Windforce 2018

15. und 16. Mai: Offshore-Experten diskutieren Zukunftsfragen

Zum 14. Mal wird Bremerhaven zum Treffpunkt der Windkraft-Branche. Am 15. und 16. Mai werden Experten aus Industrie, Energiewirtschaft, Politik und den Umweltverbänden über Gegenwart und Zukunft der Nutzung der Windenergie diskutieren. Ein Schwerpunkt liegt traditionell auf der Offshore-Nutzung der Windenergie.

Die Branche rechnet damit, dass die Bundesnetzagentur unmittelbar vor der Windforce die Ergebnisse der zweiten Ausschreibungsrunde für die Vergabe von Windparks in Nord- und Ostsee verkünden wird. In der ersten Ausschreibungsrunde waren erstmals zwei Windpark-Lizenzen an Betreiber vergeben worden, die völlig ohne Subventionen auskommen wollen. Das gilt in der Ener-

giewirtschaft als wichtiges Signal, dass die Offshore-Industrie wieder mit mehr politischem Rückenwind rechnen kann.

Ideale Vernetzungsmöglichkeiten

Über die Fachthemen hinaus bietet der Kongress im Conference Center Bremerhaven ideale Vernetzungsmöglichkeiten für Unternehmen der Offshore-Windindustrie. Erwartet werden Teilnehmer aus einer Vielzahl europäischer Länder. Im Mittelpunkt zahlreicher Fachvorträge und Diskussionsrunden stehen außerdem technische Themen sowie Grundsatzzfragen rund um die Entwicklung der Windkraftnutzung.

Veranstalter ist der in Bremerhaven ansässige Branchenverband WAB. (heu) www.windforce.info



Mitte Mai wird Bremerhaven dank der Windforce Conference 2018 wieder Treffpunkt der Windenergie-Branche. Foto Scheer

BreakBulk Europe 2018

Veranstalter erwarten bis zu 13 000 Fachbesucher

Sie gehört zu den führenden Messen ihrer Art und findet im kommenden Jahr erstmals in Bremen statt: Die BreakBulk Europe, die größte Messe der internationalen Stückgut- und Schwergutlogistikbranche. Nach intensiven Verhandlungen konnte sich bremenports, Betreiber der Häfen in Bremen und Bremerhaven, gegen die Mitbewerber aus dem In- und Ausland durchsetzen. Von Dienstag bis Donners-

tag, 29. bis 31. Mai 2018, wird die Messe Bremen nun zum Treffpunkt der internationalen Logistikfachbranche.

Neuer Standort

Breakbulk bezeichnet die Stückgutfracht, die wegen ihrer Größe, ihres Gewichts oder ihrer Menge nicht in Containern transportiert werden kann. Dazu gehören unter anderem Stahlerzeugnisse, Forst-

produkte und Fahrzeuge. Bisher war die Messe im belgischen Antwerpen beheimatet. Aufgrund von Umbauarbeiten am dortigen Messegelände findet die BreakBulk 2018 erstmals an einem anderen Standort statt. Die bremischen Häfen sind nach Antwerpen Europas zweitgrößtes Umschlagzentrum für Stückgut- und Schwergutladung. Die Veranstalter erwarten bis zu 13 000 Fachbesucher. (heu)



Schwer- und Stückgut gewinnt als Ladung an Bedeutung. Das ist Thema der Fachmesse BreakBulk. Foto BLG Logistics

Im Blick

» **JOBAKTIV Bremen 2018, am 6. und 7. Juni, Messe Bremen** – Mit der JOBAKTIV kommt die größte Informations- und Stellenbörse der Bundesagentur für Arbeit zum zweiten Mal nach Bremen. Die Messe richtet sich an Fachkräfte und Migranten mit Berufserfahrung. 42 Arbeitgeber der Region vom Mittelständler bis zum Global Player präsentieren sich und ihre Beschäftigungsmöglichkeiten. Der Eintritt ist frei.

» **WindEnergy Hamburg 2018, vom 25. bis 28. September, Hamburg** – Die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven organisiert einen Bremerhaven Gemeinschaftsstand mit den Mitausstellern bremenports, Eurogate und BLG.

» **Gewerbeimmobilienmesse Expo Real 2018, vom 8. bis 10. Oktober, München** – Die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven wird 2018 den Wirtschaftsstandort Bremerhaven wieder am Gemeinschaftsstand des Bundeslandes Bremen präsentieren.

Blick in die Zukunft

» **Das Ausstellungsschiff „MS Wissenschaft“ macht vom 25. bis 27. Juni in Bremerhaven Station.**

Die Ausstellung an Bord des umgebauten Frachtschiffs nimmt ihre Besucher mit auf eine Reise in zukünftige Arbeitswelten mit ihren neuen Bedingungen, Aufgaben und Chancen. Auf interaktive Weise vermitteln die Exponate, wie Innovationen das Arbeitsleben verändern, welche Soft Skills und fachlichen Kompetenzen gefragt sein werden, wie lange und in welchen Berufen wir in Zukunft arbeiten und wie wir dabei rundum gesund bleiben können. Von der Fit@Work-App bekommen die Besucher zum Beispiel nützliche Tipps für ein gesünderes Arbeitsleben. Wie Lärm Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit beeinträchtigt, erfahren sie bei einem Gedächtnistest am eigenen Leib und machen sich mit Sound Masking-Technologien vertraut, die das verhindern sollen. Beim Cyberkicker lernen die Besucher spielerisch verschiedene Arten schädlicher Software und die passenden Abwehrmethoden kennen. Und mit Datenbrillen können sie schon einmal testen, wie es sich in der Mixed Reality arbeitet. Außerdem wird elementare Fragen auf den Grund gegangen wie: Wie wichtig ist lebenslanges Lernen? Was kann und will ich selbst? Und wie kann ich das erreichen? Die „MS Wissenschaft“ ist im Rahmen des Wissenschaftsjahrs 2018 „Arbeitswelten der Zukunft“ im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unterwegs.

» **17. Mai, Förderberatung: Energieeffizienz im Mittelstand (in Bremerhaven), 30-minütige Beratungen innerhalb von 10 bis 11 Uhr.**

Die Themen Energieeffizienz und Klimaschutz sind wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie und ziehen sich als Querschnittsthemen durch alle Unternehmensbereiche. In dieser Sprechstunde stehen Schritte in Richtung mehr Energieeffizienz und Klimaschutz sowie Informationen über passende Fördermöglichkeiten und Beratungsangebote im Mittelpunkt. Die Sprechstunde findet in Kooperation mit der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens statt und richtet sich ausschließlich an kleine und mittelständische Unternehmen, die im Land Bremen ansässig sind. Eine Anmeldung ist erforderlich.

» **9. Mai und 6. Juni, Exklusive Sprechstunde der Hochschule Bremerhaven zum Wissenstransfer, 30-minütige Gespräche innerhalb von 13.30 bis 17 Uhr** Das Career Service Center der Hochschule Bremerhaven bietet im Rahmen seines Angebots im Unternehmensservice Bremerhaven in Kooperation mit der Handelskammer eine Sprechstunde (30 Minuten) rund um das Thema Wissenstransfer an. Unternehmen können sich hier beispielsweise über Praktika, Praxissemester oder -seminare, gemeinsame Forschungsprojekte oder Auftragsforschung informieren.

www.handelskammer-bremen.de



Hamburg – Green Shipping im Fokus

Die Weltleitmesse der maritimen Wirtschaft öffnet im September in Hamburg ihre Tore. Die SMM 2018 bietet als größtes internationales Branchenevent einen umfassenden Überblick über die gesamte Wertschöpfungskette der maritimen Industrie. Ein besonderes Augenmerk gilt vom 4. bis 7. September 2018 den Kernthemen der Bremerhavener Umbau- und Spezialwerften. Unter dem Leitmotiv „Trends im SMMart Shipping“ geht es unter anderem um Green Shipping – dazu gehören der Einsatz von Flüssiggas LNG als Schiffstreibstoff sowie die Nachrüstung von Abgasreinigungs- und Ballastwasser-Behandlungssystemen. Um der hohen Nachfrage im Markt gerecht zu werden, nimmt erstmals die Innenausstattung von Fähren und Kreuzfahrtschiffen einen größeren Raum ein. Die SMM findet alle zwei Jahre in der Hamburger Messe statt. Bereits jetzt melden die Veranstalter, dass die Veranstaltung mit mehr als 2200 Ausstellern aus 69 Ländern komplett ausgebucht ist. Es werden rund 50 000 Besucher erwartet. Die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven organisiert den Landesstand Bremerhaven/Bremen.

Foto Heumer



FrISCHE Ideen

Kaum beachtet – aber erfolgreich: Innerhalb weniger Jahre ist in Bremerhaven eine neue Generation von Unternehmen entstanden, in denen wissenschaftliche Erkenntnisse die Basis des Erfolges sind. Die meisten dieser Unternehmen haben als Start-up begonnen, manche gehören aber mittlerweile auf ihrem Fachgebiet zu den Global Playern. Und selbst für Traditionsbranchen wie die Schifffahrt werden hier frISCHE Ideen entwickelt.

Von Wolfgang Heumer



Vom Existenzgründer zum Welterfolg: Die beiden Bremer Molekularbiologen Dr. Pierre Marggraf-Rogalla (oberes Bild, links) und sein Geschäftspartner Dr. Sven Hauke (rechts) haben mit ihrem Unternehmen Zytovision weltweit eine erste Adresse in der Krebsdiagnostik geschaffen. Sie entwickeln und produzieren mit mehr als 50 Beschäftigten Spezialpräparate, mit deren Hilfe bestimmte Tumore frühzeitig diagnostiziert und gezielt behandelt werden können. Obwohl beide aus Bremen stammen, entschieden sie sich bewusst für Bremerhaven: „Das ist ein Standort, der von Anfang an alles bot, was uns wichtig war.“ Diplom-Biologin Maike Spiekermann (linkes Bild, links) und Dr. Nina Winter hoffen auf einen ähnlichen Erfolg. In ihrem Start-up miRdetect GmbH haben sie einen ähnlichen Marker entwickelt wie Zytovision. Er ermöglicht durch einen relativ einfachen Bluttest die frühzeitige Erkennung und Behandlung von Hodenkrebs. Dieser Test wird schon bald die aufwendigen und belastenden Nachuntersuchungen von Krebspatienten ersetzen.

Energie ist das treibende und verbindende Element der Innovent GmbH im Fischereihafen. Die Physikerin Martina Kuhlmann und der Ingenieur Rolf Rohden betreiben sowohl Grundlagenforschung als auch die Prototypenentwicklung zur Optimierung beispielsweise von Windkraftanlagen und befassen sich unter anderem mit der Optimierung

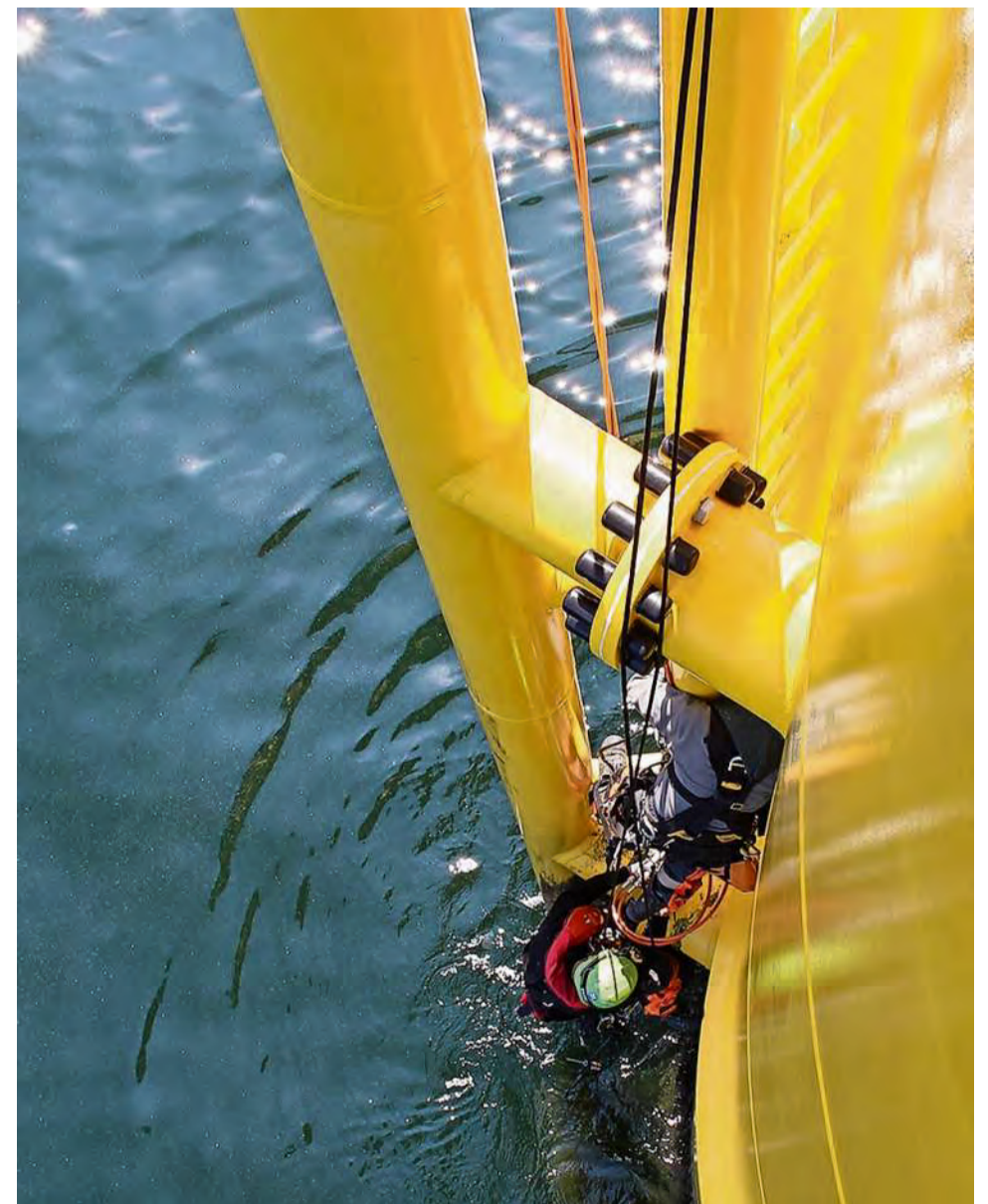
von Schiffsantrieben. Über die Reederei Innovent Marine Services betreiben sie mittlerweile drei Spezialschiffe, um die entwickelten Technologien in der Praxis zu testen. Jüngstes Schiff ist der frühere Offshore-Versorger „LEV Twister“ (Bild). LEV steht für den Anspruch, Emissionen zu verringern (Low Emission Vehicle).
Foto Hero Lang



Einer der starken Motoren für die wissenschaftliche und zugleich wirtschaftliche Entwicklung der Stadt ist das Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung. Mit 960 Mitarbeitern ist das AWI einer der größten Ar-

beitgeber in der Stadt. Jetzt setzen die Polar- und Klimaforscher einen weiteren Akzent für Bremerhaven. Am Handels-hafen beginnt in Kürze der Bau des AWI-Technikums. Dort will das Institut neue Technologien und Geräte für die For-

schungsarbeit unter extremen Bedingungen entwickeln. Um Messinstrumente und anderes Equipment testen zu können, erhält das Gebäude ein Meerwasserbecken, eine große Kältekammer und einen 15 Meter hohen „Bohr“-Turm.



Drei junge Unternehmer zeigen, dass auch in Krisen eine Chance steckt. Als ihr bisheriger Arbeitgeber – ein Stahlbauunternehmen der Windkraftbranche – Insolvenz anmeldete, gründeten Markus Hummel, René von der Helten und Jens Metzen kurzerhand ihre eigene Firma. Mit ihrem Service-Unternehmen mh² offshore GmbH haben sich die

drei auf Arbeiten in schwindelnder Höhe von Offshore-Windkraftanlagen spezialisiert. Für den Einsatz hoch über den Wellenbergen der Nord- und Ostsee lassen sie ihre Facharbeiter und Ingenieure extra als Industriekletterer ausbilden. „Damit haben wir erfolgreich eine Marktnische besetzt“, freut sich Markus Hummel.
Fotos vk

Idealer Ort für Medizinstudenten

Eine medizinische Fakultät wird es an der Universität Bremen nicht geben. Aber Bremerhaven könnte doch ein idealer Ort für die Ausbildung von Medizinstudenten sein.

Von Wolfgang Heumer

Manchmal gehören die einfachen Dinge zu den besten Ideen. „Man muss Leute einfach ins Gespräch miteinander bringen“, ist der Bremerhavener Unternehmer Dieter Petram überzeugt, „dann geht vieles einfacher.“ Aus dieser Überzeugung heraus hat er den Freundeskreis zur Förderung der Wissenschaft in Bremerhaven e.V. ins Leben ge-

nutzen, damit die Medien endlich mal was anderes über Bremerhaven schreiben als über die Arbeitslosigkeit hier.“ Nach dem Auftakt in diesem Frühjahr wird der Freundeskreis deswegen künftig jährlich den mit 15 000 Euro dotierten Wissenschaftspreis verleihen, mit dem außergewöhnliche und öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen gefördert werden.

Dass die notwendige Summe alljährlich zusammenkommt, steht für Petram außer Zweifel. Sie kommt über die „Eintrittsgelder des Wissenschaftsmahles zusammen, das an jedem ersten Freitag im März hochkarätige Referenten, gutes Essen und Gäste aus Wirtschaft und Wissenschaft miteinander verbindet.

Dialog mit den Kliniken

Der Gesprächsstoff für das Wissenschaftsmahl 2019 zeichnet sich jetzt schon ab. „Bremerhaven hat die besten Voraussetzungen, um hier Mediziner auszubilden“, stellt Petram als These in den Raum. Aus dem luftleeren Raum kommt diese Idee nicht. Petram hat bereits intensiv mit den führenden Köpfen der privaten Aneos-Kliniken und des städtischen Klinikums Reinkenheide gesprochen: „Dort würde man es begrüßen,

wenn wir hier die praktischen Ausbildungsphasen für Medizinstudenten anbieten.“ Allein die Tatsache, dass beide Kliniken diese Idee trotz ihrer sonst gepflegten Distanz gut finden, spricht für sich.

Petram greift mit seinem Vorschlag den in der Landespolitik diskutierten Gedanken auf, ein humanmedizinisches Ausbildungsangebot an der Universität Bremen zu etablieren. Bislang ist der Studiengang Medizintechnik an der Hochschule Bremerhaven das einzige medizinnahe Stu-



rufen. „Wirtschaft und Wissenschaft haben sich viel zu sagen“, meint Petram – und vieles davon sollte auch weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt werden: „Keine andere Stadt dieser Größe in Deutschland hat so viele wissenschaftliche Einrichtungen wie Bremerhaven“, weiß der Unternehmer, „das müssen wir



Preisträger und Gratulanten: Dr. Eva-Maria Bongardt vom Schiffahrtsmuseum (4. von links) freut sich mit Dr. Kai Kähler vom Kunstverein und Dr. Anja Benschmidt vom Historischen Museum (beide rechts) über den Preis. Vom Freundeskreis gratulieren (weiter, von links) Rolf Sünderbruch, Prof. Peter Ritzenhoff, Geschäftsführerin Christiane Johannsen, Nils Schnorrenberger und Dieter Petram. Fotos (2) Scheschonka

Lebensmittel in Algen verpackt

Wirtschaft und Wissenschaft haben in Bremerhaven erneut ein gemeinsames Forschungsprojekt gestartet, das neben seinem ökonomischen Nutzen auch ökologische Vorteile entwickeln kann.

In den kommenden zwei Jahren will die Nordsee GmbH gemeinsam mit Forschern des Alfred-Wegener-Institutes sowie der Hochschule Bremerhaven aus Makroalgen nachhaltige Verpackungssysteme für den Einzelhandel entwickeln. Verpackungen sind nach wie vor eine große Herausforderung insbesondere für den Lebensmittelhandel. Einerseits

bedarf die Ware unter anderem aus Hygienegründen eines guten Schutzes. Andererseits schaffen die bislang üblichen Kunststoffverpackungen erhebliche Umweltprobleme und verbrauchen zudem kostbare Ressourcen. In dem Forschungsprojekt Mak-Pak suchen die Kooperationspartner für Lebensmittel im Außer-Haus-Verkauf nach einer Verpa-

ckung, die ausschließlich aus marinen, spezifischen Makroalgen-Rohstoffen zur Verwertung von Reststoffen besteht.

Der Einsatz von Makroalgen ist keine zufällige Idee der Wissenschaftler, die das Projekt entwickelt haben. Die Algen enthalten bioaktive Stoffe, die sich positiv auf die verpackten Lebensmittel auswirken können. „Damit wollen wir bewirken, dass die Verpackung nicht nur normiert und nachhaltig ist, sondern auch für die Verbraucherschaft eventuell ein gesundheitlicher Mehrwert entsteht“, erklärt Prof. Dr.-Ing. Frederike Reimold. Die Dozentin der Hochschule Bremerhaven leitet das Forschungsprojekt und lehrt im Bereich der Lebensmitteltechnologie und -wirtschaft. Eine Herausforderung bei diesem Projekt werde es insbesondere sein, dass die Verpackung weder nach Algen schmecke noch abfärbe oder aufweiche, so Reimold.

Passende Rohstoffe

Die Hochschule ist in dem Projekt für die Produktion der passenden Rohstoffe sowie die technische Entwicklung eines Verpackungskonzeptes zuständig. Welche Makroalgen für dieses Vorhaben überhaupt geeignet wären, wird das Alfred-Wegener-Institut erforschen. Die Restaurantkette NORDSEE konzipiert das Verpackungsdesign und testet diese nach der technischen Entwicklung in ihren Filialen.

Anfang 2020 wollen die Projektpartner die Ergebnisse ihres Vorhabens und die ersten umweltfreundlichen Verpackungen aus Algen vorstellen. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft finanziell gefördert. Die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ist im Rahmen des Programms der Innovationsförderung Projektträger. (heu)



Forschungspartner (von links): Prof. Peter Ritzenhoff, Prof. Frederike Reimold (beide Hochschule), Dr. Britta Grote (AWI) und Robert Jung (Nordsee). Foto Hochschule Bremerhaven



Erfolgreiche Entwickler (von links): Thair Tobias Layes, Kilian Kranert und Moin Lotfi Aloucheh. Foto Titzian Grimm

Preisverdächtig

Drei Bremerhavener Studenten sind mit einem Müsli-Riegel auf der Erfolgsspur. Ihr ungewöhnlicher Rohstoff: Malz-Rückstände aus der Bierbrauerei.

Nachhaltigkeit und Wiederverwertbarkeit stehen in der Industrie hoch im Kurs. Mit dem Ideenwettbewerb Tropheia sucht die Lebensmittelbranche deshalb nach pfliffigen Ideen. Die drei Bremerhavener Studenten Thair Tobias Layes, Kilian Kranert und Moin Lotfi Aloucheh haben dabei gute Aussichten auf Erfolg: Mit ihrem Müsli-Riegel aus Biertreiber haben sie es bereits bis in die Endrunde geschafft.

Auf die Idee kamen die Studierenden beim Brauen des hochschuleigenen Campusbräu-Biers. „Wir fanden es schade, den Biertreiber nach jedem Brauvorgang zu entsorgen“, erzählt das Team. Mit biotechnologischen Methoden

onsabkommens nach Bremerhaven eingeladen werden können.

Für ein Medizinstudium in Riga interessieren sich immer häufiger Abiturienten aus Deutschland. Aus einem einfachen Grund: Die Zulassungsvoraussetzungen in Deutschland sind mittlerweile so strikt, dass selbst Super-Noten im Abitur nicht mehr den Zugang zum Medizinstudium ermöglichen.

Strikte Zulassungsvoraussetzungen

Eine Kooperation mit Hochschulen in Riga oder anderswo wäre auch für Bremerhaven nützlich. Zum einen beleben junge Studenten – wie heute bereits die der Hochschule Bremerhaven – die Stadt und setzen zusätzliche kulturelle Akzente. Zum anderen könnten die Absolventen ein Mittel gegen den wachsenden Ärztemangel in der Region rund um Bremerhaven sein. „Wer hier seine Ausbildung bekommt, entdeckt auch die Schönheit der Stadt und der Region“, ist Petram überzeugt: „Dann kommt der eine oder andere nach dem Studium auch hierhin zurück.“

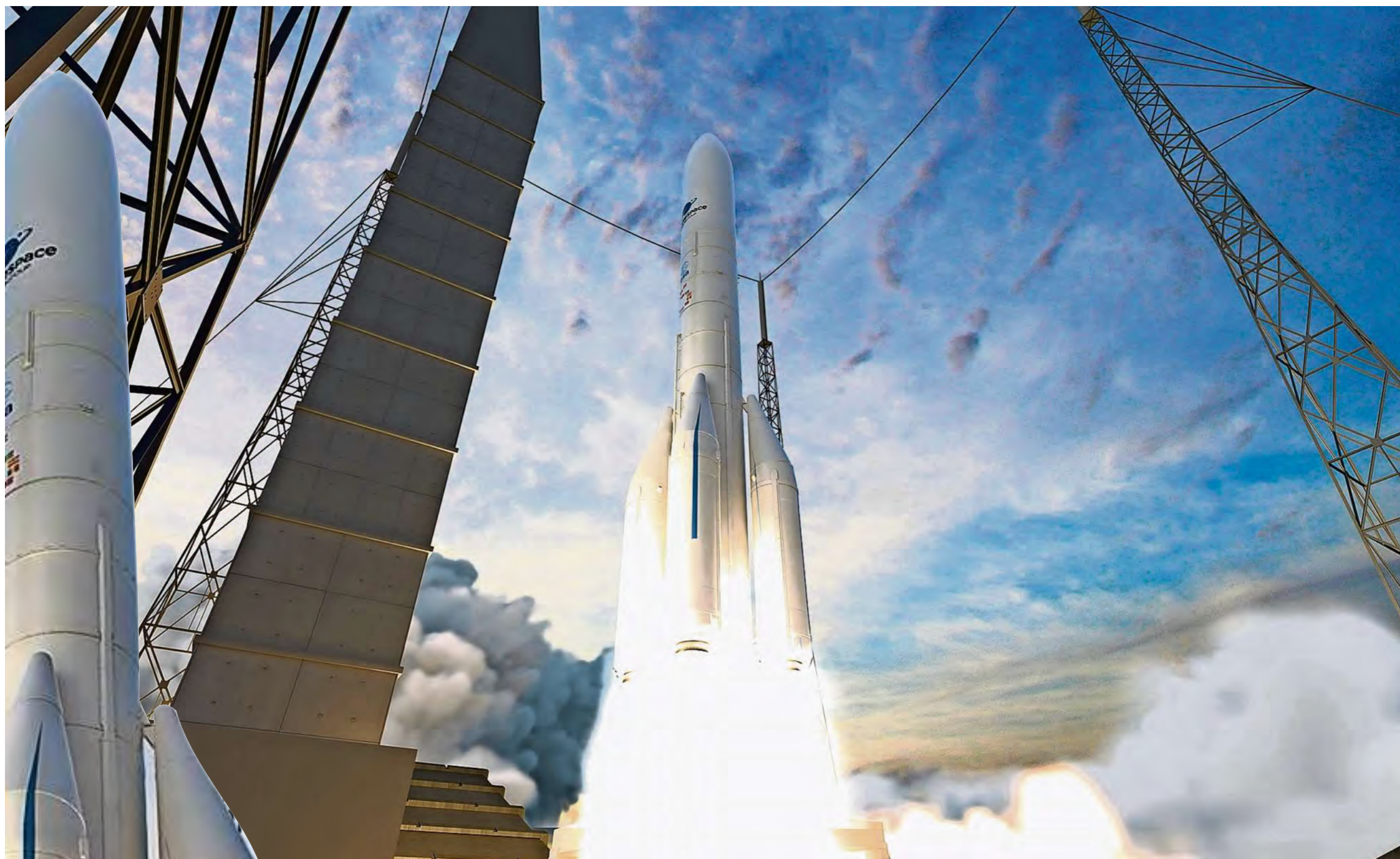
**EINSTARKER
LOGISTIKPARTNER,
FÜNF GUTE
GRÜNDE.**

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



**GUTE GRÜNDE
FÜR BLG LOGISTICS**

 www.blg-logistics.com



Europas Kraftpaket: Die Ariane 6 kann rund 10 Tonnen Fracht ins All tragen. In zwei Jahren soll der Prototyp erstmals vom Weltraumbahnhof Kourou abheben.

Illustration: ArianeGroup

Sternstunden an der Weser

Europas Brücke ins All fußt in Bremen – das Land zählt zu den führenden Raumfahrt-Standorten der Welt.

Von Wolfgang Heumer

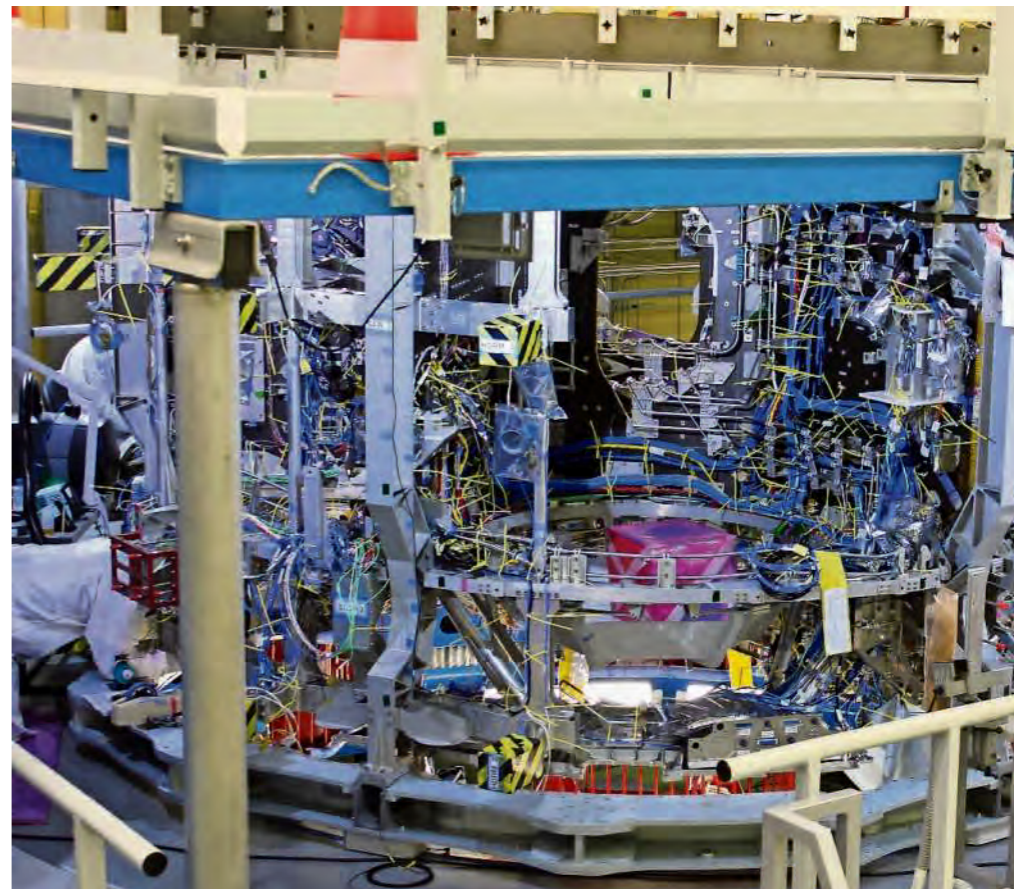
Ariane, Galileo und Orion – diese drei Namen sorgen derzeit weltweit für Schlagzeilen: Ariane 6 ist die neue Trägerrakete, die Europas freien Zugang ins All garantiert. Galileo wird das neue europäische Navigationssystem, das die Vorherrschaft des US-amerikanischen GPS-Systems bricht. Und mit Orion will sich die Nasa nach fast 50 Jahren wieder auf den Weg zum Mond machen. Das verbindende Element aller drei Projekte: Sie sind untrennbar mit dem Land Bremen verbunden.

Die Geschichte der Raumfahrt in Bremen ist bereits 66 Jahre lang. Bereits 1952 riefen Bremer Ingenieure die „Arbeitsgemeinschaft für Raketentechnik ins Leben. Neun Jahre später folgten die Flugzeughersteller Focke-Wulf, Weser Flugzeugbau und Hamburger Flugzeugbau mit einer Arbeitsgemeinschaft für Raumfahrtfragen und 1964 schließlich die Gründung des Entwicklungsrings Nord (Erno), der eine der Keimzellen des Airbus-Konzerns ist.

Heute zählt die Raumfahrtindustrie allein in Bremen 20 Unternehmen mit rund 2000 Beschäftigten sowie 20 wissenschaftliche Einrichtungen: „Wir haben hier eine einzigartige Zusammenstellung von Kompetenzen“, konstatiert Dr. Peter Vits, Bremer Koordinator für

Raumfahrt. Nur in Kalifornien gibt es ein größeres Raumfahrt-Cluster. Die Oberstufen für die Ariane-Raketen, das Satellitensystem Galileo und das Servicemodul für die Mondfähre Orion sind keineswegs die

einzigsten Erfolgsprodukte made in Bremen. Das „Spacelab“, das acht Mal mit dem amerikanischen Space-Shuttle zu Laborerperimenten ins All flog, stammt aus der Hansestadt. Ebenso wurde hier „Columbus“ – der europäische Beitrag zur Internationalen Raumstation ISS – gefertigt.

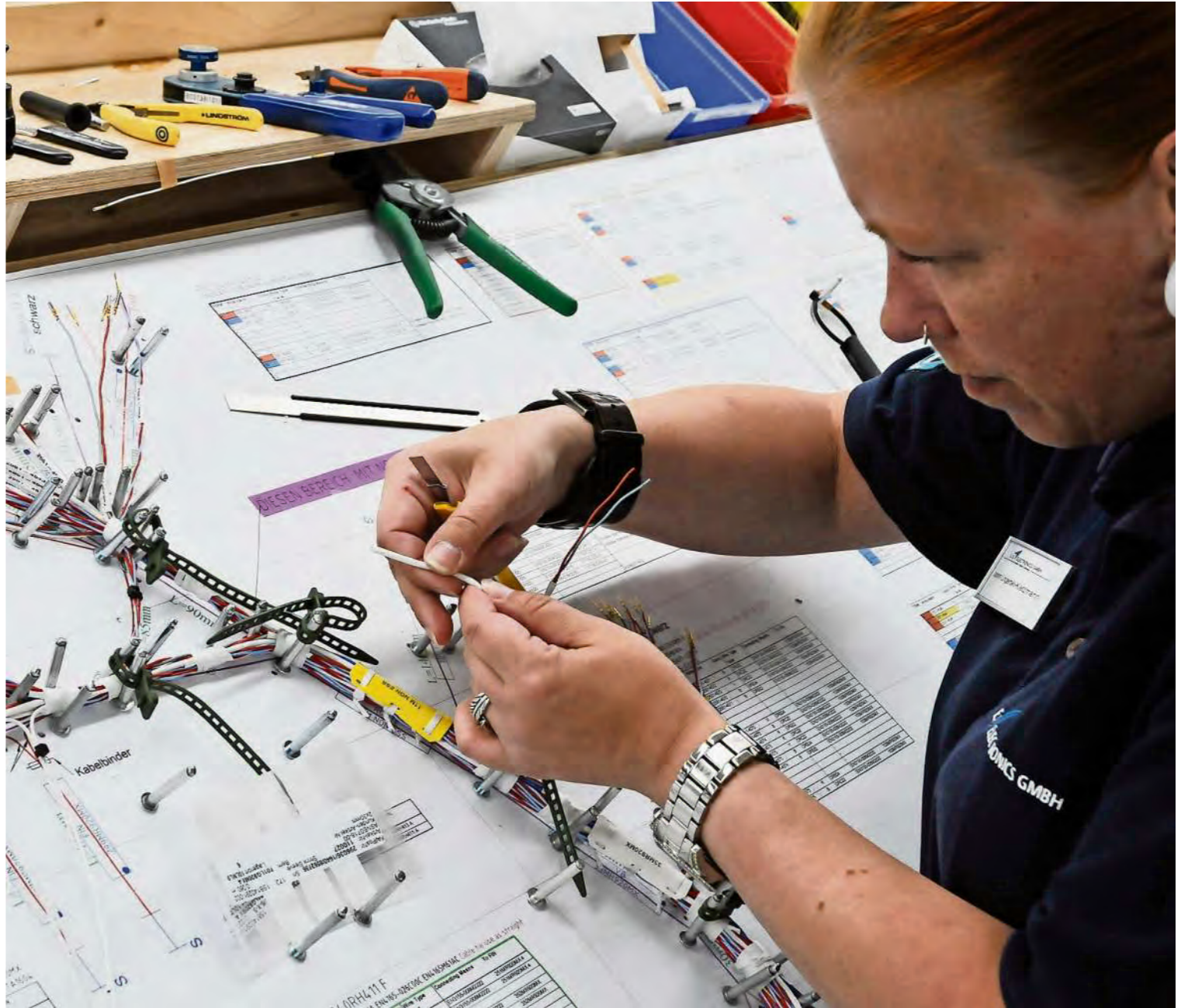


Komplexes Innenleben: Bremer Ingenieure und Techniker montieren das Service-Modul für die



Geschicktes Drahtwerk: Konzentriert stellt eine Mitarbeiterin des Bremerhavener Unternehmens e.i.s.-electronics einen Kabelbaum für die Trägerrakete Ariane zusammen.

Foto Wolfgang Heumer



Exakt nach Plan: Die in Bremerhaven gefertigten Kabelbäume müssen höchsten Ansprüchen genügen.

Foto Wolfgang Heumer

Fünf „Automated Transfer Vehicle“ (ATV) aus Bremen brachten Nachschub zur Raumstation, an der sie als erstes Gerät in der Raumfahrt überhaupt völlig autark andockten.

Was die Satelliten auf die Erde liefern

Und die Liste der hierzulande produzierten Satelliten und Satelliten-Bauteile ist etwa so lang wie die Raumfahrtgeschichte der Stadt. Zunehmend interessieren sich die Firmen auch für das, was die Satelliten an die Erde liefern: „Das kommende Thema ist die Nutzung der Daten, die bei der Erdbeobachtung entstehen“, sagt Holger W. Oelze, Vorsitzender des Bremer Branchenverbandes AviaSpace. Airbus Defence and Space, ArianeGroup und das Bremer Familienunternehmen OHB Systems sind die Großen der Raumfahrtindustrie in Bre-

„**Das kommende Thema ist die Nutzung der Daten, die bei der Erdbeobachtung entstehen**“

„**Holger W. Oelze, Vorsitzender des Bremer Branchenverbandes AviaSpace.**“

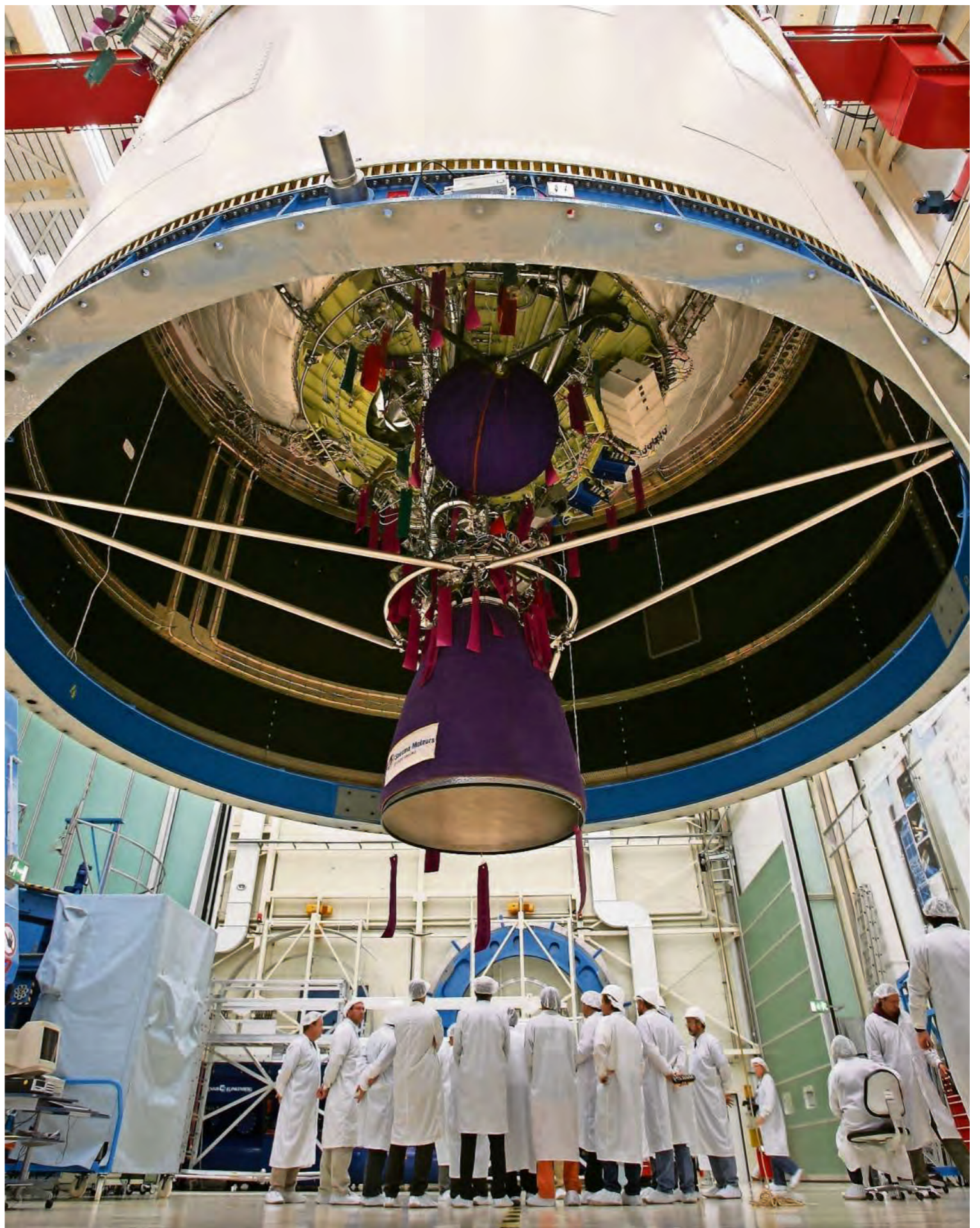
men. Überwiegend ist die Branche mittelständisch strukturiert. Unter anderem gehört das Bremerhavener Unternehmen e.i.s.- electronics dazu, das Kabelbäume für die Ariane produziert.

Investitionen von 40 Millionen

In diesem Jahr wird in der langen Geschichte der Raumfahrtindustrie in Bremen ein weiteres Kapitel aufgeschlagen. Der Raketenhersteller ArianeGroup investiert gerade am Airport Bremen 40 Millionen Euro in eine neue Werkhalle, in der künftig die Oberstufe für die neue Ariane 6 gefertigt werden soll. Bis zu zwölf Oberstufen pro Jahr können dort gebaut werden – eine Serienproduktion, die es bislang in der Raumfahrt noch nicht gegeben hat.

Nur wenige 100 Meter Luftlinie entfernt baut Airbus Defence and Space bereits das zweite Service-Modul für die amerikanische Mondmission. „Erstmals überhaupt in der Geschichte der NASA liefern die Europäer mit dem Service-Modul ein systemkritisches Teil für ein solches Programm“, freut sich Oliver Juckenhöfel, Leiter des Airbus-Raumfahrtstandortes Bremen. Trotz des Erfolges blicken die Bremer Raumfahrtexperten etwas neidisch auf die USA.

Dort engagiert sich die Wirtschaft viel stärker für die Raumfahrt als hierzulande. Allein Amazon-Gründer Jeff Bezos gibt angeblich jährlich eine Milliarde Euro aus seinem Privatvermögen aus, um den ersten bemannten Flug zum Mars zu ermöglichen.



Schwebende Lasten: Eine Ariane-5-Oberstufe wird in einen Spezialcontainer für die Verschiffung zum europäischen Weltraumbahnhof in Kourou/Französisch-Guayana gesetzt.

Foto ArianeGroup/ Ingo Wagner



amerikanische Mondmission Orion. Foto Airbus Defence and Space

Immer erreichbar, immer gestresst

Digitalisierung prägt heute die Arbeitswelt. Mit mobilen Geräten wie Notebooks, Tablets und Smartphones sind Informationen überall verfügbar. Viele Beschäftigte können damit „unbegrenzt“ arbeiten, unabhängig also von ihrem Arbeitsplatz und ihrer eigentlichen Arbeitszeit. Doch die Flexibilität hat ihren Preis: mehr Stress, weniger Erholung – und damit eine erhöhte Gefahr, auf Dauer die eigene Gesundheit zu gefährden.

Arbeit 4.0 ist nach Ansicht von Experten aber viel umfassender, als nur ständig erreichbar zu sein: smarte Maschinen erfordern auch ein verändertes Kommunikations- und Qualifikationsprofil der Beschäftigten, gleichzeitig steigen die Anforderungen, mit der Komplexität der Aufgaben zurechtzukommen und mehrere Aufgaben im Multitasking-Modus zu erledigen. „In den kommenden 20 Jahren wird die Arbeitswelt noch mobiler, noch flexibler und noch stärker von Infor-

mations- und Kommunikationstechnik durchdrungen sein als heute“, meint etwa Prof. Bertolt Meyer, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Psychologie an der TU Chemnitz, das sich mit den psychischen Auswirkungen von Arbeit 4.0 beschäftigt.

Mensch und Technik

„Vieles wird automatisiert sein. Mensch und Maschine, Mensch und Technik werden noch enger zusammenarbeiten. Viele

einfacher auszuführende Berufe werden wahrscheinlich seltener geworden oder ganz verschwunden sein“, prognostiziert er. Damit seien daher auch viele Ängste vor Überforderung verbunden. Digitalisierung schaffe zwar Effizienz und Produktivität, erklärt wiederum Oliver Hasselmann, Experte für Arbeit 4.0 beim Institut für Betriebliche Gesundheitsförderung der AOK (BGF-Institut): „Sie entlastet die Beschäftigten ja auch von körperlich schwerer Arbeit, sie optimiert und vereinfacht

die Arbeitsorganisation und kann – richtig eingesetzt – die Work-Life-Balance fördern.“

Andererseits, warnt der Experte, bergen Flexibilisierung und Mobilisierung die Gefahr der ständigen Erreichbarkeit und der Zunahme an Eigenverantwortung in sich. „Diese können dazu führen, dass Beschäftigte über ihr Limit hinausgehen und sich damit selbst gefährden“, stellt Hasselmann fest.

Ständige Erreichbarkeit

Eine Befragung der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin hatte schon 2016 ergeben, dass von 39 Prozent der Beschäftigten zumindest in Teilen erwartet wird, dass sie auch außerhalb ihrer Arbeitszeit für den Job verfügbar sind. 35 Prozent der Befragten gaben an, manchmal oder häufig in der Freizeit von ihrem Arbeitgeber kontaktiert worden zu sein. Doch die ständige Erreichbarkeit ist nur eine Seite – es gibt eine Reihe weiterer Risiken. Vor allem bei älteren Beschäftigten kann es durch die Digitalisierung zu einer gefühlten Entwertung der Arbeit kommen, weil ihre bisherigen Fähigkeiten und Erfahrungen nicht mehr gebraucht werden. Das baut Ängste, Stress und psy-

chischen Druck auf. „Verantwortungsbewusste Arbeitgeber sind deshalb gefordert, die Kompetenzen bei ihren Beschäftigten vorausschauend und rechtzeitig aufzubauen, etwa durch Fort- und Weiterbildungen“, sagt Hasselmann. Aber auch die Chefs selbst sind nach Expertenmeinung gefordert – durch eine „Führung auf Distanz“, die dem einzelnen Mitarbeiter zwar mehr Freiheit lässt, die ihn aber nicht davon entbindet, besondere Belastungen seiner Mitarbeiter rechtzeitig zu erkennen und entsprechend gegenzusteuern.

Management für die Gesundheit

Die Digitalisierung stellt Führungskräfte vor die Herausforderung, eine „Führung auf Distanz“ in dezentralen und virtuellen Teams umzusetzen. „Die veränderten Rahmenbedingungen in der Arbeitswelt 4.0 erfordern einen neuen Führungsstil“, sagt Oliver Hasselmann, Experte für Arbeit 4.0 beim Institut für Betriebliche Gesundheitsförderung der AOK (BGF-Institut).

„Darunter wird ein Führungsstil auf Augenhöhe verstanden, das zentrale Element ist das Vertrauen zwischen Führungskraft und Teammitglied“, so Hasselmann. Durch die räumliche Distanz, die mobile Arbeit und schnell wechselnde Teams sei es aber besonders schwierig, dieses Vertrauen aufzubauen. Zunehmende Bedeutung haben die soziale Kompetenz und Gesundheitskompetenz der Führungskraft. „Denn diese befähigt sie dazu, Belastungsfaktoren und Belastungsgrenzen der Beschäftigten besser zu erkennen und gemeinsam Lösungen dafür zu finden“, meint Hasselmann.

Seiner Meinung nach gehört zu der kooperativen und empathischen Führung, immer wieder die Einschätzung der betrieblichen Situation zu erfragen und die subjektiv empfundenen Belastungen ernstzunehmen. „Was läuft in der Arbeit gerade gut? Wo müssen wir etwas verbessern?“ müsse immer wieder ermittelt werden.

„In Zukunft werden Beschäftigtenbefragungen zu emotionalem Wohlbefinden als Teil eines ganzheitlichen Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) eine größere Rolle spielen“, sagt auch Prof. Bertolt Meyer, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Psychologie an der TU Chemnitz. Schließlich würden verschiedene Beschäftigte auf dieselben Arbeitsbedingungen ganz unterschiedlich reagieren, allein aufgrund ihrer jeweils andere Kompetenzen und Ressourcen. Die Digitalisierung bietet dabei aber auch Vorteile: die digitalen Technologien können einen gesunden Arbeits- und Lebensstil von Bewegung, Ernährung über Entspannung und Suchtprävention bis hin zum Stressmanagement unterstützen. Beispielsweise lässt sich das betriebliche Intranet als Gesundheitsplattform zur Sensibilisierung und Wissensvermittlung nutzen. Und mittels Apps lässt sich ein gesundes Verhalten auch in den Arbeitsalltag integrieren.

Sportlich zur Spätschicht

Teamegeist ist der Motor beim Firmenlauf, der am 26. Juni 2018 wieder Tausende Läufer an die Weser locken wird. Vom Wehrschloss in Bremen-Hemelingen aus setzen sich Schlag auf Schlag mehrere hundert Gruppen aus Firmen und Vereinen in Bewegung. Sie laufen in einem weiten Bogen um die Werdersee her. Die Startgebühr beträgt 20 Euro, davon werden pro Starter fünf Euro für Special Olympics gespendet. Die AOK Bremen/Bremerhaven unterstützt den Lauf als Gesundheitspartner, ist aber seit Jahren auch aktiv dabei. Im vergangenen Jahr stellte die Gesundheitskasse mit 263 Läuferinnen und Läufern die größte Gruppe der Veranstaltung. Startschuss zum Firmenlauf ist um 18 Uhr, Anmeldungen sind bereits jetzt unter www.davengo.com möglich. Mehr Infos auch unter sport-ziel.de oder ☎ 04 21/3 30 48 20.

„Mit dem Rad zur Arbeit“ startet wieder

Draußen ist es wieder angenehm mild und sonnig – Zeit für die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“. Ein „Fitnessprogramm für Jedermann“ verspricht die Aktion der AOK Bremen/Bremerhaven und des ADFC Bremen, die vom 1. Mai bis 31. August in die 15. Runde geht. Es gehört nicht viel dazu, man kommt nicht mal groß ins Schwitzen, wenn man den Weg ins Büro, in die Werkstatt oder an die Ladentheke für eine kleine, aber effektive Sporteinheit nutzt. Bei der bundesweiten Aktion liegen Bremen und Bremerhaven, gemessen an der Teilnehmerquote, ganz vorne. Im vergangenen Jahr hatten 5050 Frauen und Männer ihre Fahrtenbücher in die Wertung gebracht. Bundesweit waren es in etwa 200 000 Radler. Anmeldungen erfolgen über die Seite www.mdrza.de/hb. Dort können die Fahrten direkt eingetragen werden, oder sie werden bis zum 17. September bei der AOK eingereicht.

Foto HKS / Agentur fuer Werbung



Einfach mal abschalten

Es ist nicht einfach: Wer lässt nach Feierabend schon das Handy klingeln oder riskiert bewusst keinen Blick, wenn gerade eine neue Mail oder eine Whatsapp-Nachricht vom Arbeitgeber oder einem wichtigen Kunden eintrudelt? Die Seite www.handwerk.com hat in Zusammenarbeit mit dem Kommunikationsexperten Stefan Goes aus Lübeck sechs Maßnahmen für Handwerker (und andere Unternehmer) aufgelistet, die Beruf und Privatleben in der Balance halten wollen. Goes empfiehlt beispielsweise, E-Mails im Büro immer nur zu bestimmten Zeiten in einem Block beantworten, statt sofort auf jede eingehende Nachricht zu reagieren. Auch für Telefonate und persönliche Gespräche könne man unter Umständen feste Zeitblöcke einplanen. „Wer seinen Arbeitstag aktiv steuern möchte, sollte ihn nicht damit beginnen, sämtliche E-Mails zu bearbeiten, sondern nur kurz ins Postfach gucken, den Tag planen und

sich als erstes derjenigen Aufgabe widmen, die an diesem Tag die höchste Priorität hat“, sagt der Management-Experte. Hilfreich sind seiner Ansicht nach auch betriebsinterne Regeln für die elektronische Kommunikation: Zum Beispiel klar in eine E-Mail hineinzuschreiben, wer darauf reagieren soll und wer sie nur zur Information erhält. Dazu gehöre, die Betreffzeile so zu formulieren, dass das Anliegen bereits daraus hervorgehe. Außerdem können die Teammitglieder zum Beispiel festlegen, dass sie am Wochenende gar keine E-Mails beantworten und im Urlaub nur in Notfällen per SMS erreichbar sein wollen.

„Mündlichkeitskultur“ bewahren

Neben einer software-gesteuerten Kategorisierung der E-Mails nach Wichtigkeit lautet eine weitere Empfehlung, sich die „Mündlichkeitskultur“ im Betrieb zu bewahren: „E-Mails sind dann gut, wenn ich etwas schriftlich festhalten möchte oder wenn es zu mühselig ist, jemanden zu erreichen. Ansonsten lassen sich viele Dinge wesentlich schneller am Telefon klären.“

Eine weitere Maßnahme ist, sich ein gesondertes Diensthandy anzuschaffen, das nach Feierabend und an den Wochenenden ausgeschaltet bleiben muss. Nicht zuletzt empfiehlt er, berufliche und private Netzwerke deutlich voneinander zu trennen. Auch damit könne man Stress, ständige Erreichbarkeit und mangelnde Erholung in der Freizeit vermeiden.

Gesunder Führungsstil

AOK bietet ab 15. Mai 2018 einen neuen Online-Kursus an

Egal ob in der Produktion, im Handwerksbetrieb oder im Büro: das Führungsverhalten hat in allen Unternehmen Einfluss auf das Arbeitsklima, die Produktivität und letztlich auch auf die Ge-

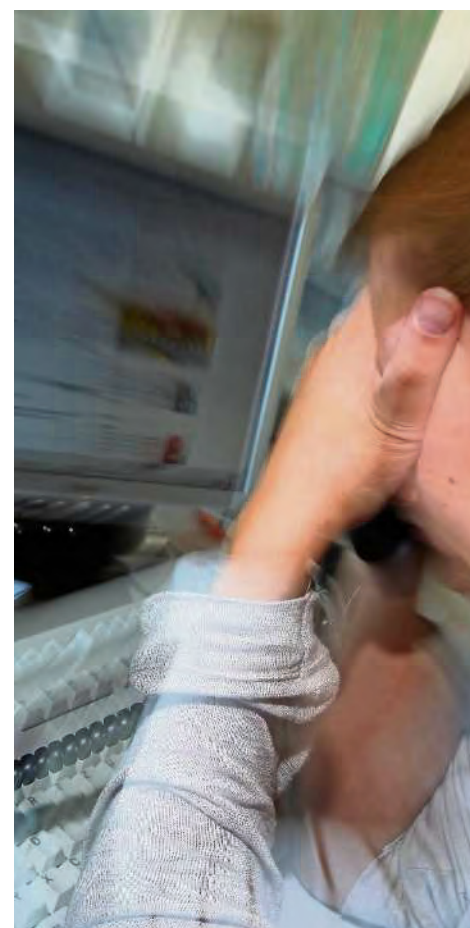
sundheit der Beschäftigten. Deshalb unterstützt die AOK Bremen/Bremerhaven Führungskräfte mit dem praktischen Online-Programm „gesund führen“. Es geht am 15. Mai 2018 online.

Rahmenbedingung für gute Arbeit

Die moderne Arbeitswelt stellt hohe Ansprüche an Führungskräfte. Mitarbeiter sind häufig selbstverantwortlich, flexibel oder auch mobil tätig. Führungskräfte müssen Beschäftigte daher nicht nur fachlich unterstützen, sondern auch die Rahmenbedingungen für gute Arbeit schaffen. So wünschen sich Mitarbeiter verstärkt, in Entscheidungsprozesse mit einbezogen zu werden und regelmäßig Feedback zu ihrer Arbeit zu erhalten. Gleichzeitig erwarten sie, dass der Vorgesetzte auf ihre individuellen Bedürfnisse und Fähigkeiten eingeht.

Weiterentwicklung in sechs Modulen

Das modular aufgebaute Online-Programm der AOK zeigt dem Teilnehmenden anhand einer Checkliste, wie das eigene Führungsverhalten einzuschätzen ist. In insgesamt sechs Modulen bietet das Programm Anregungen für eine Weiterentwicklung der eigenen Führungskompetenzen. Die zwanzigminütigen Module können problemlos am Arbeitsplatz oder mobil unterwegs durchgeführt werden. www.aok-gesundfuehren.de



Auf Stress am Arbeitsplatz müssen auch Führungskräfte achten. Foto Berg/dpa



Manches lässt sich telefonisch schneller klären als per E-Mail. Foto Vennenbernd/dpa

Studie: Energiewende schafft Arbeitsplätze

Die erneuerbaren Energien treiben nach Ansicht des Bundeswirtschaftsministeriums den Arbeitsmarkt voran. Von 2000 bis 2016 habe sich die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Bereich von 106 700 auf 338 600 Beschäftigte verdreifacht.

Von Wolfgang Heumer

Das geht aus einer „Studie zu den ökonomischen Kennziffern des Energiesystems“ hervor, die das Ministerium jetzt vorgelegt hat. Die Studie berücksichtigt allerdings nicht die Folgen der energiepolitischen Entscheidungen der Bundesregierung. Die Deckelung der Offshore-Windenergie kostete allein in

Hamburg nach Angaben der dortigen Handelskammer in 2017 mehr als 1000 Arbeitsplätze.

Windkraft ist größter Zweig

Die Windkraftbranche ist der Studie zufolge der größte Zweig innerhalb der erneuerbaren Energien. Sie stellt demnach mit 160 200 Beschäftigten fast die Hälfte der Arbeitsplätze. Nach diesen Angaben hat die Onshore-Windenergie mit 133 000 Arbeitsplätzen die größte Bedeutung, während der Offshore-Zweig mit 27 200 Jobs nur etwas mehr Arbeitsplätze stellt als die Nutzung der Geothermie (20 300 Stellen). Die Nutzung von Biomasse sorgt demnach für 105 600 Jobs, mit Solarenergie befassen sich 45 200 Beschäftigte.

Unabhängig von der Frage, ob die Studie die tatsächlichen aktuellen Verhältnisse und Entwicklungen darstellt, wirft sie ein deutliches Licht auf den grundlegenden Wandel im Energiesektor. Im Jahr 2000 waren demnach im deutschen Steinkohlebergbau noch mehr als 100 000 Personen beschäftigt, 16 Jahre später gab es nur noch 10 000 Stellen. Ähnlich rasant ging die Talfahrt in der Photovoltaik. Zur Jahrtausendwende gab es dort noch



Die Deckelung der Offshore Windindustrie, hier der Windpark „Nordsee One“, ließ die Zahl der Beschäftigten spürbar zurückgehen.

Foto Scheer

150 000 Arbeitsplätze, heute existiert davon nur noch ein Drittel.

International Rückenwind

International bekommt die Windkraftbranche zunehmend Rückenwind zu spüren. Nach Schätzungen der Weltenergiebehörde IEA wird sich der Beitrag der Windkraft zum weltweiten Energiemix in

den kommenden 25 Jahren von vier Prozent (2016) auf 17 Prozent mehr als vervierfachen. Die größten Sprünge werden demnach in Asien und Amerika erwartet. Führende Hersteller wie Siemens-Gamesa, Vestas und Nordex, aber auch Senvion richten ihr Augenmerk deshalb verstärkt auf die internationalen Märkte und investieren im Ausland.

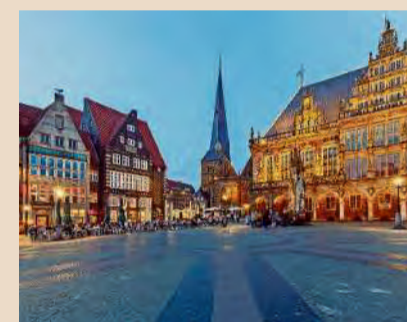


Strommarkt im Wandel: Erneuerbare Energien schaffen Arbeitsplätze. Foto Colourbox

Nationale Akquise

Standort Bremen ist auf kräftigem Wachstumskurs

Die WFB-Wirtschaftsförderung Bremen GmbH hat in 2017 in der Stadt Bremen nach eigenen Angaben mehr als 4600 Arbeitsplätze gesichert und zu mehr als 1400 neuen sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen beigetragen. Außerdem verbuchten die Wirtschaftsförderer in der Stadt Bremen 34 neu angesiedelte Unternehmen aus dem In- und Ausland in ihrer Bilanz. Als „erfreulich“ bezeichnete WFB-Geschäftsführer Andreas Heyer die Vermarktung von 57 Hektar Gewerbeflächen. Allein 15 Hektar gingen an den Daimler-Konzern und seine Zulieferer. Unter den neu angesiedelten Unternehmen waren 13 aus China, fünf aus der Türkei und eine aus den USA. 13 neue Unternehmen konnte die WFB in 2017 über ihre nationale Akquisition gewinnen. Die Firmen kommen aus Hamburg, München, Pfaffenhofen, Neckarsulm und aus dem Bremer Umland. „Hier punktet Bremen im nationalen Standortwettbewerb vor allem mit seiner Branchenkompetenz, einem guten Angebot an qualifizierten Arbeitskräften, der Nähe zu Hochschulen und seiner hohen Lebensqualität“, erläutert Heyer.



Bremen punktet im Wettbewerb um Neuansiedlungen. Foto Colourbox

Digitale Kompetenz vermitteln

Mit einem eigenen Kompetenzzentrum will das Land Bremen den Mittelstand beim Thema Digitalisierung unterstützen. Als eines von 23 bundesweiten „Mittelstand 4.0-Zentren“ bündelt es Angebote insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen.

Ziel ist es nach Angaben des Wirtschaftsressorts, die Digitalisierungskompetenzen insbesondere für Fach- und Führungskräfte in der maritimen Wirtschaft und Logistik, Windenergie, Luft- und Raumfahrt, Automobilwirtschaft sowie Nahrungs- und Genussmittelwirtschaft zu steigern. Das Zentrum ist Teil der Initiative „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“ im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums. In Bremen ist es im Bremer Institut für Produktion und Logistik GmbH (BIBA) angesiedelt.

Transparente Abläufe

Als eines der Best-Practice-Beispiele gilt derzeit die Strategie des Bremerhavener Schiffbauunternehmens German Dry Docks unter der Bezeichnung „GDD 4.0“. Werftchef Guido Försterling will die Prozesse und Abläufe mit digitaler Hilfe so transpa-

rent machen, dass Arbeiten für die Kunden zeitlich und finanziell besser planbar werden. Außerdem sollen neue Serviceangebote die Ausfall- und Werftliegezeiten von Schiffen deutlich verringern.

Neue technische Entwicklungen

Mittelstand 4.0 meint aber nicht nur die Digitalisierung von Abläufen und Prozessen, sondern auch neue technische Entwicklungen und Fertigungsmethoden. Eines der wichtigsten Stichworte ist dabei Bionik. Dabei geht es darum, Vorbilder aus der Natur für Konstruktionen und Materialien zu nutzen. Auch hier gibt es ein Vorbild aus Bremerhaven: Wissenschaftler am Alfred-Wegener-Institut suchen Möglichkeiten, die hochfesten Strukturen von Kieselalgen für Leichtbaustrukturen zu nutzen. Die AWI-Erkenntnisse werden bereits in der Architektur und von der Automobilindustrie angewandt. (heu)

Wachstum dank der Bauindustrie

Das Bruttoinlandsprodukt im Land Bremen ist im vergangenen Jahr deutlich stärker gewachsen als der Bundesdurchschnitt. Während es im Zwei-Städte-Staat um fünf Prozent stieg (preisbereinigt 3,3 Prozent), lag das Plus im Bundesdurchschnitt bei 3,8 Prozent (preisbereinigt 2,2 Prozent).

Treibende Kraft des Wachstums war nach Angaben des Statistischen Landesamtes die Baubranche. Sie legte preisbereinigt um 29,1 Prozent zu. Zum einen beruht dieses Plus darauf, dass es in den vergangenen Jahren eine spürbare Abwärtstendenz im Baubereich in Bremen gab. Ein wichtiger Faktor waren aber auch große Bauprojekte wie derzeit rund um den Neuen Hafen in der Bremerhavener Stadtmitte.

Wachstumsrate im Bundesdurchschnitt

Im verarbeitenden Gewerbe lag der Zuwachs der preisbereinigten Bruttowertschöpfung bei 2,9 Prozent und erreichte damit nahezu die Wachstumsrate

im Bundesdurchschnitt (3,0 Prozent). In den Dienstleistungsbereichen, wie bei den Finanz-, Versicherungs- und Unternehmensdienstleistern sowie im Grundstücks- und Wohnungswesen, war die Dynamik zwar insgesamt aufwärtsgerichtet, das Wachstum blieb aber mit 1,4 Prozent deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts (2,2 Prozent).

Ein Plus von 2,3 Prozent

Im Bereich Handel, Verkehr und Lagerei, Gastgewerbe, Information und Kommunikation kam es zu einem Plus von 2,3 Prozent; im Bundesschnitt von 3,1 Prozent. (heu)

Soviel Garantie, wie Sie wünschen

Die Hyundai H350 EASY-Garantie



Barpreis ab
19.990 EUR¹

Fahrzeugaufbildungen enthalten z. T. aufpreispflichtige Sonderausstattungen.

Mit dem Hyundai H350 entscheiden Sie sich immer für außergewöhnliche Qualität. Serienmäßig profitieren Sie zusätzlich von Werks Garantien, die in diesem Fahrzeugsegment nahezu einzigartig sind. Wählen Sie die Garantie, die am besten zu Ihren Anforderungen passt: 3 Jahre Garantie ohne Kilometerbegrenzung* oder 5 Jahre Garantie bis zu 200.000 km.**

3 Jahre Garantie ohne Kilometerlimit

oder

5 Jahre Garantie bis zu 200.000 Kilometer

* Ohne Aufpreis und ohne Kilometerlimit: die Hyundai Herstellergarantie mit 3 Jahren Fahrzeuggarantie, 3 Jahren Lackgarantie sowie 3 Jahren Mobilitätsgarantie mit kostenlosem Pannendienst und Abschleppdienst (gemäß den jeweiligen Bedingungen im Garantie- und Serviceheft). Für H350 Auf-, Aus- oder Umbauten, die im Lieferumfang enthalten sind, gelten die Garantiefristen und Bedingungen der jeweiligen Lieferanten. Das Garantie- und Serviceheft kann vorsehen, dass die Hyundai 5 Jahre-Garantie für das Fahrzeug nur gilt, wenn dieses ursprünglich von einem autorisierten Hyundai Vertragshändler an einen Endkunden verkauft wurde.

** Ohne Aufpreis: die Hyundai Herstellergarantie mit 5 Jahren Fahrzeuggarantie und 5 Jahren Lackgarantie bis zu 200.000 km, je nach dem was zuerst eintritt, (3 Jahre für Car Audio inkl. Navigation bzw. Multimedia) sowie 5 Jahren Mobilitäts-Garantie mit kostenlosem Pannendienst und Abschleppdienst (gemäß den Bedingungen im Garantie- und Serviceheft). Für H350 Auf-, Aus- oder Umbauten, die im Hyundai Lieferumfang enthalten sind, gelten die Garantiefristen und Bedingungen der jeweiligen Lieferanten. Das Garantie- und Serviceheft kann vorsehen, dass die Hyundai 5 Jahre-Garantie für das Fahrzeug nur gilt, wenn dieses ursprünglich von einem autorisierten Hyundai Vertragshändler an einen Endkunden verkauft wurde.

S & T Autogalerie GmbH
Barkhausenstr 109 27568 Bremerhaven
www.hyundaibremerhaven.de



Kurs auf die Sonne

1978 rief der ehemalige US-Präsident Jimmy Carter einen Ehrentag für die Sonne ins Leben, um die Bevölkerung auf das Potenzial von Solarenergie hinzuweisen. Am 3. Mai, dem Internationalen Tag der Sonne, steht daher die Rolle der Sonne als Energielieferant im Fokus.

Solarenergie gilt weltweit als umweltschonende Technologie der Zukunft – wenn andere Brennstoffe bereits nicht mehr auf der Erde vorhanden sind, wird sie eine der wenigen noch existierenden Energiequellen sein. Und das Potenzial der Solarenergie ist gewaltig: Die jährlich auf die Erde treffende Strahlungsenergie der Sonne beträgt ungefähr das Zehntausendfache des Energiebedarfs der gesamten Erdbevölkerung. In Deutschland tragen netzgekoppelte Photovoltaikanlagen (PV) schon heute maßgeblich zur Stromversorgung bei.

Bremer Entsorgungsunternehmen

Dass Solarenergie vor allem für Unternehmen großes Potenzial bietet, zeigt die Erfahrung des Bremer Entsorgungsunternehmens Nehlsen, das 2013 am Standort in Hemelingen zwei PV-Anlagen in Betrieb nahm. Rund 75 000 Kilowattstunden erzeugen die beiden Anlagen im Durchschnitt pro Jahr, abhängig von der

Sonneneinstrahlung. „Damit könnte man etwa 20 Eigenheime mit jeweils vier Personen mit Strom versorgen“, erläutert Peter Hoffmeyer, Diplom-Ingenieur für Umwelttechnik und seit 2001 Vorstandsvorsitzender der Nehlsen AG.

Als Entsorgungsunternehmen mit 2000 Mitarbeitenden und 50 Standorten in Deutschland und Afrika sieht sich das Bremer Unternehmen in einer besonderen Vorbildfunktion beim Thema Umwelt- und Klimaschutz. Um in allen Unternehmensbereichen eine nachhaltige Schonung von Ressourcen zu erreichen, startete Nehlsen 2009 das Projekt „Nehlsen pro klima“, mit dem sich das Unternehmen dazu verpflichtete, innerhalb von fünf Jahren sein gesamtes unternehmerisches Handeln in den Bereichen Gebäude, Logistik und Transport sowie technische Großanlagen unter ökologischen Aspekten auf den Prüfstand zu stellen. „Wenn man etwas pro Klima machen will, braucht man die gesamtheitli-

che Brille“, ist Hoffmeyer überzeugt. Um selbst Strom zu erzeugen und den eigenen Energieverbrauch nachhaltig zu senken, entschied Nehlsen sich in diesem Zuge auch für die Inbetriebnahme einer Photovoltaikanlage. „Die PV-Anlage war sozusagen das i-Tüpfelchen“, sagt Hoffmeyer. Eine Analyse eines Experten zeigte schnell, dass der Standort am Strotthofkai für die Installation einer solchen Anlage optimale Voraussetzungen bietet, da es hier wenig Bäume und somit kaum Schatten gibt.

Regenerativer Anteil

Und der Standort an der Weser hat noch einen weiteren Vorteil: Durch die Reflexion des Wassers erhöht sich die Ausbeute der PV-Anlage. Insgesamt 381 Solarplatten mit jeweils 0,915 Kilowatt peak Nennleistung wurden auf den beiden Gebäuden in Hemelingen verbaut. Im Jahr 2016 erzeugte Nehlsen über die Nutzung von Solarenergie rund 74 000 Kilowattstunden, 65 000 weitere Kilowattstunden bezog das Unternehmen vom städtischen Stromversorger swb. Der Energiemix habe einen regenerativen Anteil von 78 Prozent, berichtet Stand-



Peter Hoffmeyer (links) und Dr. Hans-Peter Hansen begutachten die Solaranlagen am Nehlsen-Standort in Hemelingen. Foto energiekonsens

ortleiter Dr. Hans-Peter Hansen: „Für einen Industriebetrieb eine stolze Leistung.“ Für Peter Hoffmeyer sind die Themen Energieeffizienz und Klimaschutz eine innere Überzeugung. Der Nehlsen-Vorstandsvorsitzende möchte daher mit gutem Beispiel vorangehen und auch andere Unternehmen von den Vorteilen der Solarenergie überzeugen. „Es gibt viele ungenutzte Flächen, wo man wunderbar Photovoltaik einsetzen kann“, sagt Hoffmeyer. Deshalb engagiert sich der Diplom-Ingenieur mit dem Unternehmen

Nehlsen im Förderverein der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens, die für Unternehmen und Betriebe ohne eigene Solaranlage Unterstützung in Form einer sogenannten energievisite:solar anbietet. Im Rahmen dieser Beratung checken unabhängige Experten, ob Dachflächen für die Erzeugung von Sonnenenergie geeignet sind. Da der Förderverein diese mit 100 Prozent der Kosten fördert, können Bremer und Bremerhavener Unternehmen diese Beratung kostenlos in Anspruch nehmen.

Beratung durch Experten

Kostenlose Solarberatung

Kleine und mittlere Unternehmen aus Bremen und Bremerhaven, die über die solare Nutzung ihrer Firmendächer nachdenken, können auf das kostenlose Beratungsangebot der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens zurückgreifen: „energievisite:solar“. Bei der Beratung durch firmenunabhängige Experten werden vor Ort die Rahmenbedingungen für den Einsatz einer Solaranlage analysiert und anschließend in einem Kurzgutachten zusammengefasst. Hierbei werden folgende Aspekte berücksichtigt: Eignung des Daches, Abschätzung zur Größe der Solaranlage, Ertragsprognose und Eigenverbrauchsanteil mit oder ohne Speicher. Des Weiteren werden die Rentabilität der Investition dargestellt und Fördermöglichkeiten genannt. Um die Beratung kostenfrei nutzen zu können, muss lediglich ein Förderantrag bei der Klimaschutzagentur gestellt werden. Infos telefonisch unter 04 21/37 66 71 75 oder im Internet: www.energiekonsens.de/energievisite-solar

Stromkosten reduzieren, Image erhöhen

Die Solarenergie bringt zahlreiche positive Effekte. Wie Unternehmen diese nutzen können, berichtet Energie-Expertin Anja Ender, Projektingenieurin beim TARA Ingenieurbüro NordWest, im Interview.

» BuP: Warum nutzen Unternehmen Solaranlagen?

Anja Ender: Sonnenenergie ist vielfältig einsetzbar: Über solarthermische Anlagen lässt sie sich zur Wärmeerzeugung für Heizung, Warmwasser und Prozesswärme nutzen oder über Photovoltaikanlagen (PV) zur Stromerzeugung für den Energie-Eigenbedarf. Außerdem verbessern Betriebe mit der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen ihre CO₂-Bilanz und übernehmen Verantwortung, indem sie ihren Beitrag zu dieser gesamtgesell-



schaftlichen Aufgabe leisten. Da immer mehr Konsumenten Wert auf Nachhaltigkeit legen, bringt die Nutzung von Solarenergie neben der Einsparung von Stromkosten auch noch einen Image-Gewinn für das Unternehmen.

» BuP: Reicht die Sonneneinstrahlung in Norddeutschland für den Betrieb von PV-Anlagen aus?

Ja, auch in Norddeutschland kann Sonnenenergie gut genutzt werden. In unserer Region haben wir jährlich eine Sonnenscheindauer von rund 1500 Stunden. Auf einer Fläche von etwa 6 bis 7 Quadratmetern – dies entspricht einer Anlagengröße von einem Kilowatt Nennleistung – können in Bremen jährlich etwa 850 bis 900 Kilowattstunden Strom „geerntet“ werden.

» BuP: Wie wirtschaftlich ist eine Solaranlage?

Die Wirtschaftlichkeit einer PV-Anlage ist abhängig von der Entwicklung des Strompreises. Gehen wir bei einer Anlage von einer Lebensdauer von 20 Jahren aus, liegen die Stromgestehungskosten derzeit bei 5 bis etwa 15 Cent pro Kilowattstunde, je nach Größe der Anlage. Im Gegenzug hierzu liegen – gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen – die Strompreise externer Stromanbieter deutlich höher. Allgemein kann man sagen: Je höher der eigenverbrauchte Anteil des Stromes, desto wirtschaftlicher ist eine Anlage.

» BuP: Was ist, wenn ein Betrieb mehr Strom produziert, als er verbraucht?

Sollte mehr Strom produziert werden als im Unternehmen gerade benötigt wird, geht dieser nicht verloren. Durch den Einsatz von Batteriespeichern kann Energie, die zum Beispiel nach Feierabend oder am Wochenende produziert,

aber nicht genutzt wird, gesammelt und dann bei Bedarf abgerufen werden. Überschüssiger Strom, der nicht im laufenden Betrieb abgenommen werden kann, wird in das öffentliche Stromnetz eingespeist.

» BuP: Welche Förderungen können Unternehmen für die Errichtung von Solarenergieanlagen nutzen?

Für die Finanzierung von PV-Anlagen, auch in Kombination mit Batteriespeichern, können über die KfW Bank zinsgünstige Darlehen genutzt werden. Der Einsatz von Batteriespeichern wird in diesem Jahr von der KfW mit einem Tilgungszuschuss von 10 Prozent gefördert.

» BuP: Was empfehlen Sie Unternehmen?

Ich empfehle jedem Unternehmen, das mit dem Gedanken an die Nutzung von Solarenergie spielt, einen herstellerunabhängigen Experten hinzuzuziehen, der prüft, ob der Einsatz von Photovoltaik zur Stromerzeugung für den eigenen Betrieb Sinn ergibt.

Erst prüfen, dann investieren!

Das Hotel „Im Jaich“ in Bremerhaven will sauberen Strom produzieren, am liebsten mit einer Photovoltaikanlage auf dem eigenen Dach. Dafür nahm das Unternehmen ein neues Angebot der Klimaschutzagentur energiekonsens in Anspruch: die energievisite:solar. Im Rahmen dieser Beratung checken unabhängige Experten kostenfrei, ob vorhandene Dachflächen für die Erzeugung von Sonnenenergie geeignet sind.

Ein hoher Energiebedarf im Sommer, obwohl die Heizung aus ist? Hausmanager Rüdiger Magowsky weiß ganz genau, warum das im Hotel „Im Jaich“ und dem benachbarten Boardinghouse so ist: „Wir haben viele Segler unter unseren Gästen, die bei uns vor der Haustür im Bremerhavener Hafen anlegen und die Sanitäranlagen unserer Häuser nutzen. Das werden wir nicht ändern, wollen aber die vom Betrieb ausgehenden CO₂-Emissionen dennoch senken.“

Wie das gelingen soll, dafür gibt es bereits eine Idee: „Unser Hotel hat ein Flachdach, das die Installation einer Photovoltaikanlage (PV) nahelegt. Doch um beurteilen zu können, ob es sich für

die Erzeugung erneuerbarer Energie eignet, fehlt uns das Know-how“, sagt Rüdiger Magowsky.

Ein neues Angebot der Klimaschutzagentur energiekonsens für Unternehmen kam da gerade recht: die energievisite:solar, die von unabhängigen Energieberatern durchgeführt wird. Eine von ihnen ist Siecke Martin, wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND). Mitte April machte sie eine Dachbegehung im Hotel „Im Jaich“ und sah auf den ersten Blick: Die Statik stellt wahrscheinlich kein Problem dar, doch die für Photovoltaik-Kollektoren nutzbare Fläche ist relativ klein. „Es befinden sich

dort etliche Entlüftungsrohre sowie Blitzschutzleitungen, zu denen ein Abstand von einem halben Meter eingehalten werden muss“, erklärte die Expertin Rüdiger Magowsky. Ihre Messungen mit einem Sonnenbahnindikator ergaben zu-



Loht sich eine Solaranlage auf dem Dach des Hotels „Im Jaich“? Expertin Siecke Martin und Hausmanager Rüdiger Magowsky gehen der Frage nach. Foto energiekonsens

dem, dass die vorhandene Attika – die Aufmauerung als Abschlusswand des Daches – so hoch ist, dass es im Jahresverlauf zu störenden Verschattungen kommt. „Das kann einige Module schwächen und damit den gesamten Ertrag nach unten ziehen“, erläuterte Siecke Martin weiter. Ob sich die Installation einer Photovoltaikanlage trotzdem lohnt, berechnet die Energieberaterin

nun im Anschluss an die Energievisite anhand verschiedener Daten.

Wirtschaftliche Lösung

Dafür benötigt sie von Rüdiger Magowsky nicht nur Informationen über den Einsatz des Blockheizkraftwerks mit Kraft-Wärme-Kopplung im Haus, sondern auch die Energieabrechnung aus dem vergangenen Jahr und den Stromlastgang des Hotels. Aus letzterem gehen der jährliche Eigenverbrauch an Strom sowie die täglichen Bedarfsspitzen hervor. Siecke Martin: „Wenn alle Zahlen ausgewertet sind, lässt sich genau sagen, wie groß die installierbare Modulfläche in Quadratmetern ist, welche Stromerträge in Kilowattstunden im Jahr erreichbar sind und ob diese ausreichen, um für das Unternehmen eine wirtschaftliche Lösung darzustellen.“

Rüdiger Magowsky ist dankbar für diese erste Einschätzung, der eine Empfehlung folgen wird. „Wir wollen uns schließlich sicher sein, dass die Investition sich wirklich lohnt.“ Sollte dem nicht so sein, will er einen Plan B verfolgen: „Dann lassen wir das Dach auf unserem Boardinghouse prüfen.“

Kostenlose Beratung zur Personalanalyse

Kleinen und mittelgroßen Unternehmen bietet der Arbeitgeber-Service der Agenturen für Arbeit eine Beratung zur Personal- und Weiterbildungsanalyse sowie zu maßgeschneiderten Qualifizierungsmodellen für die Belegschaft an. Der Qualifizierungsberater unterstützt als Lotse den Betriebsinhaber dabei, sein Konzept selbst zu entwickeln. Die wichtigsten Beratungsthemen sind die Alterung der Belegschaft und die Fortentwicklung des Unternehmens. Die Qualifizierungsberatung begleitet aber auch Handwerksbetriebe, die sich der Marktentwicklung anpassen oder ihr zuvorkommen wollen.

Hans-Olaf Lehmann, Qualifizierungsberater für Bremerhaven, nennt ein Beispiel aus seiner mehrjährigen Beratungspraxis: „Im Bau- und Metallhandwerk lassen sich viele Betriebe zertifizieren, um ihren Kunden entgegen zu kommen oder gesetzliche Anforderungen zu erfüllen. Daher brauchen ihre Mitarbeiter zusätzliche Qualifikationen. Vielfach haben Beschäftigte bislang unentdecktes Potenzial, das sich die Arbeitgeber zunutze machen können.“ Lehmann stellt immer wieder fest: „In ganz unterschiedlichen Branchen gibt es inzwischen große Fachkräfte-Engpässe. Dort hat sich der Stellenmarkt zum Bewerbermarkt gewandelt.“ Deshalb schlägt die Qualifizierungsberatung innovative Wege ein: Hat ein Betrieb Schwierigkeiten, seine freien Stellen zu besetzen, unterstützt der Berater dabei, die Aufgaben im Betrieb umzuverteilen. Ziel ist es, dass es für das verbleibende Aufgabenbündel passende Bewerber auf dem Arbeitsmarkt gibt.

Interessierte Betriebe erreichen als Spezialisten für Bremerhaven Hans-Olaf Lehmann unter 0471/9449293 (Agentur für Arbeit Bremen-Bremerhaven) und für den Kreis Wesermarsch Matthias Jantos unter 0441/2281180 (Agentur für Arbeit Oldenburg-Wilhelmshaven).

Qualität mit Brief und Siegel

Ein aufwendiges Managementsystem im Handwerk? „Das ist unverzichtbar, wenn man seinen Kunden Qualität garantieren und die Zukunft des Unternehmens sichern will“, sagt Sven Heise. Deshalb hat er seine „Sven Heise Bodenverlegungen GmbH“ als eine der ersten Firmen der Branche nach ISO 9001/2015 zertifizieren lassen.

Von Wolfgang Heumer

Zugegeben, es war ein mühsamer Prozess. Monatelang beschäftigte sich das Team um Sven Heise im Detail mit der Arbeit und den Abläufen in dem Spezialunternehmen für hochwertige Bodenverlegungen. „Man denkt ja immer, dass man in einem Familienunternehmen und aus Erfahrung alles im Blick hat“, schmunzelt Heise, „aber mit 30 Beschäftigten, etlichen Baustellen und einem eigenen Verkaufs- und Beratungsgeschäft kommt doch einiges zusammen.“ Doch mittlerweile hat es der Unternehmer aus Bremerhaven-Wulsdorf schwarz auf weiß, dass er jedes Detail in seiner Firma kennt und auch im Blick behält. Und nicht nur Heise selbst: Mit der Zertifizie-

rung nach dem europäischen Managementsystem ISO 9001/2015 hat Heise Brief und Siegel dafür bekommen, dass alle Mitarbeiter exakt Bescheid wissen, worum es beim Thema Qualität geht. „Außerdem weiß jeder, dass wir mit der aufwendigen Zertifizierung einen wichtigen Beitrag für die Zukunftssicherung des Unternehmens und der Arbeitsplätze geleistet haben“, ist Heise überzeugt.

Managementsysteme nach ISO 9001/2015 gelten immer noch als eine Domäne der Industrie. „Im Handwerk sind die Prozesse aber längst genauso kompliziert“, weiß Heise. Sein Unternehmen betreut nicht nur Privat- und Industriekunden im Großraum Bremerhaven,



Beratung bleibt persönlich: Unternehmer Sven Heise im Kundengespräch.

Fotos Heumer



Management-System im Handwerk: Die Arbeit wird digital geplant.

sondern mit der 2014 eröffneten Filiale in Bremen mittlerweile auch zahlreiche Projekte in der Hansestadt und ihrem Umland. „Jede Baustelle hat andere Anforderungen und andere Rahmenbedingungen, aber überall wollen wir die gleiche hohe Qualität abliefern“, erläutert Heise, „Da muss man schon auf jedes Detail achten.“

Abläufe dokumentieren

Gemeinsam mit den Experten der Dekra Certification GmbH hat Heise deshalb jeden Arbeitsschritt, jeden Handgriff und alle Abläufe im Unternehmen klar definiert, in einem Handbuch dokumentiert und auch die entsprechenden Instrumente eingerichtet. Beispielsweise ist jeder

Handwerker über Smartphone mit der Zentrale verbunden und dokumentiert seine Aufgaben und Arbeitszeiten: „So können wir Abweichungen von den Planungen sofort erkennen und bei entstehenden Problemen schnell eine Lösung entwickeln“, erläutert der Chef. Das gibt nicht nur dem eigenen Unternehmen Sicherheit, sondern zeigt auch dem Kunden jederzeit, dass er auf Qualität und Kostensicherheit vertrauen kann. „Kunden kommen nur wieder, wenn sie von der Qualität unserer Arbeit überzeugt sind“, weiß Heise. Damit das so bleibt, steht der nächste mühsame Prozess bereits fest: Alle drei Jahre wird die Zertifizierung überprüft, damit die Kunden weiter auf die Qualität vertrauen können.

Das Handwerk sucht Nachfolger

Deutschlands wohl vielfältigster Wirtschaftsbereich hat nach wie vor goldenen Boden und bietet viele spannende Perspektiven – auch für Fachkräfte, die ihr eigener Chef werden wollen. Die Suche nach geeigneten Nachfolgern gestaltet sich oft schwierig. Für den Betriebsübergang sollten Unternehmer genügend Zeit einplanen: „Den richtigen Nachfolger zu finden, ist nicht leicht und muss gut vorbereitet werden“, weiß Josef Solscheid.

» Warum gehört die Nachwuchssuche zu den großen Themen in der Handwerkschaft?

Solscheid: Nach der Nachkriegs- und Gründergeneration gehen jetzt nach und nach auch deren Nachfolger in den Ruhestand. Wir haben das Thema Betriebsnachfolger schon vor mehreren Jahren aufgegriffen und zusammen mit der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, der Weser-Elbe Sparkasse und der Volksbank Bremerhaven-Cuxland den Betriebsübernahmetag ins Leben gerufen. Bei den Veranstaltungen können sich Unternehmer, die abgeben möchten, und potenzielle Übernehmer informieren und Kontakt mit den Mitgliedern eines breiten Beratungsnetzwerks knüpfen.

» Was macht es so schwierig?

Vor dem Betriebsübergang müssen viele Fragen geklärt werden. Wie sieht es erbrechtlich aus, wenn es mehrere Kinder gibt? Wie sieht meine eigene Versorgung aus und die meines Ehepartners? Für viele Handwerker ist der eigene Betrieb ein Stück der Altersvorsorge. Was geschieht mit den Kunden und vor allem mit meinen Mitarbeitern? An wen will ich den Betrieb übergeben? Um Antworten zu finden, muss man sich Zeit nehmen. Fünf bis zehn Jahre sind realistisch.

» Gibt es denn genügend Interessenten?

Leider ist das ein Problem. Im Haus des Handwerks bilden wir ja selbst junge Handwerksmeisterinnen und -meister aus. Gespräche haben ge-

zeigt, dass viele zwar den Meistertitel anstreben, aber nicht unbedingt das Ziel der Selbstständigkeit verfolgen. Über die Gründe kann ich nur spekulieren. Vielleicht ist es die Sorge, als Selbstständiger selbst und ständig arbeiten zu müssen. Es gibt aber auch gute Beispiele dafür, wie man

als Selbstständiger seine Arbeit so organisieren kann, dass noch genügend Freizeit übrig bleibt. Wenn man eine Existenzgründung – und das ist eine Übernahme ja letztlich – richtig angeht, spricht vieles dafür. Und die Chancen sind heute so gut wie lange nicht mehr.

» Warum lohnt es, einen eigenen Handwerksbetrieb zu haben?

Großunternehmen unterliegen immer Risiken, die sie zum Teil selbst gar nicht beeinflussen können. Denken Sie nur an die Windkraftindustrie, die aufgrund politischer Entscheidungen Probleme bekommen hat. Einen Bedarf für Handwerker gibt es aber immer, solange Menschen Häuser und Wohnungen brauchen oder Autos fahren. Außerdem hat man nirgendwo sonst einen so direkten Kontakt zu den Kunden, zu den Mitarbeitern und auch zu dem, was man tut.



Josef Solscheid, Geschäftsführer der Kreis-Handwerkschaft Bremerhaven-Wesermünde.



BREMERHAVEN
KURS INNOVATION

Wir machen uns stark

FÜR BREMERHAVENS WIRTSCHAFT!

Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH **bis**



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

Klare Strategie

Die Wartung von Nutzfahrzeugen erfordert erheblich aufwendigere Werkstätten als die Arbeit an Pkw. „Wir betreiben diesen Aufwand ganz bewusst“, betont Günter Reinecke, Geschäftsführer des VW-Hauses Schmidt + Koch in Bremerhaven.

Von Wolfgang Heumer

Der neue VW Crafter ist ein echter Brocken. Bis zu 6,83 Meter lang und schon im leeren Zustand bis zu 2,1 Tonnen schwer. Für Handwerker ist er ideal, um Material zur Baustelle oder fertige Waren zum Kunden zu bringen. Für Autohändler ist das Flaggschiff von VW-Nutzfahrzeuge aber eine Herausforderung: „Den bekommt man nicht in jede Werkstatt“, bringt es Günter Reinecke auf den Punkt. Und nach einer kurzen Pause ergänzt der Chef des VW-Autohauses Schmidt + Koch in Bremerhaven: „Gut, dass wir schon seit Jahren in einen eigenen Servicebereich für Nutzfahrzeuge investiert haben.“

Die Mobilität von Kleinunternehmern, Handwerkern und Gewerbetreibenden ist innerhalb des Autohandels ein sehr spezielles Thema. „Unternehmer sind

nicht nur sehr kostenbewusst, sondern wollen und müssen sich extrem auf ihre Fahrzeuge verlassen können“, weiß Reinecke. Moderne Nutzfahrzeuge bringen per se ein hohes Maß an Zuverlässigkeit mit sich. „Aber wenn dennoch etwas kaputt geht, muss die Reparatur sofort erfolgen und schnell erledigt sein“, bringt Reinecke die Erwartungen seiner Kunden auf den Punkt. Zeit ist eben Geld – und wenn ein Fahrzeug nicht arbeiten kann, aber die Reparaturkosten verursacht, wiegt jeder Cent doppelt schwer. Manches Autohaus macht deswegen einen eleganten Bogen

um das Thema Nutzfahrzeuge. „Der Knackpunkt sind die Anforderungen an den Servicebereich“, erläutert Reinecke, „denn hier sind besondere und nicht gerade geringe Investitionen erforderlich.“ Schmidt + Koch beispielsweise hat über Jahre eine eigene Werkstatt für Nutzfahrzeuge aufgebaut. Die Hallen sind besonders lang und hoch, die Zufahrten sind

„Gut, dass wir schon seit Jahren in einen Servicebereich für Nutzfahrzeuge investiert haben.“

Günter Reinecke, Chef bei Schmidt + Koch.

so dimensioniert, dass auch ein fast sieben Meter langer Lieferwagen ohne kompliziertes Manövrieren hineinfahren kann. „Kostspielig ist die technische Ausrüstung“, betont Reinecke: die Hebebühnen müssen nicht nur größer als im Pkw-Bereich sein, sondern auch besonders kräftig: „Ein Handwerker räumt ja nicht extra sein Fahrzeug aus, nur weil er schnell in die Werkstatt muss“, meint Reinecke. Das zulässige Gesamtgewicht liegt bei 3,5 Tonnen, bei manchen Fahrzeugtypen auch deutlich



Kundenpflege ist ihnen wichtig: Stefan Perl und Alexander Brokop.

Foto Heumer

darüber. Auch der Verkauf oder in den meisten gewerblichen Fällen das Leasing von Nutzfahrzeugen ist deutlich komplizierter als im Pkw-Neugeschäft: „Man muss schon sehr genau wissen, wofür der Kunde das Fahrzeug verwenden will und entsprechend zum Beispiel den Antrieb oder die Bodenfahrfreiheit konfigurieren“, so Reinecke.

Zu den Ausstattungsvarianten des Herstellers kommen dann auch noch unzählige Varianten durch individuelle Aufbauten von markenunabhängigen Karosserieherstellern: „Da ist das Angebot unbegrenzt“, weiß Reinecke.

Um in dieser komplexen Gemengelage dem Kunden kompetent gegenüber zu

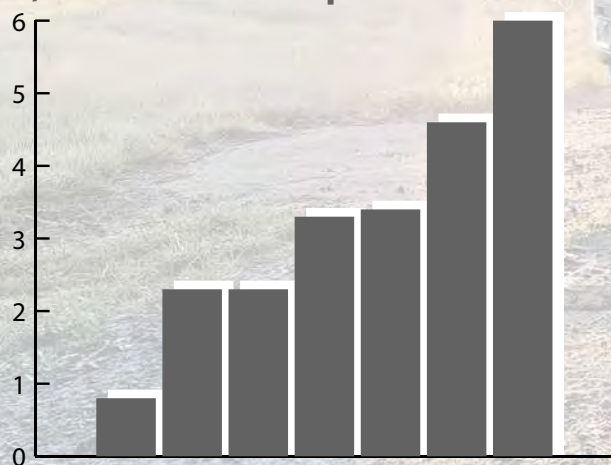
treten, beschäftigt Schmidt + Koch ausgebildete Spezialisten. „Uns ist außerdem ein enger Kundenkontakt wichtig“, berichtet Reinecke.

Die beiden Fachberater Stefan Perl und Alexander Brokop kümmern sich um die Geschäftspartner, wenn die ein neues Fahrzeug benötigen: „Wir schauen auch so immer wieder vorbei und schauen, ob wir etwas tun können.“ Dahinter steckt eine klare Strategie, die nicht nur das Nutzfahrzeug-Geschäft im Auge hat. „Jeder Unternehmer, jeder seiner Mitarbeiter fährt auch als Privatperson ein Auto. Und da ist es schon ein wichtiges Signal, dass man sich auf uns verlassen kann“, betont Reinecke.

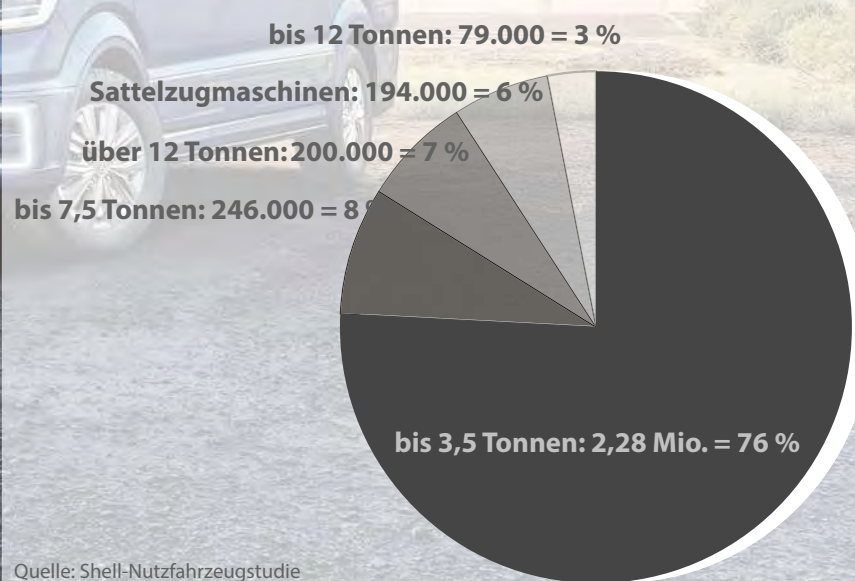
Durchschnittsalter Nutzfahrzeuge

bis 2 Tonnen Nutzlast: 7,6 Jahre
2 bis 4 Tonnen Nutzlast: 11,2 Jahre
4 bis 6 Tonnen Nutzlast: 8,7 Jahre

Größte Flotten Nutzfahrzeuge bis 3,5 Tonnen in Europa



Bestand von Nutzfahrzeugen in Deutschland nach Nutzlast



Diesel bleibt weiter die treibende Kraft

Allen Diskussionen um seine Umweltgefahren zum Trotz wird der Dieselmotor in den kommenden 10 bis 20 Jahren noch der vorherrschende Antrieb bei Nutzfahrzeugen sein. Zu diesem Ergebnis kommt die jüngste Shell-Mobilitätsstudie. Selbst wenn alternative Systeme wie ausgefeiltere Elektromotoren oder Brennstoffzellen in nächster Zeit auf den Markt kommen, bleiben die Selbstzünder mit weitem Abstand die treibende Kraft auf den Straßen. In dem für Handwerker und Gewerbetreibende wichtigen Bereich der Fahrzeuge mit zulässigem Gesamtgewicht von bis zu 3,5 Tonnen werden demnach bis 2040 noch 67 bis 80 Prozent der Wagen von Dieselmotoren bewegt. Im Bereich der Nutzfahrzeuge bis 12 Tonnen Gesamtgewicht werden es der Studie zufolge sogar 88 bis 95 Prozent sein. Die Untersuchung von Shell berücksichtigte allerdings nicht die aktuellen Entscheidungen zu drohenden Fahrverboten in Innenstädten, die insbesondere Handwerker betreffen könnten.

Logistik-Lücke geschlossen

Die Wirtschaft im Elbe-Weser-Dreieck hat endlich eine Logistik-Verbindung in alle Welt. Das Unternehmen Weser Eilboten bringt auch kleine Sendungen im internationalen Netzwerk zu jeder beliebigen Adresse.

Wer als Unternehmer im Nordwesten seinen Kunden irgendwo in Deutschland schnell und vielleicht sogar noch über Nacht etwas schicken wollte, hatte jahrelang ein Problem. Die in Ballungszentren üblichen Kurierdienste gab es im Elbe-Weser-Dreieck nicht. Jetzt ist die Logistik-Lücke endlich geschlossen. „Wir sind in ein weltweites Netzwerk eingebunden und können in kürzester Zeit von Haustür zu Haustür liefern“, verspricht Lars Cordes, Geschäftsleitung der Weser Eilboten in Bremerhaven. Das Unternehmen hat seinen Ursprung im Transport und der Verteilung von Druckerzeugnissen und hat sich in den letzten Jahren zum umfassenden Logistik-Dienstleister für die Wirtschaft in der Region entwickelt.

Der schnelle Transport von Dokumenten, einzelnen Waren oder ganzen Auftragsmengen hat im digitalen Zeitalter rasant an Bedeutung gewonnen. „Das Tempo von E-Mails und Datenlieferungen

bestimmt die Erwartungshaltung der Kunden“, weiß Cordes aus Erfahrung. Die termingerechte und schnelle Lieferung steckt dabei tief in der DNA der Weser Eilboten. Das Unternehmen sorgt seit rund 30 Jahren jede Nacht dafür, dass die druckfrischen Zeitungen vom Druckzentrum Nordsee in Bremerhaven pünktlich zu den Zeitungszustellern kommen. Rund 30 Lieferfahrzeuge unterschiedlicher Größe sind für diese Aufgaben ständig einsatzbereit. „Außerdem verfügen wir über LKW für große Ladungen und Langstrecken-Transporte“, erläutert der Geschäftsleiter.

Kompletter Service

Das Transport-Geschäft ist allerdings nicht die einzige Kernkompetenz der Weser Eilboten, die das Team um Lars Cordes neu aufgestellt hat. „Wir verstehen uns als Dienstleister, der seinen Kunden einen kompletten Service über

alle Stationen der Logistik-Kette bietet“, betont Cordes. Für die Weser-Elbe-Sparkasse beispielsweise übernehmen die Eilboten die komplette Versorgung der Geschäftsstellen in der Stadt und im Landkreis mit Post, Flyern und allem anderen, dass nicht per E-Mail verschickt werden kann. „Wir betreiben sowohl das Warehousing als auch die Postdienste für das Unternehmen“, so Cordes.

Schnelle Auslieferung der Fracht

In der Nordwestregion sind die guten Ortskenntnisse der große Vorteil der Weser Eilboten, den Kurierdienste aus anderen Regionen nie ausgleichen könnten. Dadurch können die Logistiker auch neue Geschäftsideen wie „pielers.de“ wirkungsvoll unterstützen. Das bundesweit einzigartige Start-up bietet einen online-Handel mit Hauslieferung für Lebensmittel, die sonst nur von Hofläden zu beziehen sind; Weser Eilboten übernimmt die Abholung von den Erzeugern, die Kommissionierung für die Endkunden sowie die schnelle Auslieferung der empfindlichen Fracht. Trotz des Schwerpunktes in den regionalen Aktivitäten sind die Weser Eilboten



Von Bremerhaven in die Welt: Die Weser Eilboten sind als regional verankerter Kurierdienst in ein globales Logistiknetz eingebunden.

Foto vk

nahezu grenzenlos unterwegs. Durch die neue Einbindung in internationale Systeme wie das „Kurier Overnight Netz“ haben die Logistiker Anschluss an die gan-

ze Welt: „Auch hier bieten wir jenen individuellen Service, der für uns im regionalen Geschäft selbstverständlich ist“, betont Cordes. (heu)

Sofort startklar

Bremerhavener Autofahrer wollen nicht lange auf ein neues Auto warten. „Gut, dass wir mehr als 200 Fahrzeuge im Bestand haben“, sagt Sven Voege, Fachberater für Nutzfahrzeuge in der S+T Autogalerie.

Von Wolfgang Heumer

Die Urkunde an der Wand ist erkennbar neu; die Erinnerungen an die Verleihung sind noch frisch. Während der Olympischen Winterspiele in Pyeongchang hat Stefan Hansmann in der koreanischen Hauptstadt Seoul die persönlichen Goldmedaillen für sein Team und seinen Geschäftspartner Antonio Morillo abgeholt.

Auf Deutschlands Straßen

Hansmann und Morillo sind die Inhaber der S+T Autogalerie, die der Autokonzern Hyundai jetzt als einen unter den 42 erfolgreichsten Händlern der Welt ausgezeichnet hat. Mehr als 500 Fahrzeuge brachte S+T in 2017 auf die Straße. „Da

mag man kaum sagen, dass wir vor 20 Jahren mit gerade einmal 60 verkauften Autos angefangen haben“, meint Morillo.

Als Hansmann und Morillo 1998 die Autogalerie übernahmen, bei der sie bis dahin angestellt waren, mag mancher heimlich die Stirn gerunzelt haben. Bis dahin waren die Geschäfte dort nicht gut gelaufen, doch die neuen Eigentümer wussten genau, was sie taten: „Kundenzufriedenheit ist das A und O in diesem schwierigen Geschäft“, sagt

Morillo. Dass Hyundai die Bremerhavener auch dafür jetzt in den Kreis der weltbesten Händler aufgenommen hat, spricht für sich. In einem Markt wie Bremerhaven und dem niedersächsischen Umland in eine solche Spitzenposition zu manövrieren, ist keine Selbstverständlichkeit. „Die Kunden kommen mit sehr

„**Kundenzufriedenheit ist das A und O in diesem schwierigen Geschäft.**“

Antonio Morillo, Geschäftspartner.

klaren Vorstellungen zu Preis und Ausstattung zu uns“, weiß Fachberater Voege. Das gewünschte Auto hat in den Köpfen längst Formen angenommen. Ein guter Fachberater weiß schon im Vorhinein, was seine Kunden wünschen: „Deswegen können wir ruhigen Gewissens Autos sozusagen auf Vorrat bestellen, so dass die Kunden ihr Wunschauto ohne lange Wartezeiten



Sven Voege berät in der S+T Autogalerie gewerbliche Kunden. Er kennt die Erwartungen sehr genau. Foto Heumer

bekommen.“ Als Hansmann und Morillo vor 20 Jahren die Hyundai-Vertretung – damals noch an der Stresemannstraße ansässig – übernahmen, war der koreanische Autokonzern in Deutschland weitgehend unbekannt: „Die Marke ist hierzulande erst 1993 in den Markt eingestiegen“, weiß Morillo.

Auf dem Sektor Nutzfahrzeuge

Mittlerweile haben die Koreaner eine Spitzenposition auf Deutschlands Straßen erobert. In den Zulassungsstatistiken

liegen sie in Bremerhaven vor Marken wie BMW und Mercedes. Auch auf dem Sektor Nutzfahrzeuge bewegt sich Hyundai in eine ähnlich gute Richtung. Mit dem H350 hat Hyundai einen variantenreichen Transporter im Programm, der bis zu 1,4 Tonnen Nutzlast bewegen kann. Das beste Verkaufsargument ist aber nicht nur die Kraft des Multitalents: „Guter Service und eine gute Verbindung zum Kunden sind immer noch der beste Weg, erfolgreich Autos zu verkaufen“, ist Fachberater Voege überzeugt.



Ende der Papierberge: Für öffentliche Aufträge müssen Unternehmen künftig elektronische Rechnungen einreichen. Foto: Spata/dpa

Digitale Vorreiterrolle

Für öffentliche Aufträge können Handwerker künftig ihre Kosten elektronisch abrechnen. Das Land Bremen nimmt eine Vorreiterrolle bei der E-Rechnung ein.

Wenn es ums Geld geht, ist für Handwerker der Papierkrieg mit der öffentlichen Verwaltung bald vorbei. Als erstes Bundesland führt Bremen ab November die E-Rechnung als neues Verfahren für die Abrechnung von Leistungen gegenüber der öffentlichen Verwaltung ein. Die Vorreiterrolle des Senats hat insbesondere in Handwerksbetrieben jedoch für Verunsicherung gesorgt. Handwerkskammer-Präsident Jan-Gerd Kröger und Finanzsenatorin Karoline Linnert haben deswegen ein Informations- und Fortbildungsprogramm für Handwerksbetriebe vereinbart.

Rund 300 000 Rechnungen gehen nach Angaben des Senats jährlich allein bei der Landesverwaltung sowie der Verwaltung der Stadtgemeinde Bremen ein. Die senatorischen Dienststellen möchten den Aufwand reduzieren, den sie mit dieser Papierwelle haben – die Einführung der E-Rechnung steht deswegen in der Digitalisierungsstrategie des Landes ganz oben. „Gerade für kleinere Betriebe kann die

Einführung eines neuen E-Standards zur Herausforderung werden“, warnt jedoch Kröger, „Vorbehalte sind verständlich, nicht jeder Handwerker ist versiert in Computerfragen“. An der Anwendung der neuen Standards kommt aber kein Unternehmen vorbei – die E-Rechnung soll in wenigen Jahren in ganz Europa vorgeschrieben sein.

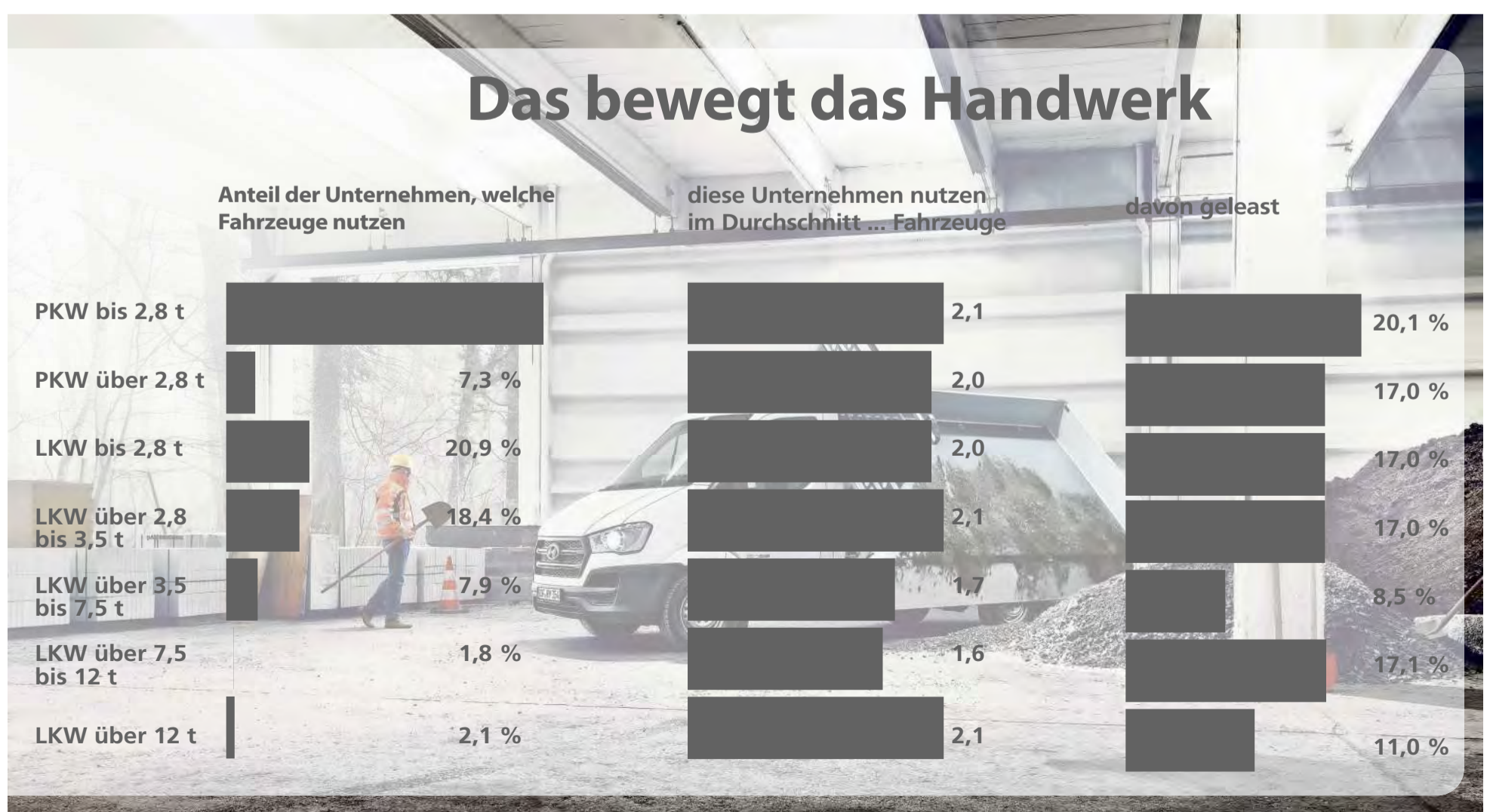
Abläufe im Zahlungsverkehr

Das Problem: Die Vielfalt der eingesetzten Software-Lösungen, die möglichen Übertragungswege und die neuen innerbetrieblichen Abläufe im Zahlungsverkehr erscheinen vielen Handwerkern undurchsichtig und sind zudem teilweise nur schwer verständlich. Die Vereinbarung zwischen Senat und Handwerkskammer sieht deswegen sowohl Informationsveranstaltungen als auch konkrete Beratungen im einzelnen Betrieb vor. Darin sollen neben Grundlageninformationen auch praxisnahe Handlungshilfen vermittelt werden. Die Vereinbarung gilt zunächst

bis 2019, soll aber darüber hinaus verlängert werden. Die Kooperation und der damit verbundene intensive Austausch zwischen Auftraggebern und -nehmern ist für Finanzsenatorin Karoline Linnert ein wichtiger Baustein zur erfolgreichen Umsetzung des zentralen Digitalisierungsprojekts der bremischen Verwaltung. „Das neue digitale Verfahren wird zunehmend das bestehende antiquierte Verfahren der Papierrechnung ablösen. Die Firmen können Porto und Papier sparen und mit einer schnelleren Bearbeitung rechnen“, macht die Senatorin den Unternehmen das Vorhaben schmackhaft. Auch die Verwaltung spare Zeit und Geld. Ab 2020 sind alle Lieferanten der Verwaltung im Land Bremen zur Ausstellung elektronischer Rechnungen verpflichtet. Papierrechnungen werden dann nicht mehr akzeptiert. Bremen gilt bundesweit als Vorreiter in der Digitalisierung: Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz haben nach Angaben des Senats bereits beschlossen, die in Bremen entwickelte Abrechnungssoftware ebenfalls anzuwenden. In Bremen ist die Koordinierungsstelle für alle IT-Standards in den Verwaltungen von Bund, Ländern und Kommunen angesiedelt. (heu)

Mobilität für das Handwerk wichtig

Das Auto ist für das Handwerk mehr als ein reines Transportmittel. Mehr als 80 Prozent der Handwerksbetriebe nutzen ihre Fahrzeuge für Fahrten zum Kunden oder zu Baustellen und anderen Einsatzorten. Das hat eine Studie des Zentralverbandes des deutschen Handwerks (ZdH) ergeben. Ein Viertel der Handwerker setzt Lieferwagen oder Kleinlaster zudem dazu ein, die selbst hergestellten Produkte zum Kunden zu bringen. Der reine Transport von Material ist der Studie zufolge dagegen mit einem Anteil von 14,4 Prozent eher der Ausnahmefall. Am häufigsten werden Fahrzeuge im Baubereich verwendet: Mehr als 90 Prozent der Betriebe sind auf den eigenen Fuhrpark angewiesen. Insbesondere service-orientierte Branchen klagen über eine zunehmende Zahl von Staus und Verkehrsstörungen – die Ausfallzeiten sind in manchen Bereichen mittlerweile länger als die reinen Arbeitszeiten beim Kunden. In den meisten Fällen sitzen dabei die Handwerker selbst am Steuer – der ZdH kristallisiert deswegen, dass Regelungen für Berufskraftfahrer wie die Ruhezeitenregelung und die Tachographen-Pflicht auch auf Handwerksbetriebe angewendet werden sollen.



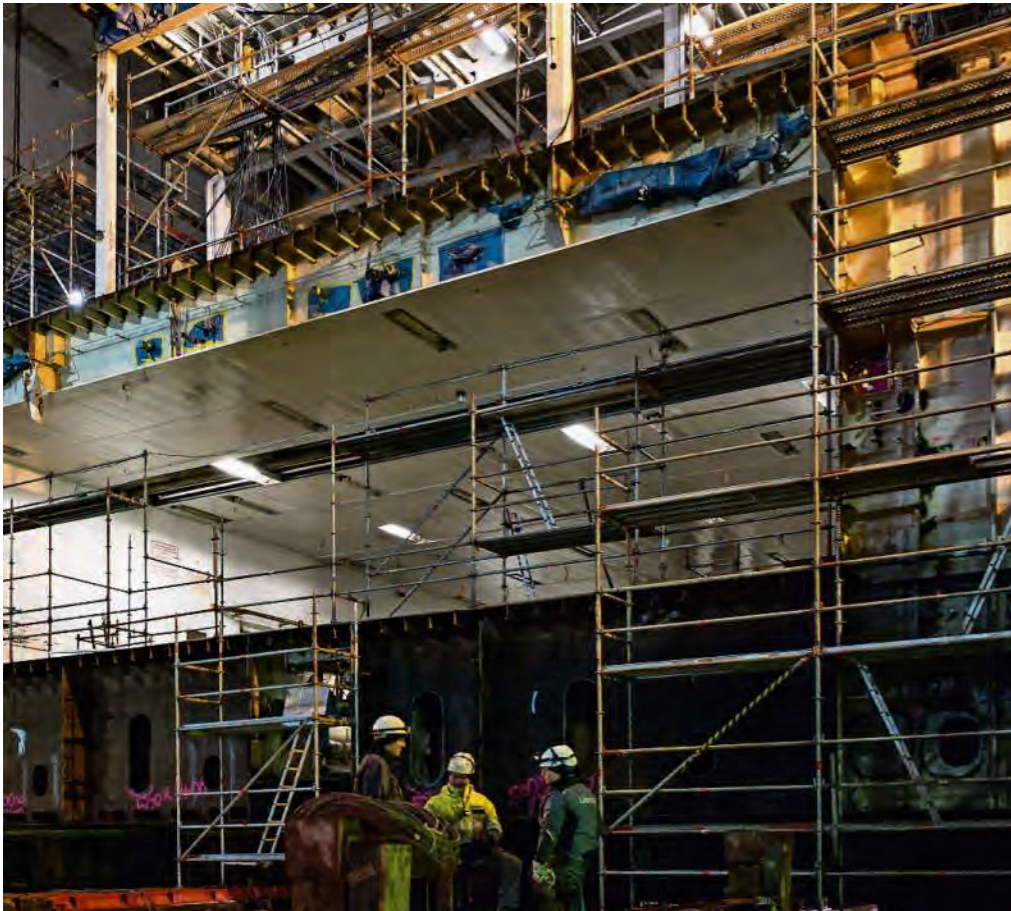


Faszinierender Moment: Zwischen den Sektoren

Mit dem Groß

Von Wolfgang Heumer

Der Nordwestwind fegt eisig über das Dock V im Bremerhavener Kaiserhafen. Die Männer auf der Ostseefähre „Peter Pan“ sind dick vermummt und tragen unter dem Helm wärmende Mützen.



en der „Peter Pan“ entsteht die „Kathedrale“.



Kraftakt mit Feingefühl: Mit Hilfe eines Schwimmkrans werden die Auftriebskörper am Heck demontiert.

Aus drei mach eins

Umbau der Ostseefähre „Peter Pan“ beweisen Bremerhavener Schiffbauer erneut ihr Können

Immer wieder behindern Regenschauer die Sicht auf dem mit Gerüsten, Stahlbauteilen und Maschinen vollgestellten Oberdeck. Obwohl Scheinwerfer die Szenerie in orangefarbenes Licht tauchen, heißt es für die Werftarbeiter von „German Dry Docks“ (GDD), doppelt genau aufzupassen. Quer durch das bislang

190 Meter lange Schiff ziehen sich zwei tiefe Schnitte – dazwischen hat die Werft vor wenigen Tagen ein 30 Meter langes Mittelstück gesetzt, das die Fähre auf 220 Meter verlängern und die Kapazität um 25 Prozent erhöhen wird. „Das ist wohl eines der kompliziertesten Vorhaben, das bei GDD jemals realisiert wurde“, ist David Porath überzeugt, der das Projekt mit seinen Kollegen Jascha Ewert und Conrad Schmidt leitet.

Um eine Mittelsektion ergänzt

Schiffsverlängerungen haben in Bremerhaven Tradition. Dennoch zieht der Umbau der „Peter Pan“ Schaulustige an. Die „Peter Pan“ und ihr Schwesterschiff „Nils Holgersson“ sind die letzten Großfähren, die hier gefertigt wurden – „da werden sicherlich bei vielen Bremerhavenern Erinnerungen wach“, meint Porath. Zudem hat sich German Dry Docks mit dem Umbau einer Herausforderung gestellt, bei der zumindest auf den ersten Blick das Gesetz der Schwerkraft ausgehebelt werden muss. „Bei der Verlängerung bleibt der Passagierbereich der vorderen Schiffshälfte unangetastet“, erläutert Porath. Der zirka 30 Meter lange, 30 Meter breite und vier Decks hohe Bereich befindet sich oberhalb jener Stelle, in die die Mittelsektion eingefügt werden soll. Deshalb verläuft der Schnitt durch die „Peter Pan“ vertikal z-förmig und horizontal ebenfalls nach einem komplizierten „Schnittmuster“. Wie ein Balkon „schwebt“ der immerhin 850 Tonnen schwere Passagierbereich nach dem Auseinanderziehen der Schiffshälften in der Luft – gehalten durch sechs Stützen, die die Schiffbauer sukzessive beim Herausziehen der hinteren Sektion aufstellen ließen. „Wir haben ein System aus hydraulischen Stempeln und Verschiebungen eingesetzt, um die Stützen nach und nach zu installieren und später beim Einschieben der Mittelsektion wieder Schritt für Schritt entfernen zu können“, so der Projektleiter. Sieben Tage dauerte es, bis die Hilfskonstruktion fertig war. Dass die Werftarbeiter „nur“ fünf Tage für den Schnitt benötigten, erscheint dagegen relativ kurz. Schließlich musste auch der Einbau eines zusätzlichen Fahrzeugdecks und einer neuen Auffahrtrampe vorbereitet sowie eine weitere Rampe getrennt und versetzt werden. Hochfeste, 20 Millimeter

starke Stahlbleche sauber auseinanderzutrennen, ist schon unter den „komfortablen“ Verhältnissen einer Werkstattthalle eine handwerkliche Herausforderung. Aber in einem Dock in dicker wärmender Kleidung und mit der schweren persönlichen Schutzausrüstung ist es eine Kunst. „Vor den Kollegen kann man

den Hut ziehen“, bestätigt Porath. Bevor der 36-Jährige Schiffbau studierte, absolvierte er eine Lehre als Schiffbauer und arbeitete selbst auf einer Werft. Bei allen Widrigkeiten der Arbeit im Dock oder auf den Helgen möchte Porath diese Zeit nicht missen, im Gegenteil – sie hat erst recht dazu beigetragen, dass er Schiffbauingenieur wurde. „Wer einmal im Dock gestanden hat, spürt die Faszination des Schiffbaus“, bestätigt GDD-Geschäftsführer Guido Försterling. Nicht zuletzt das Können seiner Mannschaft hat GDD zu einem führenden Standort für Umbauten, Wartung, Reparatur und Instandsetzung

von Schiffen in Nord- und Mitteleuropa gemacht.

Ein gutes Jahr lang haben neun Projektgenieure der Werft den Umbau der „Peter Pan“ vorbereitet. Neben dem Schiffbau ist das Vorhaben auch logistisch eine Herausforderung. Jedes Bauteil wird zu einem exakten Zeitpunkt benötigt; für große Objekte wie beispielsweise die neue Auffahrtrampe gibt es nur kleine Zeitfenster, sie an Bord zu bringen. Auf der Baustelle ist der Platz naturgemäß ohnehin begrenzt; Lagerflächen sind notwendig, dürfen zugleich aber nicht die Arbeiten behindern. „Wir haben einen eng getakteten Zeitplan, denn das Schiff soll ja termingerecht wieder in Fahrt gehen“, erklärt Porath den Zeitdruck. An dem Vorhaben sind zudem zahlreiche Subunternehmen beteiligt – bis zu 600 Arbeiter und Ingenieure müssen so gesteuert werden, damit effizient gearbeitet werden kann. Und: „Am Ende wird kein Passagier erkennen, dass dieses Schiff umgebaut worden ist“, bringt Porath die vom Reeder geforderte Qualität auf den Punkt.

Vier Meter lange Luftsäcke

Welchen Kraftakt das GDD-Team vollbringt, ist für den Laien kaum vorstellbar. Das Vorschiff, das nach dem Schnitt im Dock stehen blieb, wiegt 8500 Tonnen.

Die neue Mittelsektion, die auf der Werft Pella Sietas in Hamburg entstand, bringt es auf eine Masse von 1500 Tonnen, das Achterschiff, das aus dem Dock gezogen

und wieder hineingeschleppt wurde, schlägt mit 6500 Tonnen zu Buche. Um diese Sektion für das Aus- und Einschwimmen ins Dock sowie für die Liegezeit an der

Werftkaje stabil zu halten, mussten eigens ein Ponton sowie eine Konstruktion am Heck montiert werden. In einer Art Stahlkäfig wurden unter dem Rumpfteil acht 32 Meter lange sowie sieben jeweils vier Meter lange Luftsäcke installiert. Trotz der Gewichte und der Größen der Bauteile ist die Verlängerung der „Peter Pan“ Millimeterarbeit: „Für den Zusammenbau müssen wir die beiden alten Sektionen und das neue Mittelstück auf fünf Millimeter genau zusammenfügen“, erläutert der Projektleiter. Um das Ergebnis vorwegzunehmen: Mit Ziehen, Zerren, Drücken und Schieben hat es geklappt. Sowohl die neue Mittelsektion als auch das Achterschiff wurden von Schleppern zum Zusammenbau in das geflutete Dock manövriert und exakt auf hydraulische Verschiebeschlitten gestellt, mit deren Hilfe die Großbauteile schließlich in die endgültige Position gebracht werden konnten. So hart Werftarbeiter auch angesichts der Schwere ihrer Arbeit sind, so empfänglich sind sie auch für bewegende Momente: „Das ist unsere Kathedrale“, lautet das geflügelte Wort auf der Werft, als das neue Mittelschiff langsam unter den „Balkon“ geschoben wurde und für einige Tage ein kirchengroßer überdachter Raum entstand.

Die „Kathedrale“ verschwand zwar im Laufe des Zusammenrückens der Sektionen, doch dafür wurde das Ziel des Kraftaktes immer deutlicher: Mit der Verlängerung der „Peter Pan“ will die TT-Line nicht nur dem stetig wachsenden Verkehrsaufkommen auf der Strecke Travemünde-Trelleborg, sondern auch dem Umweltschutz Rechnung tragen: „Das Unternehmen, das großen Wert auf einen umweltfreundlichen Schiffsbetrieb legt, wird die Emissionsbilanz seiner ohnehin umweltfreundlichen Flotte durch die Verlängerung nochmals verbessern“, erklärt der Geschäftsführer der Reederei, Hanns Heinrich Conzen. Die „Peter Pan“ galt schon vor dem Umbau als umweltfreundliches Schiff – sie ist mit einem besonders effizienten diesel-elektrischen Antrieb ausgestattet; beim Umbau bekommt sie nun auch einen neuen Wulstbug, der den Strömungswiderstand und damit den Treibstoffverbrauch weiter senkt: „Insgesamt werden sich die Emissionen pro transportierter Frachteinheit um 25 Prozent verringern“, betont Conzen.

Wer einmal im Dock gestanden hat, spürt die Faszination des Schiffbaus.

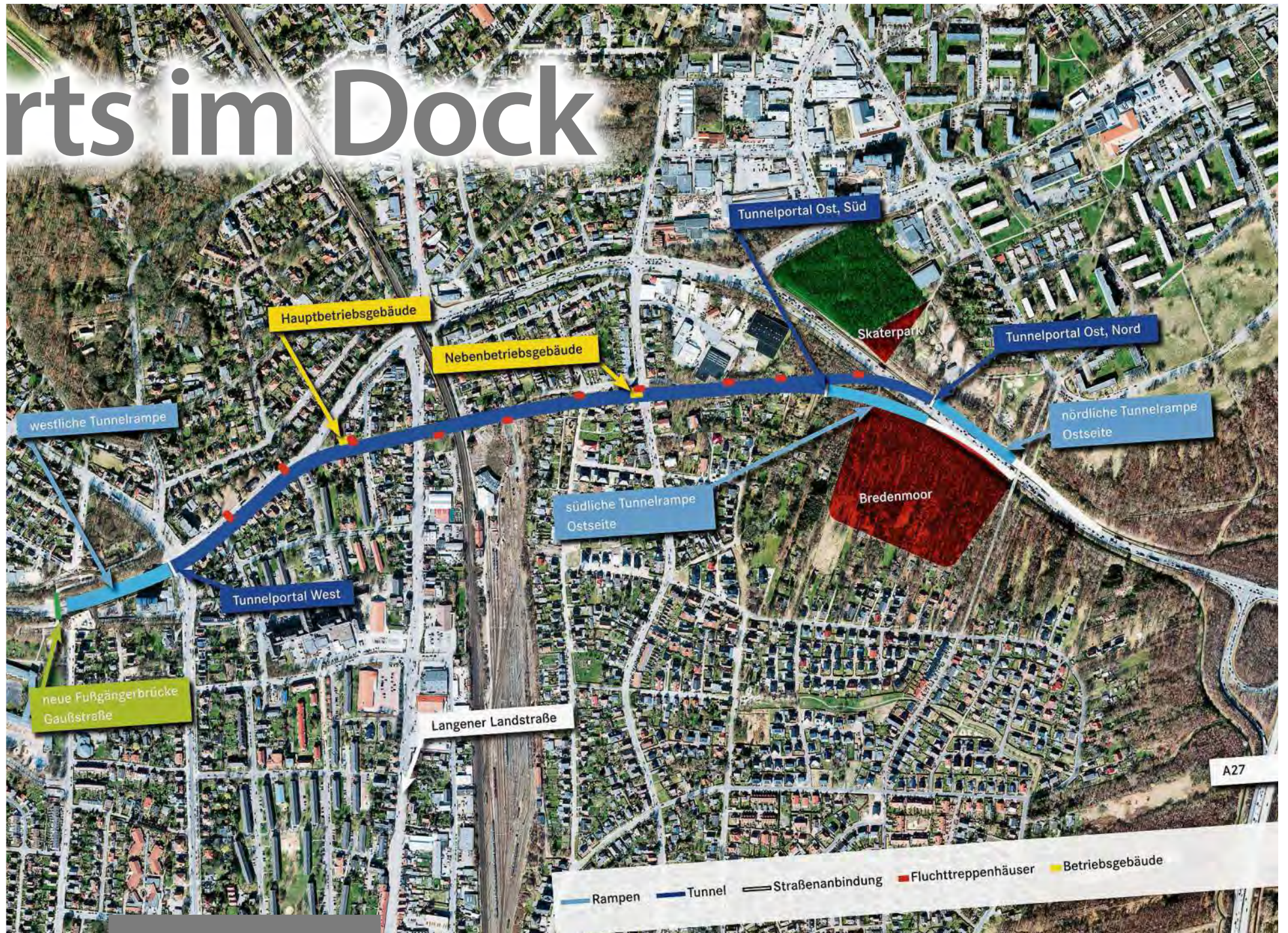
Guido Försterling, GDD-Geschäftsführer.



Projektleiter David Porath.

Fotos Heumer

Abwärts im Dock



Für den Hafentunnel sprechen:

- Das Wohnen und Leben entlang der Cherbourger Straße wird entscheidend aufgewertet
- Senkung der Lärm- und Abgasmissionen
- Durch den Bau des Hafentunnels werden große Flächen um nahezu die Hälfte (>6 dB (A)) von Lärm entlastet
- Es müssen keine neuen Straßen zur Verkehrsentslastung gebaut werden
- Entscheidende Verbesserung der Luftqualität
- Senkung der Unfallgefahr auf der Cherbourger Straße

Der Hafentunnel besteht aus 23 Abschnitten, die in so genannten Baudocks errichtet wurden. Die Fotoserie zeigt Baudock 11.

September 2015:

Baudock 11 wird eingerichtet.



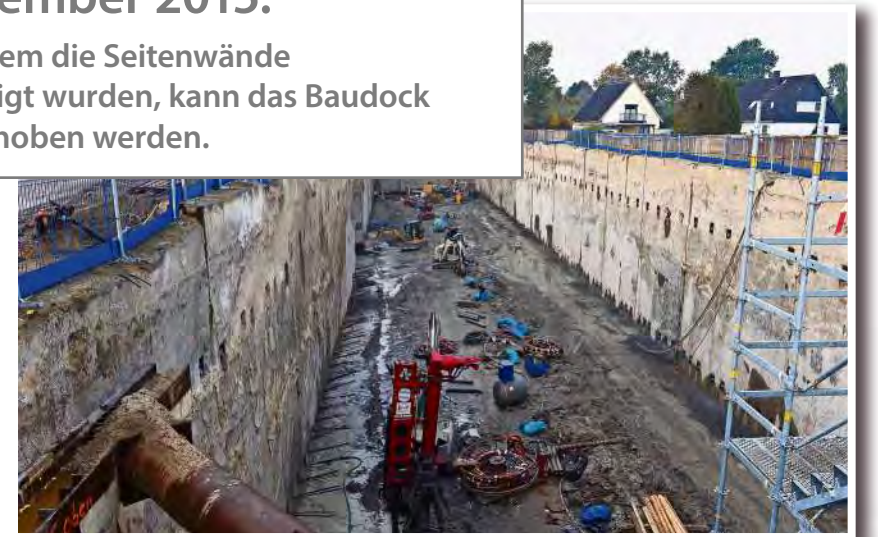
Februar 2017:

Baudock 11 ist im Rohbau fertig, Straßenbelag und Installationen folgen nach Fertigstellung des gesamten Rohbaus.



November 2015:

Nachdem die Seitenwände befestigt wurden, kann das Baudock ausgehoben werden.



August 2016:

Der Tunnelabschnitt 11 wird mit der Decke geschlossen.



Februar 2016:

Seitenwände und Boden des Tunnelabschnitts 11 werden betoniert.



„Lass deinen Gedanken freien Lauf“

Die Zukunft hat längst begonnen. Die ersten Ideen, die das Innovationsteam im DigiLab der BLG Logistics Group entwickelt hat, werden in der Praxis bereits angewendet.

Von Wolfgang Heumer

Wenn die Beschäftigten der Logistikzentrum Emmerich der BLG Logistics Group ein leises Surren in der großen Lagerhalle hören, schauen sie zumeist nicht einmal mehr auf. Längst haben sie sich daran gewöhnt, dass ihre Kollegen wieder einmal eine Regalkontrolle im Blocklager vornehmen – mit Hilfe einer Drohne. „Früher mussten sie aufwendig mit Hilfe eines Steigers jeden Palettenstellplatz von oben ansehen und die Kartons zählen“, erläutert Jakub Piotrowski, „heute lassen sie die Drohne fliegen und ermitteln den Warenbestand an Hand der gelieferten Bilder.“ Die Idee

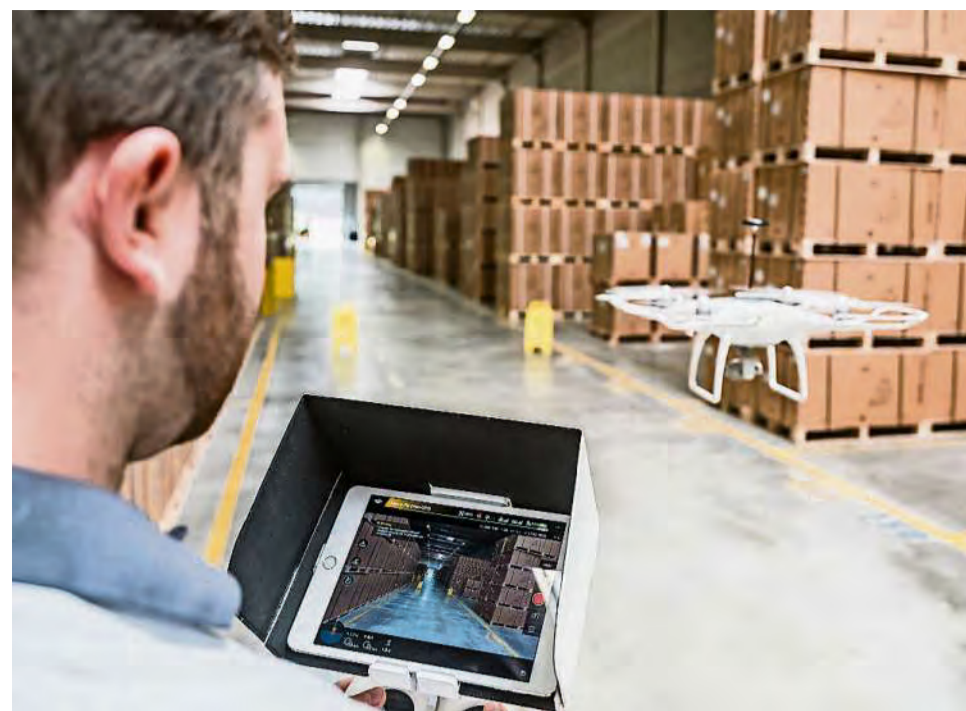
stammt aus dem DigiLab in der Bremer Zentrale der BLG Logistics Group. Dort arbeitet das „Innovationsteam“, das Piotrowski als „Director Business“ des Logistikriesen leitet. Der Drohnen-Einsatz in der rheinischen BLG-Niederlassung ist eines der ersten Projekte des noch jungen Teams, das in die Praxis umgesetzt wurde.

„Innovation“ ist derzeit eines der am meisten gebrauchten Schlagwörter in der Wirtschaft. Doch selten wird so konsequent daran gearbeitet, wie seit 20 Monaten im Innovationsteam. Dessen fünf ständige Mitarbeiter sind keineswegs die

superkreativen Köpfe, die die übrigen Abteilungen mit ständig neuen Ideen begeistern. „Wir verstehen uns als Koordinatoren der Innovation, die Ideen sammeln, prüfen, Anregungen geben und den Innovationsprozess kanalisieren“, betont Piotrowski. Gute Ideen hat es bei der BLG wie in vielen anderen Unternehmen auch früher schon gegeben, aber: „Innovation fand bisher weitgehend dezentral statt“, weiß Piotrowski. „In einem so großen Unternehmen mit vielen Geschäftszweigen und Standorten wie der BLG sollten gute Ideen allen zugute kommen.“

Die Suche nach neuen Ideen ist allerdings nicht Selbstzweck in der BLG Logistics Group. Im Zeitalter der Industrie 4.0 stellen viele Firmen ihre Prozesse um; Warenströme verändern sich genauso wie Fertigungsmethoden; die Digitalisierung geht mit einem immer schnelleren Wandel einher. Logistikdienstleister kommen nicht umhin, mit dieser Entwicklung Schritt zu halten oder – noch besser – ihr einen Schritt voraus zu sein. Das DigiLab im fünften Stock des Hafenhochhauses am Neustädter Hafen in Bremen wirkt trotz des engen Bezuges zur Digitalisierung erfrischend analog. Im großen Besprechungsraum gibt es keine fest gefügte Sitzordnung, nicht einmal schwere Konferenzmöbel, sondern stattdessen bunte Hocker. Die Wände sind als farbige Moodboards gestaltet. Irgendjemand hat mit Wachsstift an das Fenster geschrieben: „Lass deinen Gedanken freien Lauf.“ Ein wichtiges Motto für die Teilnehmer und auch das Unternehmen – Ideen sollen wachsen und gedeihen können. „Wir beobachten Entwicklungen, Technologien und Beispiele aus anderen Unternehmen“, berichtet Piotrowski. Manches kann schnell verworfen werden, anderes wird erst einmal zur Seite gelegt, um zu reifen, es gibt auch Themen, die zu regelrechten Forschungsvorhaben werden – „und bei manchen Ideen weiß man sofort, dass sie sich schnell umsetzen lassen“.

Allerdings: der freie Lauf der Gedanken hat häufig eine zeitliche Grenze. „Es gibt eine Vielzahl von Ideen, die möchte man möglichst schnell ausprobieren oder von ihnen zumindest wissen, ob sie Aussicht auf Realisierung haben“, sagt Christoph



Drohneinsatz bei der Bestandsprüfung: Die Idee stammt aus dem DigiLab der BLG.

Foto BLG

Homeier, der im Innovationsteam diese so genannten 100-Tage-Projekte koordiniert. Innerhalb dieses Zeitraumes müssen die Vorhaben skizziert, geprüft – nach Möglichkeit in der Praxis geprüft – und schließlich entschieden werden: Werden sie weiter verfolgt oder fallengelassen. „Wir sind da sehr strikt, 100 Tage und keinen Tag mehr“, versichert Homeier. Der Grund ist einleuchtend: „Bei digitalen Themen spielt die Geschwindigkeit der Umsetzung eine wichtige Rolle“, betont Homeier – was nützt die beste Idee, wenn sie veraltet ist.

Kompetenzen fördern

Der Innovationsprozess schließt in der BLG Logistics Group die Beschäftigten mit ein. In einem Arbeitsumfeld, das sich immer schneller verändert, „ist es immer wichtiger, den Menschen einzubeziehen und seine Kompetenzen zu fördern“, betonen Piotrowski und Homeier. Wo immer neue Technologien in den Alltag einziehen, werden die Beschäftigten geschult – neben dem Lernen auf Online-

Plattformen gehört auch die Ausbildung im praktischen Umgang mit technischem Gerät dazu. So lernen die angehenden Mechatroniker des Unternehmens seit kurzem auch den Umgang mit 3-D-Druckern, aus denen künftig vielleicht die Ersatzteile für die Maschinen kommen, die sie künftig warten werden.

Die im DigiLab entwickelten Technologien kommen nicht nur indirekt, sondern teilweise auch sehr direkt den Kunden zugute. Derzeit erprobt die BLG eine mobile Sensorlösung, mit der während des Transportes von Waren deren Zustand kontrolliert werden kann. Lange bevor die Ware – zum Beispiel Elektronikbauteile – beim Empfänger eintrifft, weiß der schon, ob sie beschädigt ist. Im Fokus stehen aber Anwendungen, die die Leistungen der BLG für den Kunden verbessern. Einige Mitarbeiter in den Logistikzentren haben dafür schon regelrecht neue Perspektiven bekommen: Sie haben die Informationen über ihre Arbeitsaufträge mit Hilfe von Datenbrillen direkt vor Augen.



Neue Perspektiven: Datenbrillen unterstützen die Arbeit der Logistiker.

Foto BLG



Ideenschmiede: Jakub Piotrowski (links) und Christoph Homeier koordinieren das Innovationsteam der BLG.

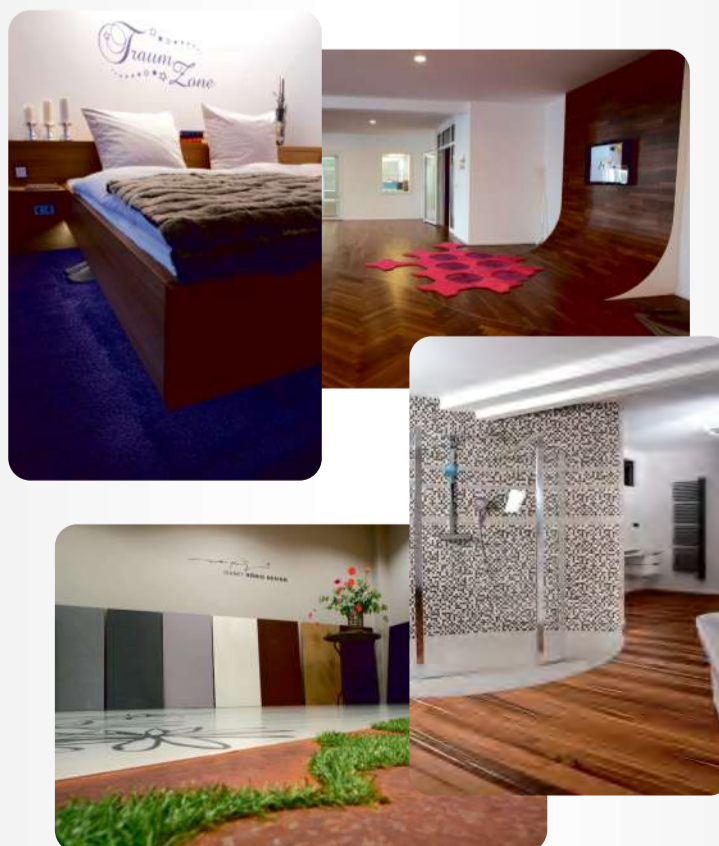
Foto Heumer

SvenHeise

Bodenverlegungen

GmbH

Unsere Ideen für Ihre Wünsche



600 m² Ausstellungsfläche

Kommen Sie doch einfach mal vorbei.
Wir sind gerne für Sie da!

Mo-Fr 08:00-18:00 Uhr
Sa 10:00-14:00 Uhr
oder nach Vereinbarung

Kreuzackerstraße 15
27572 Bremerhaven
Fon: (0471) 7 77 87

Oder informieren Sie sich vorab über
die Vielfalt der Bodenbeläge auf

www.heise-bodenverlegungen.de

Konkurrenz von nebenan

Das Schaufenster Fischereihafen soll attraktiver werden – auch um sich gegen die kommende Konkurrenz im alten Fischereihafen in Cuxhaven zu wappnen.

Eigentlich war es vor gut 25 Jahren die erste „Touristenmeile“ Bremerhavens. Doch so richtig ist das Schaufenster Fischereihafen nie über den Charakter hinausgekommen, ein Geheimtipp für Besucher Bremerhavens zu sein. Nachdem das Areal rund um die ehemalige Packhalle IV und die umgesetzten Fischbahn seit Jahren ein wenig im Schatten der „Havenwelten“ und der dortigen Attraktionen stand, soll das Gebiet über das Schaufenster hinaus für Touristen interessanter werden. „Der Fischereihafen wird sich zur City öffnen“, verspricht Sebastian Gregorius, Marketingchef der Fischereihafen-Betriebsgesellschaft (FBG). „Wir werden uns nicht mehr nur allein auf die Gewerbeflächen konzentrieren.“

Das neu errichtete Seefischkochstudio, das Forum Fischbahnhof mit dem Theater im Fischereihafen und der große Veranstaltungsplatz in der Mitte sind bereits in den vergangenen Jahren mit erheblichen Mitteln aus europäischen Förderprogrammen aufgewertet worden. Mittlerweile weiten sich das für Bremerhaven-Besucher interessante Gebiet und die neuen Nutzungen immer weiter Richtung Norden aus. Nach den Hotels auf beiden Seiten des Hafens hat sich dort die Restaurantkette „Nordsee“ mit ihrer neuen Verwaltungszentrale niedergelassen, noch ein Stück weiter nördlich ist gerade das Hauptgebäude für das bundeseigene Thünen-Institut fertiggestellt worden, dessen Fischereiwissenschaftler aus Hamburg nach Bremerhaven umgezogen sind.

Allerdings habe nicht alles geklappt, was man sich als neue Attraktion vorgestellt hat, räumt Gregorius freimütig ein. Die Erlebnisausstellung „Expedition Nordmeere“ erwies sich als Flop und hat nur einen Bruchteil der Besucher angelockt,

die früher regelmäßig ins Großaquarium Atlanticum kamen. „Wir sind mit der Umsetzung nicht zufrieden“, stellt Gregorius fest. Der Ausstellung fehle das beeindruckende Erlebnis. Die sehr technische Besucherführung mit Hilfe von Tablets fand bei den Besuchern keinen Anklang – und hatte für insgesamt ein Jahr Verzögerung zwischen Fertigstellung und Eröffnung der Ausstellung gesorgt. Jetzt soll ein neues Konzept her, dessen Grundlage die FBG gemeinsam mit dem Alfred-Wegener-Institut und dem Thünen-Institut entwickeln und von Ausstellungsexperten umsetzen lassen will. „In zwei Jahren wird die neue Ausstellung stehen“, verspricht Gregorius.

Neue Ideen an der Elbmündung

Dass sich die FBG stärker für die Attraktionen im Fischereihafen engagiert, hängt nicht nur mit den gesamtstädtischen Bemühungen um mehr Touristen zusammen. Treibende Kraft ist auch eine neue Konkurrenz, die in den kommenden Jahren gut 40 Kilometer weiter nördlich in Cuxhaven entstehen wird. Zu Jahresbeginn sind die ersten Ideen für die künftige Gestaltung des alten Fischereihafens an der Elbmündung vorgestellt worden. Die noch nicht genau ausformulierten Konzepte sehen vor, die alten Fischhallen – die heute schon teilweise für Gastronomie genutzt werden – zu erhalten, den historisch maritimen Charakter des Areals zu erreichen und mit Neubauten unter anderem eines Hotels zu ergänzen. Das einst landeseigene Hafengelände war vor wenigen Jahren nach jahrelangen Diskussionen in der örtlichen Politik von einem Cuxhavener Bauunternehmer gekauft worden. Im Mai soll der Stadtrat die Weichen für ihre Realisierung stellen.

(heu)



In 25 Jahren hat sich das Schaufenster Fischereihafen immer weiterentwickelt. Foto FBG

Kochen und konferieren

Die Kochshows sind Legende, doch das Seefischkochstudio hat mehr zu bieten: „Bei uns können Unternehmen kochen und konferieren“, verspricht die kaufmännische Leiterin Christina Klug.

Zugegeben, der Name „Seefischkochstudio“ klingt immer noch etwas altbacken. Aber wenn die beiden Kochprofis Ralf Harms und Sebastian Uecker dort die Fischmesser und Kochlöffel schwingen, können sie durchaus mit jeder Fernsehshow mithalten. Längst wird

das komplett neu errichtete Gebäude nicht mehr allein für Großveranstaltungen mit Dutzenden Gästen genutzt. Die kleine „Lehrküche“ gleich nebenan hat sich längst einen Freundeskreis erobert. Dort werden für kleinere Gruppen regelrechte Kochkurse angeboten, bei denen alle gemeinsam mitmachen und anschließend die Zubereitungen auch gemeinsam verspeisen.

Immer wieder neue Angebote

„Wir haben immer wieder neue Angebote im Programm“, betont Christina Klug. Die Shows unterscheiden sich in Art und Umfang in Tradition, Gourmet und Premium. Unter anderem steht

jetzt auch ein Sushi-Kursus auf dem Plan.

Das kleine Kochstudio gerät zunehmend in den Fokus der Wirtschaft aus der Region. Nahezu alle großen Firmen aus der Fischbranche nutzen die Infrastruktur für Kundenevents oder für Produktpräsentationen und für Schulungen ihrer Vertreter aus ganz Deutschland. Mittlerweile kommen zudem immer mehr Unternehmen, die sich dort mit Geschäftspartnern treffen oder ihre Mitarbeiter zu Incentives einladen.

Abwechslung im Ablauf

Im Mittelpunkt steht dabei nicht nur der Fisch: „Die Kochkurse können genauso gut eine Abwechslung innerhalb eines ganz klassischen Konferenzablaufs sein“, betont Klug.

(heu)



Eine Mitarbeiterin des Tiefkühlkostherstellers FROSTA AG präsentiert am 31.03.2016 das neue Verpackungsdesign des Unternehmens. Auf der Rückseite wird deutlich auf die Herkunftsländer der Zutaten hingewiesen. Foto Ingo Wagner

Sauber an die Spitze

Das Reinheitsgebot zahlt sich aus. 15 Jahre nach dem ersten vollständigen Verzicht auf alle Zusatzstoffe hat Frosta seine marktführende Position weiter ausgebaut. In 2017 knackte der Konzernumsatz erstmals die 500-Millionen-Euro-Grenze.

Von Wolfgang Heumer

Das Erfolgsrezept der Tiefkühlkosthersteller aus dem Fischereihafen ist eine Mischung aus tiefer persönlicher Überzeugung und einer klaren Marketingstrategie. „Die Verbraucher honorieren immer mehr, dass wir vollständig auf Zusatzstoffe verzichten und die Herkunftsländer der Zutaten direkt auf die Verpackung schreiben“, ist Vorstandsmitglied Hinnerk Ehlers überzeugt. Am Anfang des Reinheitsgebotes hatte vor 15 Jahren die Überlegung gestanden, wie sich Frosta im hart umkämpften Tiefkühlmarkt ein Alleinstellungsmerkmal verschaffen könnte. Im ersten Anlauf wäre das Projekt beinahe an Fehlern im Marketing und an der anfangs mangelnden Bereitschaft der Käufer gescheitert, für die Produkte deutlich mehr als bei den Wettbewerbern zu zahlen. Mittlerweile haben sich der Markt und das Verbraucherinteresse gewandelt. Immer wieder fordert Frosta deswegen deutsche und europäische Gesetzgeber auf, für Klarheit auf dem Markt zu sorgen. Unter anderem unterstützt das Unternehmen derzeit eine Petition „Ehrlich ist besser“, die eine vollständige und ver-



Zuschauen erlaubt: Frosta setzt auf eine transparente, gläserne Fertigung. Foto Ingo Wagner

ständige Deklaration aller Inhaltsstoffe von Lebensmitteln fordert. „Das derzeitige Lebensmittelrecht verhindert, dass die Verbraucher qualitativ völlig unterschiedliche Produkte voneinander unterscheiden können“, kritisiert Ehlers.

Neustrukturierung der Standorte

Nur die Hersteller selbst und die Zusatzstofflieferanten verfügen über die wesentlichen Informationen. Der anhaltende Wachstumsprozess führt bei Frosta zu einer Neustrukturierung der inzwischen

vier Produktionsstandorte. Die erst vor fünf Jahren wieder aufgenommene Fertigung von Schlemmerfilets wird von Bremerhaven in das polnische Werk Bygdoszcz verlegt. Arbeitsplätze kostet das in Bremerhaven allerdings nicht. Im Fischereihafen sollen künftig die Fertigerichte hergestellt werden. Die Nachfrage ist so groß, dass eine weitere Produktionslinie aufgebaut wird. Möglicherweise wird die sogar an den Wochenenden laufen – geplant ist zumindest eine Sonnabendschicht.



Die Küchenmeister im Seefischkochstudio – hier Ralf Harms – können es locker mit den Kochshows im Fernsehen aufnehmen. Foto Ulich

BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION



25 Jahre
Unternehmer:
Jens Grotelüschchen

Vernetzt und engagiert

„Was wollen Sie denn in Bremerhaven?“ Als Jens Grotelüschchen seinen Kollegen „beim Daimler“ in Stuttgart den Schritt in die Selbstständigkeit und nach Norden verkündete, waren Zweifel die Reaktion. Auch nach 25 Jahren ist der Unternehmer überzeugt: „Es war die richtige Entscheidung.“

Von Wolfgang Heumer

Für viele Diplom-Betriebswirte wäre eine aussichtsreiche Anstellung in einem Großkonzern gleich nach dem Studium wohl der ideale Startplatz auf der Karriereleiter. „Für mich war damals auch klar, dass ich Edzard Reuter beerben werde“, lacht Jens Grotelüschchen über seine ersten beruflichen Ambitionen in der Zentrale des Daimler-Konzerns. Auch wenn diese Jahre unter anderem in der Revision spannend, lehrreich und mit längeren Auslandsaufenthalten verbunden waren – „mir war eigentlich schon sehr schnell klar: Die Zukunft liegt in der Selbstständigkeit“, erinnert sich der 51-Jährige.

Dass seine Stuttgarter Kollegen ihn seinerzeit vor dem Wechsel nach Bremerhaven zweifelnd anschauten, störte Grotelüschchen nicht: „Sie konnten sich nicht vorstellen, dass man in einer solchen Stadt Finanzberater werden will“, meint Grotelüschchen, aber: „In Stuttgart wäre ich einer von vielen gewesen. Hier hatte ich ein Alleinstellungsmerkmal.“ Nachdem

Grotelüschchen noch bei der Deutschen Bank weiteres Know-how und Erfahrung erworben hatte, ist er nun seit 25 Jahren da, wo er immer hinkommen wollte: in der Selbstständigkeit. Sein Startkapital damals: „ein bezahlter Mercedes“, schmunzelt Grotelüschchen. Bremerhaven war nicht nur sein Wunschziel, weil er hier geboren ist: „Die Stadt bietet Menschen mit Ideen jede Menge Freiraum“, ist Grotelüschchen überzeugt. Und in ihrer Überschaubarkeit ist sie ideal für Menschen, die sich gerne vernetzen.

Unternehmerische Ideen

Beides ist die Welt von Jens Grotelüschchen. Unternehmerische Ideen hat er in den vergangenen 25 Jahren in Hülle und Fülle entwickelt. Und ein Blick auf sein ehrenamtliches Engagement – früher bei den Wirtschaftsunioren, später dann unter anderem in der IHK Bremerhaven, in den Fördervereinen von AWI, Hochschule und Maritimer Denkmalschutz – spricht Bände. Nebenbei unterstützt er

auch Fußballvereine und spielt selbst gerne aktiv in Stadt und Land.

Das umfassende Netzwerk und sein Engagement in der Stadtpolitik unterstreichen Grotelüschchens enge Verbundenheit mit Bremerhaven: „Ich bin hier geboren“, sagt er und muss nicht viel mehr hinzufügen. Das Netzwerken hat aber auch mit Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu tun – Grotelüschchen ist Verfechter der sozialen Marktwirtschaft. Und mit der EU-Stiftung steht er einer

Organisation vor, die soziale und gesellschaftliche Aufgaben in der Stadt fördert.

Langfristig geplante Projekte

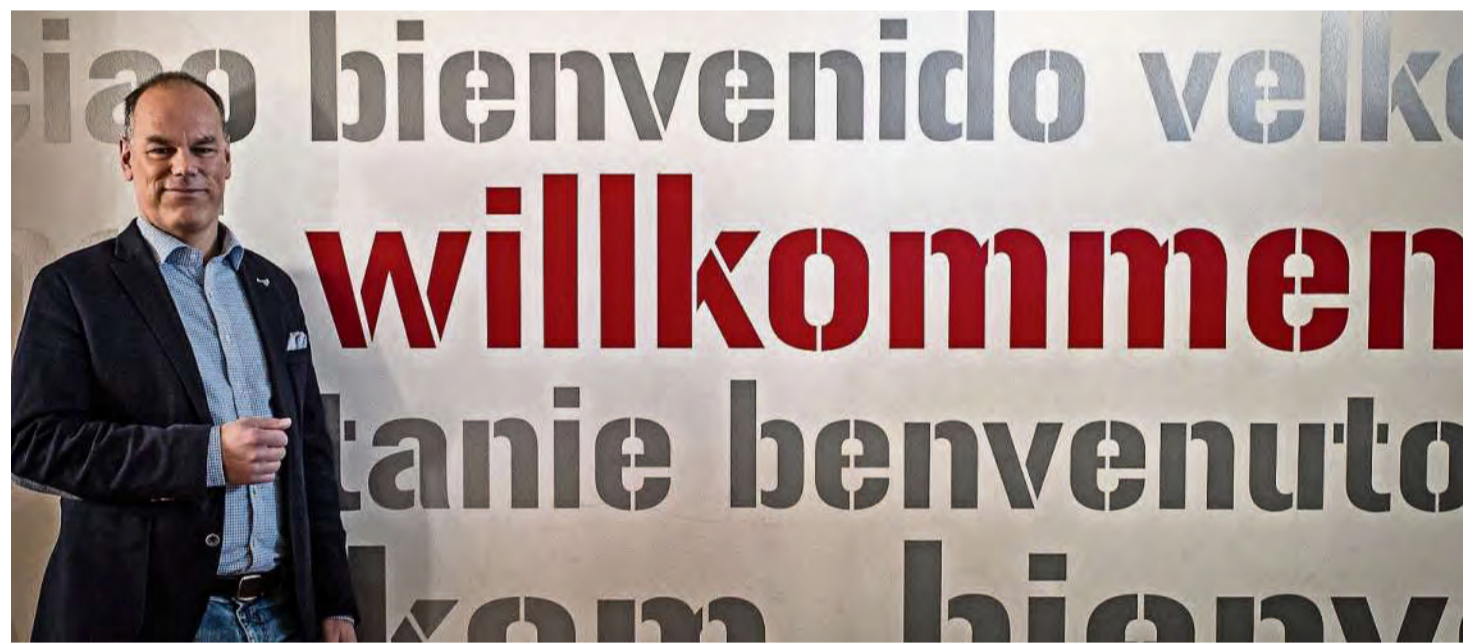
Sein unternehmerisches Werk lässt sich in zwei Kategorien teilen: einerseits vielfältige Ideen und andererseits grundsätzliche und langfristig geplante Projekte. Zu ersteren zählen seine Ausflüge in die Medienwelt – unter anderem brachte er mit Samsung eine Medienbox auf den Markt, die TV-Verkaufsendern einen direkten Kontakt zu den Kunden vor dem Bildschirm verschaffte. „Leider waren wir zu früh und Kabel Deutschland noch nicht handlungsfähig, heute wäre es ein gefragtes System.“ Am Ende sind es – wie zu erwarten – die grundsätzlichen Projekte, die seinen Erfolg als Unternehmer ausma-

„Mir war eigentlich schon sehr schnell klar: Die Zukunft liegt in der Selbstständigkeit“

“

Jens Grotelüschchen

chen. Finanzberatung, Investitionsvorhaben, Anlageobjekte im großen Stil wie aktuell das Vorhaben „Roter Sand Quartier“ kennzeichnen die GROTELÜSCHEN & WEBER AG, deren Vorstandsvorsitzender er ist. Die Ausrichtung auf Immobilien gehört zum Konzept: „Ein Drittel des Volksvermögens ist in Immobilien angelegt. Das ist ein Markt, der immer bleibt.“



Willkommen in Bremerhaven: Für Jens Grotelüschchen ist die Seestadt auch nach 25 Jahren Selbstständigkeit einzigartig.

Foto Heumer

Komfortabel und preiswert



Mitten in der Stadt und nahe am Hafen: Das Havenhostel Bremerhaven hat sich als preisgünstiges Angebot etabliert.

Foto Jens Grotelüschchen

Die Eröffnung des Klimahauses Ende Juni 2009 war die Initialzündung: „Wenn wir mit unseren Touristenattraktionen Familien und Schulklassen ansprechen wollen, brauchen wir preisgünstige und gute Übernachtungsangebote“, erkannte Jens Grotelüschchen. Die Idee zum Havenhostel Bremerhaven war geboren.

Ein altes Bundeswehr-Gelände, das direkt am Hafen liegt. Nicht jeder Projektentwickler wäre gleich auf die Idee gekommen, hier ein Hotel zu errichten. Das zeigt die lange Liste von leer stehenden ehemaligen Kasernen in Deutschland. Jens Grotelüschchen sah es anders: „Die Kaserne Roter Sand ist nur einen kurzen Fußmarsch von den Havenwelten entfernt. Und der Hafen lockt schon immer Besucher an.“

Das Konzept für diesen Standort war schnell entwickelt – das neue Haus sollte insbesondere für Reisende passen, die für den Bremerhaven-Besuch nicht so viel Geld ausgeben wollen – Familien und Schulklassen.

Entsprechend zweckmäßig und trotzdem gemütlich ist das Havenhostel eingerichtet. „Es bietet den Service und den Komfort eines Hotels und die Aufgeschlossenheit eines Hostels zu einem günstigen Preis“, fasst Grotelüschchen das Prinzip zusammen. Die hohe Auslastung des Hauses spricht für sich – das Konzept ist aufgegangen. Mittlerweile setzt sich die Idee

fort. Nach demselben Prinzip hat Grotelüschchen in Cuxhaven sein zweites Havenhostel eröffnet. Das Haus mit 100 Zimmern und 300 Betten ist der erste Hotelneubau in der Stadt seit Jahren und ist ebenfalls maritim geprägt – es steht in unmittelbarer Nachbarschaft zum alten Fischereihafen und bietet Blick auf die Elbmündung und die Alte Liebe.

Touristisch attraktive Region

Unter dem Stichwort „havenhostel Nordwest“ entwickelt Grotelüschchen das Prinzip weiter. „Für neue Standorte suchen wir Grundstücke im Nordwesten Deutschlands“, sagt er. Sie sollten Nähe zum Wasser haben, in einer touristisch attraktiven Region und zentral liegen und gut mit Auto, Bus oder Bahn zu erreichen sein. In Stade wird bereits konkret geplant.

Weitere chancenreiche Standorte sieht Grotelüschchen unter anderem an der Holsteiner Westküste und an der Ostsee sowie in Mittelstädten zwischen Elbe und Ems.

(heu)

Lob der Gäste

Alte Kaserne? Von wegen!

Am Anfang war es die Idee, das Hotelangebot Bremerhavens um eine preisgünstige Alternative zu ergänzen. Doch die ehemalige Kaserne Roter Sand hat ihre Anziehungskraft vor allem durch ihren Charme entwickelt. Das zeigt ein Blick ins dicke, rote Gästebuch:

„Schön wars. Adler Mannheim blau-weiß-rot. Dankö!“

„Das große Zimmer, das reichhaltige Frühstück, das freundliche Personal - einfach perfekt!“

„Vielen Dank für die schöne Zeit. Am besten war der Mandarinen-Quark!“

„Wir werden dieses Hotel auf alle Fälle weiterempfehlen. Sehr angenehmer Aufenthalt, tolles Personal, super Essen und sehr viele Sehenswürdigkeiten in der Nähe. Alles Gute weiterhin.“

„Fünf Koblenzer sagen Danke. Was man aus einer alten Kaserne alles machen kann, toll!“

Einzelne Bereiche sind verbunden

Der rote Faden

Finanz- und Investitionsberatung, Hotels, Pflegeheime, Stadtentwicklung und das Thema Erneuerbare Energien. Auf den ersten Blick wirkt die Bandbreite des unternehmerischen Engagements von Jens Grotelüschen scheinbar verwirrend. Doch tatsächlich gibt es einen roten Faden, der die einzelnen Bereiche miteinander verbindet: „Wir legen ein starkes Gewicht auf das Thema Spezialimmobilien“, betont der Unternehmer. Hotels und Seniorenheime besitzen dabei eine enge inhaltliche Nähe: „Beides sind Häuser, in denen sich Menschen wohlfühlen sollen und die entsprechend gemanagt werden müssen“, so Grotelüschen. Vom Gebäudemanagement zu den Erneuerbaren Energien ist es dann ebenfalls kein großer Schritt mehr. Neben einer Reihe von Beteiligungsgesellschaften und Beratungsfirmen zählen unter anderem folgende Unternehmen zum Portfolio:

» Die „havenhostel Bremerhaven GmbH“ und die „havenhostel Cuxhaven GmbH“ betreiben die Design-Budget-Hotels in den beiden Hafenstädten. Die „havenhostel Nordwest GmbH“ ist Dienstleister und entwickelt neue Projekte dieser Art in ganz Norddeutschland.

» Das Haus Am Barkhof in Osterholz-Scharmbeck, die Residenz Vogeler-Villa in Worpsswede und das Haus Wilstedt wurden ab 2007 übernommen und weiterentwickelt. Die drei Häuser sind Senioren- und Pflegeheime mit Fachpflegebereich und Tagespflege, die ihren Bewohnern ein Maximum an Selbstständigkeit bei gleichzeitig intensiver Betreuung bieten.

» Die Genossenschaft „Neue Energien Bremerhaven-Cuxland eG“ wurde 2011 gegründet. Sie bietet Bürgern, Unternehmen, Organisationen und Kommunen die Möglichkeit, sich vor Ort gemeinsam an Energieprojekten zu beteiligen. Der Schwerpunkt liegt in Photovoltaik-Anlagen.



Das Team der GROTELÜSCHEN & WEBER AG.

Foto H. Weber

Die Wertoptimierer

Mit der Gründung der GROTELÜSCHEN & WEBER AG vor zehn Jahren haben Jens Grotelüschen und sein Geschäftspartner Heinz Weber gezielt ihre Kompetenzen gebündelt und um weiteren Sachverstand verstärkt.

Von Wolfgang Heumer

Der Name ist Programm und Versprechen zugleich. Wer seinem Unternehmen den Zusatz „Wertoptimierer“ verleiht, weiß um die Wirkung auf die Kunden. „Wir wollen schon deutlich machen, dass man von uns mehr als eine einfache Finanzdienstleistung erwarten kann“, unterstreicht Jens Grotelüschen. In der Tat ist das Portfolio des Unternehmens breit gefächert.

Das Spektrum der Aktivitäten reicht von der Beratung und Vermittlung bis zur kompletten Projektplanung, -durchführung und -kontrolle. Zu ihren Leistungen

zählt die GROTELÜSCHEN & WEBER AG außerdem die Unternehmensberatung, Kapitalanlage und Finanzierungsvermittlung sowie die Versicherungsanalyse, -vermittlung und -betreuung. Mit der GROTE MEDIA GmbH & Co. KG erbringt die Unternehmensgruppe außerdem Dienstleistungen im Bereich Medien und Werbung.

Individuelle Lösungen

Die beiden Gründer legen großen Wert darauf, dass ihr Dienstleistungsunternehmen individuelle Lösungen für die Kun-

den entwickelt und nicht Finanzangebote „von der Stange“ vermittelt. Üblicherweise analysieren die Fachberater die bestehende Vermögenssituation und entwickeln gezielt Optimierungsmöglichkeiten. Dabei spielen Aspekte wie die Frage der richtigen Altersvorsorge, des sicheren Investments in Fonds, Immobilien oder Projektbeteiligungen eine wichtige Rolle. Die Beratung kann steuerliche Aspekte beleuchten oder einem möglichen Finanzierungsbedarf oder einem verbesserten Versicherungsstatus gelten.

Dem breitgefächerten Portfolio entsprechen die Kompetenzen sowohl des Beratungsteams als auch der vier Vorstands-

mitglieder. Während Grotelüschen seinen Schwerpunkt auf finanz- und betriebswirtschaftliche Themen legt, konzentriert sich Mitbegründer Heinz Weber auf die Fachgebiete Kapitalanlagen, Finanzierungen, Zukunftsvorsorge und Krankenversicherung.

Seit 2012 gehören Otto Pottmeyer und Bernd Schomaker dem Vorstand an. Pottmeyer ist Diplomingenieur und verantwortet die Projektentwicklung und -betreuung sowie den Bereich Neue Energien. Schomaker ist Versicherungsspezialist für Gewerbe und Firmen. Außerdem gehören Altersvorsorge und Immobilien zu seinen Fachgebieten.

Gesucht und gefunden

Die Nachfolfrage in kleinen Betrieben hat auch finanzielle Aspekte. Guter Rat kommt vom Fachmann.

Von Wolfgang Heumer

Irgendwann steht der Generationswechsel in jedem Unternehmen an. Ausgerechnet in kleinen und mittleren Betrieben bleibt angesichts des Tagesgeschäftes häufig nur wenig Zeit, sich rechtzeitig auf den Generationswechsel vorzubereiten.

„Ohne vorausschauende Planung kann dies schwerwiegende finanzielle Auswirkungen haben und auch die Arbeitsplätze im Unternehmen gefährden“, warnt

Heinz Weber, Mitbegründer der GROTELÜSCHEN & WEBER AG. Die Finanz- und Versicherungsspezialisten aus Bremerhaven haben ein komplettes Programm entwickelt, um Unternehmen in Nachfolfragen zu begleiten.

Perspektiven des Unternehmens

Das Spezialistenteam betrachtet die persönliche Situation der Inhaber genauso wie die Perspektiven des Unternehmens

und entwickelt Lösungskonzepte. Zum Service gehört es auch, potenzielle Nachfolger zu finden und den Generationswechsel auf allen Stationen zu begleiten.

Umfassendes Dienstleistungsangebot

Die Beratung in Nachfolfragen gehört zum umfassenden Dienstleistungsangebot. Unter anderem berät das gut ausgebildete Team der GROTELÜSCHEN & WEBER AG auch Existenzgründer auf ihrem Weg von der Idee zum eigenen Unternehmen. Ein weiteres Schwer-

punkthema ist das Coaching. Die Berater stehen den Kunden sowohl bei der Realisierung eines geschäftlichen Vorhabens als auch bei der Lösung von inter-

nen Problemen zur Seite. Sie kümmern sich auch um das für die Kunden wichtige Know-how und organisieren gegebenenfalls entsprechende Schulungen.



Komplexe Projekte wie zum Beispiel große Bauvorhaben werden von dem Berater- und Planerteam von GROTELÜSCHEN & WEBER AG von A bis Z betreut. Hier bei der Planung Havenhostel Cuxhaven mit Schultz Sievers Architektur.

Foto J. Grotelüschen

Büro-/ Lagerfläche und Halle im Gewerbegebiet Leherheide-West in Bremerhaven



Details

1.000 m² - Lagerhalle mit Werkstatt und Hebebühne (1979)

700 m² - 2-geschossiges Verwaltungsgebäude mit Betriebswohnung sowie Büro- und Sozialräumen (1979)

50 m² - Anbau Empfang (1979)

1.000 m² - Gewächshäuser mit 3-Rampen für LKW-Anlieferung (1988)

Genehmigte Dieseltankstelle und Waschplatz (1997)

1,5 km zur A 27 Abfahrt Übersee Häfen

Kaufpreis 850.000 € VB

Grundstücksfläche 6.023 m²

Bürofläche 750 m²

Lagerfläche 2.000 m²

Kontakt

GROTELÜSCHEN & WEBER AG

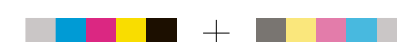
Tel: 0471 309 666 11

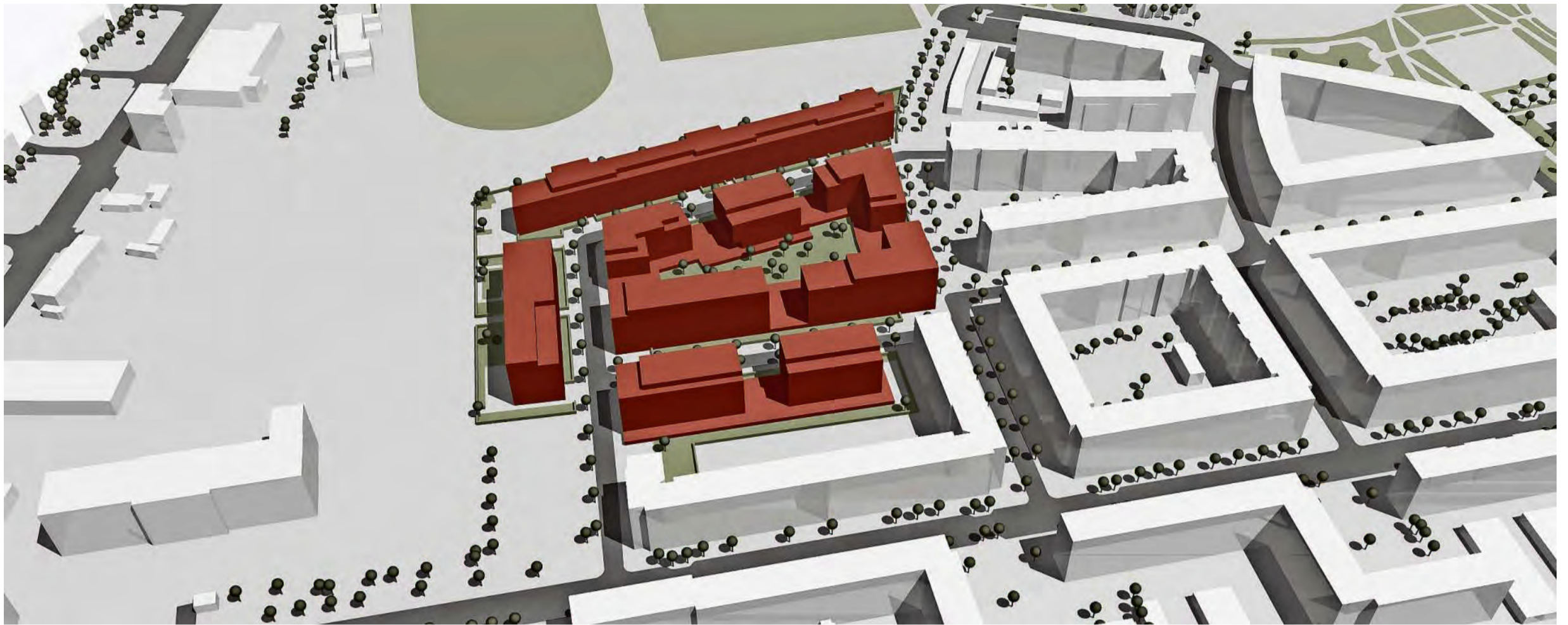
Dillinger Str. 3

Fax: 0471 309 666 99

27578 Bremerhaven

www.immobilien-guw.de





Das neue Quartier Roter Sand (rot) rundet die Bebauung im Norden der Bürgermeister-Smidt-Straße ab und schließt die Lücke zwischen den Wohngebieten an Scharnhorst- und Hardenbergstraße und dem „Havenhostel“.

Rendering: T. Böhlken

Im Stil eines Klassikers

Es ist ein ambitioniertes Projekt. Mit dem Roter Sand Quartier entsteht in Bremerhaven-Mitte ein urbanes Wohnviertel für Jung und Alt.

Von Wolfgang Heumer

Schön, aber in seiner Besonderheit nur selten beachtet: Am nördlichen Ende der Bürgermeister-Smidt-Straße bilden die Wohngebäude entlang der Scharnhorst- und der Hardenbergstraße ein einmaliges städtebauliches Ensemble. Obwohl die lang gestreckten und rot verklinkerten Häuser schon aus den 20er und 30er Jahren des vergangenen Jahrhunderts stammen, wirken sie zeitlos elegant und klassisch modern. Doch an seinem nördlichen Ende findet das Viertel ein jähes Ende in brachliegenden, halb verwilderten Flächen und einem alten Bauhof. Dort soll das Areal, dessen Häuser teilweise bereits unter Denkmalschutz stehen, mit dem „Roter Sand Quartier“ eine adäquate Fortsetzung finden. Projektentwickler ist die GROTELÜSCHEN & WEBER AG. Das neue Viertel ist aber mehr als eine Fortsetzung

des vorhandenen Gebietes, auch wenn es an dessen Formen- und Farbensprache anknüpft. Geplant ist ein Wohngebiet, das jüngsten gesellschaftlichen Entwicklungen Rechnung trägt. Hochwertige Stadthäuser mit jeweils rund 150 Quadratmetern Wohnfläche sollen jungen Familien die Möglichkeit geben, innerstadtnah ein attraktives Zuhause zu finden. Apartmenthäuser wenden sich an ein etwas älteres Publikum, deren Kinder bereits groß und ihrer eigenen Wege gegangen sind. Oder an junge Leute, die gerade am Beginn ihrer Karriere stehen.

Seniorengerechte Wohnungen

Außerdem ist in dem Viertel an die ältere Generation gedacht – unter anderem sind dort seniorengerechte Wohnungen und eine Einrichtung der Senioren-(Tages)-Pfleger denkbar. „Luxuswohnungen

sind dort nicht vorgesehen“, betont Planer Jens Grotelüschen, „wir wollen guten und für jeden finanzierbaren Wohnraum schaffen.“

„Wir wollen guten und für jeden finanzierbaren Wohnraum schaffen.“

Jens Grotelüschen.

Die Stadtverordnetenversammlung hat zu Beginn des Jahres grünes Licht für dieses komplexe Vorhaben gegeben. Mit bis zu 258 Wohnungen, 14 Gewerbeeinheiten und einer Investitionssumme von 50 Millionen Euro ist es seit Jahrzehnten das größte private Wohnbauprojekt in Bremerhaven. „Jetzt kann es losgehen“, freut sich Projektentwickler Grotelüschen, der derzeit für das Vorhaben weitere Partner akquiriert. Mit einem Neubauprojekt der Größenordnung an ein

gewachsenes Viertel im Stil eines Klassikers anzuknüpfen, ist alles andere als leicht – insbesondere wenn sich in der Nachbarschaft ein Stararchitekt wie Hans Scharoun (Berliner Philharmonie, Deutsches Schiffahrtsmuseum) mit zeitlos schönen Wohngebäuden verewigt hat.

In seinem städtebaulichen Rahmenplan für das Roter Sand Quartier knüpft der Bremerhavener Architekt Thorsten Böhlken an die Vorgaben aus der Nachbarschaft an. Die Fassaden beispielsweise sollen zu 70 Prozent aus dem für norddeutsche Wohnsiedlungen typischen ro-

ten Klinker bestehen. Auch die Freiraumgestaltung, die im alten Quartier durch heckengesäumte Vorgärten geprägt ist, soll im neuen Viertel eine moderne Entsprechung finden.

Neues Gesicht für Nordende

Mit ihrem Neubaufvorhaben geben die Planer dem Nordende der Bürgermeister-Smidt-Straße ein neues Gesicht und ein deutlich stärkeres Gewicht. Bremerhavens Mitte bekommt jetzt auch im Norden wieder direkten Anschluss an den Hafen, der über Jahrzehnte die Stadtentwicklung geprägt hat.



Das Projekt „Roter Sand Quartier“ kann starten: Jens Grotelüschen inspiziert das künftige Baugebiet.

Foto Heumer



Architekt mit Leidenschaft für den Städtebau: Thorsten Böhlken.

Foto Schimanke

Leidenschaft für ein Quartier

Thorsten Böhlken ist Architekt. Neben der Planung von Häusern jeder Art gilt dem Städtebau seine Leidenschaft. Und mit der hat der 40-Jährige den Rahmenplan für das Roter Sand Quartier entwickelt.

Wenn Thorsten Böhlken über die Wohnbebauung am nördlichen Ende der Bürgermeister-Smidt-Straße spricht, kommt er schnell ins Schwärmen. Modern und zeitlos sei die Architektur, die Lebensqualität in dem Viertel ist hoch: „Die Menschen, die dort wohnen, fühlen sich sichtbar wohl.“ Eines weiß der erfahrene Architekt aber auch: „Die geplante Anschlussbebauung im Roter Sand Quartier muss sich an dem Vorhandenen messen lassen.“ Mit dem städtebaulichen Rahmenplan hat der 40-Jährige die Vorgaben dafür entwickelt, dass der Anschluss klappt.

Böhlken ist mit Herz und Seele Architekt. Seit fünf Jahren betreibt er in Lehe ein eigenes, kleines Architekturbüro. Ein- und Mehrfamilienhäuser, Gewerbeimmobilien, Umbauten und Sanierungen sind sein Alltagsgeschäft. Stadtplanung faszinierte ihn schon im Masterstu-

dium. Er belegte das Fach als eines seiner Schwerpunktthemen, auch wenn es nicht das klassische Betätigungsfeld eines Architekten ist. Böhlken verfügt über Erfahrungen auf diesem Gebiet, er hat einige Jahre im Bremerhavener Stadtplanungsamt gearbeitet: „Da freut man sich natürlich, wenn man einen solchen Auftrag bekommt.“

Elegante Vorlagen

Allerdings: das Projekt Roter Sand Quartier ist aus vielerlei Gründen und nicht nur wegen der eleganten Vorlagen aus den 1920er Jahren eine Herausforderung. „Damals waren viele Themen noch nicht aktuell, die uns heute zwingend beschäftigen“, erläutert Böhlken. In die Häuser mussten keine Fahrstühle eingebaut werden, nach ausgewiesenen Stellflächen für Autos fragte auch kein Mensch, und die Zahl der Eingänge und Treppenhäuser,

die heute die Baukosten nach oben treiben, war seinerzeit eher nebensächlich. Barrierefreies Bauen war auch kein Thema. „Heutzutage muss man all dies berücksichtigen, auch wenn die Häuser dann vielleicht nicht mehr die optische Leichtigkeit haben“, erläutert Böhlken. Im Rahmenplan hat er diese Vorgaben definiert und abgewogen, was machbar und wünschenswert ist. „Das ist ein spannender Prozess“, bestätigt Böhlken.

Private Rückzugsflächen

Dass solche elegante und dennoch zweckmäßige Architektur wie in den 1920er Jahren heute nicht mehr möglich scheint, lässt Böhlken nicht gelten. Der Rahmenplan für das Roter Sand Quartier ist für ihn das beste Beispiel. Die alte Bebauung zeichne sich beispielsweise dadurch aus, dass sie ihren Bewohner private Rückzugsflächen in Form der kleinen Vorgärten sowie in den Innenhöfen biete: „Mit etwas Überlegung kann man das heute auch wieder bekommen“, so Böhlken. „Ich bin mir sicher, dass das ein sehr schönes Wohnquartier wird.“

Sicher planen

„Niemand plant zu versagen, aber die meisten versagen beim Planen.“ So sah es der Management-„Guru“ Lee Iacocca. Mit seinem Beratungsangebot will Jens Grotelüschen dazu beitragen, dass Unternehmer über keine der vielen Stolperfallen im Planungsprozess stürzen.

Von Wolfgang Heumer

Seit den ersten Erfahrungen, die er im Daimler-Konzern gesammelt hat, ist Jens Grotelüschen das Thema Planung und Controlling in Fleisch und Blut übergegangen. Deswegen ist dieser Bereich und die entsprechende Unternehmensberatung auch einer seiner Schwerpunkte in der GROTELÜSCHEN & WEBER AG. „Die Potenziale eines Unternehmens können durch ein lebendiges und aktives Controlling aufgezeigt werden“, lautet seine Überzeugung.

Schwächen aufdecken

Entsprechend gehört zu seinem Portfolio die Analyse und Bewertung der wirtschaftlichen Situation der Kunden-Unternehmen, die dann zur Weichenstellung für die Steuerung des Unternehmens führen. „Durch aktives Controlling können interne Stärken und Schwächen sowie externe Chancen und Risiken aufgedeckt werden“, erläutert er die wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Planung.

Wichtig ist dem Fachmann, dass einmal erstellte und genehmigte Planungen zu nächst einmal nicht verändert werden: „Sonst sind spätere Plan-Ist-Vergleiche ohne eine exakte Aussage.“ Mit Hilfe aktiver Controlling-Maßnahmen sind dennoch Korrekturen während der Realisierungsphase möglich: „Bei der so genann-

„**Meistens liegen die Daten bereits vor und müssen nur noch angepasst werden.**“

“

Jens Grotelüschen

ten revolvierenden Planung werden die ursprünglichen Planwerte durch die aktuellen Ist-Werte ersetzt und auch alle neuen Erkenntnisse in der fortgeschriebenen Planung berücksichtigt“, erläutert Grotelüschen. So entstehe eine neue Hochrechnung für das laufende Geschäftsjahr.

Daten aus allen Abteilungen

Die richtigen Daten als Basis für sichere Planungen zu finden, ist nach Grotelüschen Überzeugung gar nicht so schwer: „Meistens liegen die Daten bereits vor und müssen nur noch angepasst werden.“

Neben den Daten aus dem externen Rechnungswesen fließen ins Controlling auch die Daten aus allen Abteilungen des Unternehmens ein. Diese Sammlung ergebe wertvolle Informationen für die Geschäftsleitung und die Führungskräfte. Wichtig ist Grotelüschen allerdings eines: „Es müssen wirklich die vollständi-



Jens Grotelüschen: Die Potenziale eines Unternehmens können durch ein lebendiges und aktives Controlling aufgezeigt werden.“
Foto Heumer

gen Daten aus allen Abteilungen in das Controlling einfließen.“ Lediglich die Erfolgskennzahlen zu nehmen, mache keinen Sinn: „Erst wenn das Unternehmensumfeld, die jeweilige Branche, bis-

herige Prozesse und Strukturen mit betrachtet werden, können Potenziale entdeckt und Schwächen aufgezeigt werden“, legt er seinen Kunden dringend ans Herz.

Aus unabhängige Maklern wählen

Individuelle Angebote

Innerhalb der Dienstleistungen für Gewerbetreibende nimmt die Vermittlung von Versicherungen einen wichtigen Platz ein. „Anders als Versicherungsvertreter können wir als unabhängige Makler unter diversen Versicherungsanbietern auswählen“, erläutert Vorstand Bernd Schomaker.

In der individuellen Beratung suchen die Fachleute nach Versorgungslücken und analysieren bereits bestehende Verträge. Die Kundenbetreuung endet nicht mit dem Vertragsabschluss – im Gegenteil: Gerade im Schadensfall ist das Team der GROTELÜSCHEN & WEBER AG der erste Ansprechpartner: „Bei uns gibt es keine langen Warteschleifen“, verspricht Schomaker.

Individuelle Lösungen

Ein besonderes Augenmerk richten die Versicherungsexperten auf die täglichen Risiken und Gefahren, die für Unternehmer und Unternehmen bestehen. Individuelle Lösungen entwickeln die Berater auch für ganz klassische Unternehmensthemen wie die betriebliche Altersvorsorge, das Thema Berufsunfähigkeitsrente sowie betriebliche Krankenversicherungen oder spezielle Lösungen für Geschäftsführer.

Große Bandbreite

Das Portfolio der unabhängigen Makler umfasst das gesamte für Firmen und Unternehmen in Frage kommende Spektrum. Die Bandbreite reicht von Personenversicherungen, Sachversicherungen bis zu Vermögens- und Unternehmensversicherungen.

Individuelle Strategien rund ums Geld

Entscheidungen rund ums Geld sollten erst nach sorgfältiger Überlegung gefällt werden. Der Rat kommt vom Fachmann: Heinz Weber verantwortet den Bereich Kapitalanlagen, Finanzierungen und Zukunftsvorsorge in der GROTELÜSCHEN & WEBER AG.

Von Wolfgang Heumer

Wenn es ums Geld geht, ist es für Unternehmer selten gut, nur ein Finanzinstitut zu fragen. „Ein bankenunabhängiger Kreditvergleich kann erheblich dazu beitragen, spätere Kosten und Belastungen zu minimieren“, betont Heinz Weber, Mitbegründer der GROTELÜSCHEN & WEBER AG.

Von Anfang an hat sich das Unternehmen auf eine systematische Vorgehensweise konzentriert: „Wir ermitteln den persönlichen Finanzbedarf, vergleichen verschiedene Finanzierungsvarianten

und entwickeln nach einem Bankenvergleich eine individuelle Lösung für unsere Kunden“, erläutert Weber den Ablauf. Nach dem Darlehnsabschluss stehe sein Team dem Kunden selbstverständlich bis zur vollständigen Rückzahlung mit Rat und Tat zur Seite.

Angebot an Kapitalanlagen

Noch unüberschaubarer als auf der Finanzierungsseite ist häufig das Angebot an Kapitalanlagen. Heinz Weber arbeitete deswegen schon lange mit der Jung-

DMS & Cie. GmbH als erfahrem Poolpartner zusammen. Der Pool bietet Zugang unter anderem zu Investmentfonds, Edelmetallanlagen, Direktinvestments, Kapitalanlage-Immobilien und Private Placements.

Investitionen in Immobilien

Weber rät zu Sachwerten: „Sie bieten Diversifikation, Inflationsschutz und vor allem Unabhängigkeit“, betont er. Durch Investitionen in Immobilien, Edelmetallen oder auch in Solaranlagen können sich die Kunden laut Weber an zukunftsorientierten Projekten und werthaltigen Assets beteiligen. „Basis unserer Beratung ist eine kompetente Beurteilung der Märkte und Produkte“, verspricht der Finanzfachmann unter dem Motto, „nie alle Eier in einen Korb zu legen“. Auch im



Entwickelt für Kunden individuelle Lösungen: Heinz Weber.
Foto S.Linke

Bereich der Kapitalanlagen legt er dabei Wert auf eine individuelle Ausgestaltung der Angebote, die auf einer sorgfältigen Analyse der Anlageziele und der Mög-

lichkeiten der Kunden beruhen: „Wir entwickeln nur Anlagestrategien, die tatsächlich auch zu unseren Kunden passen“, verspricht der erfahrene Berater.



In der Nordwestregion ist die Grotelüschen & Weber AG der unabhängige Partner im Netzwerk der Hypofact AG. Von links: Anke Kronschnabel, Liliana da Silva Margues und Nils Peper.
Foto H. Weber

Mittelstand im Mittelpunkt

Drei Finanzfachleute sind einen ungewöhnlichen Weg gegangen: Mit Hypofact haben sie ein bundesweites Netzwerk von Beratern geschaffen, die sich auf private Baufinanzierungen spezialisiert haben.

Gerd Ziegler, Matthias Rother und Rico Schäfer haben eines gemeinsam: langjährige Erfahrung im Bank-, Immobilien- und Finanzierungsgeschäft. Vor elf Jahren haben sie diese Kompetenzen gebündelt und darauf ein eigenes Unternehmen gestellt. Ihre Hypofact AG ist aber kein klassischer Finanzdienstleister, sondern ein in Deutschland einzigartiges Konzept. Unter der eingetragenen Marke Hypofact betreiben die drei das erste konzern- und anbieterunabhängige Markensystem auf Lizenzbasis für die Vermittlung von privaten Baufinanzierungen in Deutschland. In der Nordwestregion ist die GROTELÜSCHEN & WEBER AG

der unabhängige Partner in diesem Netzwerk.

Unabhängige Beratung

Diese Form der Zusammenarbeit zwischen unabhängigen Firmen hat für alle am Kreditgeschäft beteiligten Seiten große Vorteile, argumentiert Hypofact. Die Privatkunden erhalten eine unabhängige Beratung, die nicht von vornherein auf bestimmte Produkte und Anbieter festgelegt ist. Die Kreditgeber gewinnen über diesen Spezialvertrieb erhebliche Kompetenz und Qualität bei der Vermittlung ihrer Finanzierungsprodukte. Und die unabhängigen Netzwerkpartner können

auf das breite Portfolio an Finanzanbietern zurückgreifen, das Hypofact über die Jahre zusammengestellt hat.

Die Zusammenarbeit mit Hypofact ist auch für Gewerbetreibende interessant. Die in Berlin ansässigen Finanzexperten bieten über ihre Netzwerk-Partner den Zugriff auf Finanzierungen unter anderem auch für Gewerbeimmobilien. Dabei kümmern sich die Berater auch um Möglichkeiten, öffentliche Fördermittel für Bauvorhaben zu bekommen.

Die Leistungen und Konditionen der von Hypofact vermittelten Kredite wurden in der Vergangenheit wiederholt von Fach- und Verbrauchermagazinen als sehr gut und führend im Vergleich zu anderen Anbietern eingestuft. Auch in den Kundenbewertungen auf verschiedenen Internet-Portalen bekam das Beraternetzwerk sehr gute Noten. (heu)

Überzeugter Bremerhavener

Im Landkreis aufgewachsen, zum Studium und danach ein paar Jahre die Welt erobert - und dann hat es Jens Grotelüschen wieder in seine Geburtsstadt Bremerhaven gezogen. „Ich liebe die Menschen hier, die frische Luft und die Freiheit, die man hier hat oder haben könnte“, ist seine Begründung.

Freiheit ist für den 51-Jährigen ganz offenbar ein ebenso bedeutsamer wie vielschichtiger Begriff. Als Unternehmer ist es ihm wichtig, den Gedanken auf der Suche nach guten Ideen unbegrenzt durch Sachzwänge freien Lauf zu lassen. Als Privatmann schätzt Grotelüschen die Bewegungsfreiheit auf dem Fußballplatz genauso wie auf der Piste, im Privatflieger oder auf dem Motorrad. Und als Bürger Bremerhavens nimmt er sich die Freiheit, sich in politische Prozesse und Entscheidungen einzumischen. Dass er sich in der FDP engagiert und ihr Sprecher in der Stadtverordnetenversammlung ist, bedarf vor diesem Hintergrund kaum noch der Erwähnung: „Ich brauche die Freiheit auch in der Politik“, sagt Grotelüschen. Dass sich Unternehmer in der Kommunalpolitik engagieren, kommt relativ selten vor. Die Verantwortung für Arbeitsplätze, für wirtschaftlichen Erfolg, eng getaktete Terminkalender und ohnehin eine Vielzahl gesellschaftlicher Verpflichtungen – Argumente gegen politische Ämter sind vielfältig. Irgendwann mochte Jens Grotelüschen jedoch das Geschehen in der Stadtverordnetenversammlung nicht mehr nur von außen betrachten und sich ärgern: „Der Politik mangelt es an unternehmerischem Sachverstand“, sagt er, „das kann man kritisieren. Oder man kann

es ändern“, sagt er – klar, dass er sich für die zweite Möglichkeit entschieden hat.

Wirtschaftliche Gesamtsituation

Für Grotelüschen gibt es vielfältige Gründe, sich für seine Heimatstadt zu engagieren. Er sieht die Notwendigkeiten, die wirtschaftliche Gesamtsituation zu verbessern, und betont die Chancen: „Es ist ein guter Standort, der durch seine Lage am Wasser sowohl für Unternehmen als auch für den Tourismus viele Möglichkeiten bietet.

Wir haben gute Arbeitskräfte in der Stadt. Und Bremerhaven ist eine Stadt der kurzen Wege, in der man als Unternehmer vieles schnell bewegen kann.“ Vorausgesetzt, man hat die Freiheit, seine Chancen zu nutzen. Grotelüschen versucht die Kommunalpolitik in diese Richtung zu lenken, dem Unternehmertum mehr Möglichkeiten und weniger Belastungen aufzubürden.

Haushaltspolitik, Steuern und Finanzen bilden einen seiner Schwerpunkte. Verkehrspolitik ist ein weiterer. Obwohl die FDP im Stadtparlament auf der Oppositionsbank sitzt, erkennt Grotelüschen erste Erfolge: „Auch ein Elefant bewegt sich irgendwann, wenn auch langsam“, sagt er mit Blick auf die seit Jahrzehnten zementierten Mehrheitsverhältnisse in der Stadt. Und aus sei-

ner Erfahrung als Unternehmer weiß er, dass nicht jedes Vorhaben automatisch zum Erfolg führt.

Jahrelang kämpfte Grotelüschen mit einer Bürgerinitiative gegen das Projekt Hafentunnel, ein in seinen Augen sachlich überflüssiges und zudem viel zu teures Projekt: am Ende war die neue Straßenerführung doch nicht zu verhindern: „Das ist eben manchmal so. Dafür leben wir in einer Demokratie.“ Aber nicht nur dann, wenn etwas nicht so gut läuft, greift Grotelüschen wichtige

Motivation: „Spaß muss dabei sein, dann kommt der Rest von allein.“ Ob sich das Gespräch um Berufliches dreht oder eher um Privates – zwischendurch kann Grotelüschen blitzschnell ernste Themen unterbrechen und lachen – auch über sich selbst. Wer mit ihm arbeitet, sollte einigermaßen ausgeschlafen sein – Grotelüschen denkt und handelt schnell: „Das Leben ist kurz genug, da muss man Gas geben.“ Auch beim Sport hat er noch keinen Gang zurückgeschaltet: „Die alten Handballer von

früher spielen heute auch Fußball.“ Das tut der Unternehmer durchaus mit Erfolg: Unter anderem wurde er mit seiner U50-Landesmeister in Bremen.

Ehrenamtliches Engagement

Immer häufiger findet er sich dazu noch in der Rolle des Förderers und Unterstützers fußballerischen Nachwuchses. Derartiges ehrenamtliches Engagement ist Grotelüschen wichtig, auch wenn ihm sein sonstiges Engagement nur begrenzt Zeit dafür lässt. „Warten und Zusehen sind nicht meine Stärken. Wenn man sein Umfeld und dessen Menschen mag, muss man sich auch für sie einsetzen.“ (heu)



Ein Unternehmer in der Politik: Weil ihm Freiheit wichtig ist, kam für Jens Grotelüschen nur eine Partei in Frage.

Foto Heumer

An vielen Stellen für die Stadt engagiert

Mit den Wirtschafts Junioren fing das Engagement an: Seit 25 Jahren ist Jens Grotelüschen in vielen für die Stadt wichtigen Organisationen aktiv.

Kein Unternehmer kommt an der Industrie- und Handelskammer vorbei. Mancher mag über die Zwangsmitgliedschaft in der Selbstorganisation der Wirtschaft klagen – Jens Grotelüschen sieht es anders. Kaum hatte er sich selbstständig gemacht, wurde er Mitglied der Wirtschafts Junioren Deutschlands in Bremerhaven. Die Nachwuchs-Organisation der IHK ist der größte Verband junger Unternehmer in Deutschland. Zu Grotelüschen's Aktivitäten zählten unter ande-

rem die Organisation von Gründertagen, er initiierte diverse Arbeitskreise unter anderem in Politik und Wirtschaft; schließlich wurde er WJ-Vorsitzender. Mit 40 ist bei den Junioren Schluss – nun engagiert sich Grotelüschen in der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und im Förderverein der WJ Bremerhaven.

Der Unternehmer kümmert sich aber nicht nur um die Belange der Wirtschaft in der Stadt. Unter anderem gehört er

dem Förderverein des Alfred-Wegener-Institutes und dem Verein Maritimer Denkmalschutz an. Weitere Stationen seines Engagements: Kuratorium zur Förderung des Deutschen Schiffahrtsmuseums, Hochschulförderverein der Hochschule Bremerhaven, Bundesverband deutscher Volks- und Betriebswirte.

Neue Ortsunterkunft

Schließlich ist Grotelüschen auch Mitglied des Aero-Clubs Bremerhaven, auch wenn er wegen Zeitmangels selbst nicht mehr fliegt, sowie in verschiedenen

Sportvereinen als Spieler und Trainer. Eine doppelte Rolle spielt für ihn das Technische Hilfswerk in Bremerhaven. Zum einen ist er Mitglied der Helfervereinigung, die das Engagement der freiwilligen Katastrophenschützer fördert. Zum anderen hat er dazu beigetragen, dass die Einsatzkräfte in Bremerhaven nach jahrelangem Warten eine neue Ortsunterkunft mit modernster Technik und großzügigen Verwaltungs- und Sozialräumen bekamen.

Das Vorhaben wurde über ein Private Placement der GROTELÜSCHEN & WEBER AG finanziert. (heu)



Engagement für eine Stadt einmal anders: In seiner knappen Freizeit betreut Jens Grotelüschen Nachwuchs-Fußballmannschaften und spielt selbst in verschiedenen Teams. Foto I. Bad

25 Jahre Jens Grotelüschen

Gespür für Werte

Ein ausgeprägtes Gefühl für Zahlen sowie ein sicherer Blick für Finanzwerte und ihr Potenzial: Beides ist der Anfang des roten Fadens, der sich seit 25 Jahren durch das unternehmerische Engagement von Jens Grotelüschen zieht – ein Überblick über die Stationen als Geschäftsführer und geschäftsführender Gesellschafter:

- » 1999: Lloyd Unternehmensberatung; Assekuranz Makler Bremerhaven GmbH (2009 mit GROTELÜSCHEN & WEBER AG verschmolzen)
- » 2003: Lloyd Vermögensmanagement Beteiligung GmbH
- » 2007: Haus Am Barkhof Betreuungs- und Verwaltungs GmbH (Alten- und Pflegeheim)
- » 2008: Immobilien Roter Sand GmbH & Co. KG (Konversion von Kasernengelände)
- » 2009: havenhostel Bremerhaven GmbH
- » 2010: Lloyd Sachwert Nordwest GmbH & Co. KG
- » 2011: havenhostel Cuxhaven GmbH
- » 2011: CUX Immo GmbH & Co. KG (Entwicklung, Bau und Vermietung von Hotelimmobilien)
- » 2011: Pegasus 2 Beteiligungs GmbH & Co. Cityfonds KG (Geschlossener Immobilien-Publikumsfonds mit 6 Einzelhandelsimmobilien in Süd- und Westdeutschland)
- » 2011: Neue Energien Bremerhaven-Cuxland eG (Aufsichtsratsvorsitzender)
- » 2014: GROTE MEDIA GmbH & Co. KG (Werbeagentur und Musikverlag)
- » 2014: havenhostel Nordwest GmbH

Seit 2008 ist Jens Grotelüschen Vorstandsvorsitzender der GROTELÜSCHEN & WEBER AG, hervorgegangen aus den Unternehmen Finanz & Wirtschaft Jens Grotelüschen (1994–2000) sowie Grotelüschen Finanz (2000–2010). In dem Unternehmen sind alle Aktivitäten der Finanzberatung, Versicherungsmaklerei und Immobilienvermittlung zusammengefasst.

Auch kleine Projekte stellen große Ansprüche

Es muss nicht gleich das Roter Sand Quartier als größtes privates Neubauvorhaben sein: Auch kleinere Projekte stellen in ihrer Entwicklung und dem Management große Ansprüche.

Die GROTELÜSCHEN & WEBER AG hat darin über die Jahre etliches an Know-how entwickelt.

Von Wolfgang Heumer

Eines der bekanntesten Beispiele ist der Bau der neuen THW-Unterkunft an der Batteriestraße. Mit dem Gebäudekomplex hat das THW Bremerhaven, das mit seinen rund 130 Mitgliedern

wertvolle Arbeit im Bereich der Gefahrenabwehr und des Katastrophenschutzes leistet, nun ein Domizil mit ausreichend Platz für Fahrzeuge, Werkstatt, Lager, Ausbildung, Jugendarbeit und

Verwaltung. Mit dem Umzug ist der Ortsverband mit seinen ehrenamtlichen Helfern – dazu zählen auch eine aktive Jugendgruppe und die Helfervereinigung des THW Bremerhaven – nun endlich an einem Standort untergebracht. Zuvor befanden sich die Leitstelle mit Sozial- und Verwaltungsräumen am Leher Güterbahnhof, die Fahrzeuge und Geräte auf dem ehemaligen Kasernengelände am Roten Sand.

Am neuen Standort stehen dem THW Bremerhaven und der Ölwehr des Havariekommandos zwei Hallen mit je zirka 600 Quadratmetern sowie ein rund 400 Quadratmeter großes Verwaltungsgebäude auf einer Grundstücksfläche von zirka 6500 Quadratmetern zur Verfügung.

Private Investoren

Initiator und Projektentwickler ist die GROTELÜSCHEN & WEBER AG. Das von privaten Investoren im Rahmen eines Private Placements finanzierte Investitionsvolumen beträgt rund drei Millionen Euro.



Die neue Unterkunft des Technischen Hilfswerkes wurde über ein Private Placement finanziert.

Foto J. Grotelüschen



Perfekte Planung von der Idee bis zur Fertigstellung: Olga Gaab gehört bei GROTELÜSCHEN & WEBER AG zum Projektteam, das auch Großvorhaben stemmt.

Foto S. Linke

Räume für die wachsende Stadt

Bremerhaven ist eine wachsende Stadt. In den kommenden Jahren soll die Einwohnerzahl auf mehr als 120 000 Personen wachsen – doch die benötigen adäquaten Wohnraum.

Der Immobilienmarkt wächst – das zeigt das Interesse an Großprojekten wie dem Roter Sand Quartier. Doch auch „gebrauchte“ Immobilien stehen hoch im Kurs. „Die anhaltende Niedrigzinsphase und das Bevölkerungswachstum haben die Nachfrage deutlich ansteigen lassen“, berichtet Vorstandsmitglied Bernd Schomaker.

Das Wirtschaftswachstum in Bremerhaven lässt auch den Bedarf an Gewerbeimmobilien steigen. Die Immobilienvermittlung ist eine der Kernkompetenzen der GROTELÜSCHEN & WEBER AG. „Unser Team ist der Bewertung,

dem Kauf beziehungsweise Verkauf und der Vermietung von Gewerbe- und Wohnimmobilien kompetent“, betont Schomaker die Vielseitigkeit seiner Mitarbeiter.

Hervorragende Marktkenntnisse

Die Bewertung von Immobilien ist dabei die größte Herausforderung, der sich das Team mit besonderer Sorgfalt stellt: „Die Kunden können sichergehen, einen angemessenen Preis für das jeweilige Objekt zu bekommen beziehungsweise zu zahlen“, versichert Schomaker. Die Aktivitäten der Vermittler beschränken sich



Bis zum ersten Spatenstich wie hier für den neuen THW-Standort in Bremerhaven bewältigt GROTELÜSCHEN & WEBER AG den kompletten Planungs- und Finanzierungsbedarf für ein Bauvorhaben.

Foto A. Bechtloff

nicht auf Bremerhaven und das unmittelbare Umland. „Wir sind als Makler im ganzen Nordwesten unterwegs“, betont

der Vorstand. Durch die langjährige intensive Arbeit in der Region verfügen die Mitarbeiter über hervorragende Orts-

und Marktkenntnisse: „Das ist letztlich die Basis unseres Erfolges“, ist Schomaker überzeugt. (heu)

Anzeige
CT Lloyd

Gemeinsam für den Klimaschutz

Strom aus erneuerbaren Energien zu erzeugen, ist kein Thema allein für die Großunternehmen. Seit 2011 zeigt die Genossenschaft Neue Energien Bremerhaven-Cuxland eG, dass umweltfreundliche Aktionen auch im kleinen Maßstab sehr erfolgreich sein können. Unterstützt wird die Genossenschaft in der Projektentwicklung von den Energieexperten der GROTELÜSCHEN & WEBER AG.

Die Genossenschaft bietet Bürgern, Unternehmen, Organisationen und Kommunen der Region die Möglichkeit, sich gemeinsam vor Ort an Energieprojekten zu beteiligen. Zehn Photovoltaik-Anlagen wurden bereits in Betrieb genommen oder übernommen. Zu den Partnern zählt die Gemeinde Beverstedt, die kommunale Dachflächen in Beverstedt und Stubben zur Verfügung gestellt hat.

Nachhaltige Investitionen

Hauptziel der Genossenschaft ist es, gemeinsam lokale und regionale Energieprojekte zu realisieren. Im Rahmen des Genossenschaftsmodells erhalten auch Interessenten, die selbst keine Projekte realisieren können oder wollen, die Möglichkeit, sich an nachhaltigen Investitionen zu beteiligen. Interessierte können mit einer Beteiligung ab 1000 Euro und einem Eintrittsgeld in Höhe von 5 Prozent je Genossenschaftsanteil, Mitglied

der Neue Energien Bremerhaven-Cuxland eG werden. Die lokalen Energie-netzbetreiber müssen den eingespeisten Strom abnehmen. Daraus ergibt sich die Kalkulationsgrundlage für den Geschäftsbetrieb. Somit profitiert nicht nur das Klima, sondern auch die Genossenschaftsmitglieder, die sich über steigende Dividenden freuen. Eine Erweiterung der Geschäftstätigkeiten der Genossenschaft auf andere nachhaltige Energietechnologien wird weiterhin in Betracht gezogen. Zu einem großen Teil haben die Energieexperten der GROTELÜSCHEN & WEBER AG mit ihrem Fachwissen zur Entwicklung der Genossenschaft beigetragen. Jens Grotelüschen ist dort Aufsichtsratsvorsitzender, Heinz Weber Vorstand und Otto Pottmeyer Projektbeauftragter. Neben den Photovoltaikanlagen arbeiten die Projektmanager eng mit Hochschulen und innovativen Unternehmen zusammen. (heu)



Die Genossenschaft beteiligt Bürger an zukunftsreichen Projekten. Von links: H. Weber, W. Herdel, M. Schadmann, J. Grotelüschen, A. Kiwitz, O. Pottmeyer. Foto J. Grotelüschen



Die einst von dem Worpsweder Künstler Heinrich Vogeler gebaute Villa beherbergt heute ein stilvolles Seniorenheim. Foto J. Grotelüschen

Ein Zuhause im Alter

Im Mittelpunkt steht der Mensch – das ist das verbindende Element zwischen Hostels und Senioren-Wohnheimen. Jens Grotelüschen hat beide Arten von Gästehäusern im Programm und nutzt die Synergieeffekte.

Von Wolfgang Heumer

Residenz ist sicherlich der richtige Begriff. Schließlich präsentiert sich die „Residenz Vogeler-Villa“ mit einer gewissen Eleganz. Das Haus in Worpswede hat zudem etwas zu erzählen. Gebaut wurde es von einem der prominentesten Bewohner des Dorfes im Teufelsmoor: Heinrich Vogeler, der mit Paula Modersohn-Becker, Otto Modersohn und Rainer Maria Rilke den Ruf der Künstlerkolonie begründete. Seit 2004 ist das unter Denkmalschutz stehende Haus ein Senioren- und Pflegeheim. Bereits seit 1993 gibt es das Senioren- und Pflegeheim Haus Am Bark-

hof in Osterholz-Scharmbeck, das ebenfalls von Grotelüschen betrieben wurde. Das Haus verfügt über 108 Einzel- sowie 20 Doppelzimmer. Nach zweijähriger Vorbereitung verfügt das Haus seit 2007 über einen neurologischen Fachbereich, in dem insbesondere auch Menschen mit Schädel-Hirn-Verletzungen und Patienten im Wachkoma betreut und gepflegt werden können. Ein drittes Haus in der Region ist das Haus Wilstedt mit 52 Plätzen. In allen Häusern steht das Wohl der Bewohner im Vordergrund. „Unser Ziel ist es, ihnen Lebensbedingungen zu bieten, die

ihnen Wohlgefühl und Sicherheit zugleich vermitteln“, betont Grotelüschen.

Betrieb von Gsteineinrichtungen

Dass er sich als Finanzdienstleister mit Seniorenheimen befasst, ist Ergebnis einer klaren Strategie und Überlegung. Als Projektentwickler und Immobilienexperte kennt er sich bestens mit dem Bau und Unterhalt von Spezialimmobilien aus. Zudem bringt er aus seinen Havenhostel-Projekten Wissen und Erfahrung im Betrieb von Gsteineinrichtungen mit sich. „Da bietet es sich geradezu an, diese Kompetenzen auch für artverwandte Projekte zu nutzen“, sagt Grotelüschen.

Fortgesetztes Engagement

Engagement kann sehr vielfältig und breit gefächert sein. Das zeigt das Beispiel von Edith Uhlig. Sie hat sich viele Jahre und Jahrzehnte für die Förderung des Tierschutzes, die Förderung des Denkmalschutzes und der Denkmalpflege sowie für die Förderung der Jugend- und Altenhilfe eingesetzt.

Mit ihrer bereits 2014 gegründeten Edith-Uhlig-Stiftung setzt Jens Grotelüschen als Stiftungsvorstand zusammen mit Heinz Weber, Bernd Schoma-

ker und Dr. Sven Klook diese Arbeit fort. Wer Edith Uhlig kannte, weiß, dass es sich hierbei um eine echte Herzensangelegenheit der Stifterin handelte.

Zeit ihres Lebens hatte sie eine große Affinität zu Tieren entwickelt, sie liebte Kinder und besaß ein großes Interesse an historischen Gebäuden. Stets war ih-

re Frage: Wie kann ich helfen? Bei der Fragestellung allein hatte Edith Uhlig es zum Glück nie belassen – sondern handelte. Sie berichtete über die damalige Geburt des Eisbärenjungen „Lale“ im Zoo am Meer. Schilderungen aus dem hiesigen Tierheim interessierten die Gründerin ebenso wie die Entwicklungen der zunehmenden Kinderarmut in Deutschland.

Ihre Liebe zu alten Immobilien hat die gebürtige Berlinerin aus ihrer Heimat an die Nordseeküste mitgebracht: Hier

zogen denkmalgeschützte maritime Bauten ihre Aufmerksamkeit an. Die Gründung der Edith Uhlig Stiftung war ihr Weg, ihr Engagement zu leben. „Wir werden ihr ein ehrenvolles Andenken bewahren und die Stiftung in ihrem Sinne weiterführen“, verspricht Grotelüschen.

Die Stiftung setzt die Arbeit von Edith Uhlig fort und sucht dafür weitere Unterstützung: „Zustifter zur Edith Uhlig Stiftung oder Spender leisten wertvolle Hilfe“, betont Grotelüschen. (heu)



Auguststrasse 28a 27576 Bremerhaven
0471 - 50 45 15 82 info@boehlken.com

www.boehlken.com

Richtungsweisende Pläne

Zugegeben – es war eine etwas verrückte Idee, als Jens Grotelüschen den Kopf des Leuchtturms „Großer Vogelsand“ hinter das Havenhostel Bremerhaven transportieren ließ. Doch dahinter stehen attraktive, gewissermaßen richtungsweisende Pläne.

Ein wenig sieht er ja schon aus wie ein Ufo, das auf dem ehemaligen Kasernengelände am Zolltor Roter Sand gelandet ist. 15 Meter hoch, 15 Meter Durchmesser und rot-weiß gestreift ist der frühere Kopf des Leuchtturms kaum zu übersehen. Noch besser als der Anblick von außen ist jedoch die Perspektive von innen: „Das kann ein schicker Treffpunkt und eine neue Attraktion für Bremerhaven werden“, ist Jens Grotelüschen überzeugt. Mit Aussichtsplattform, Ausstellungsfläche und Erlebnisgastronomie soll der „haventurm“ einen völlig neuen Ausblick auf die Seestadt ermöglichen.

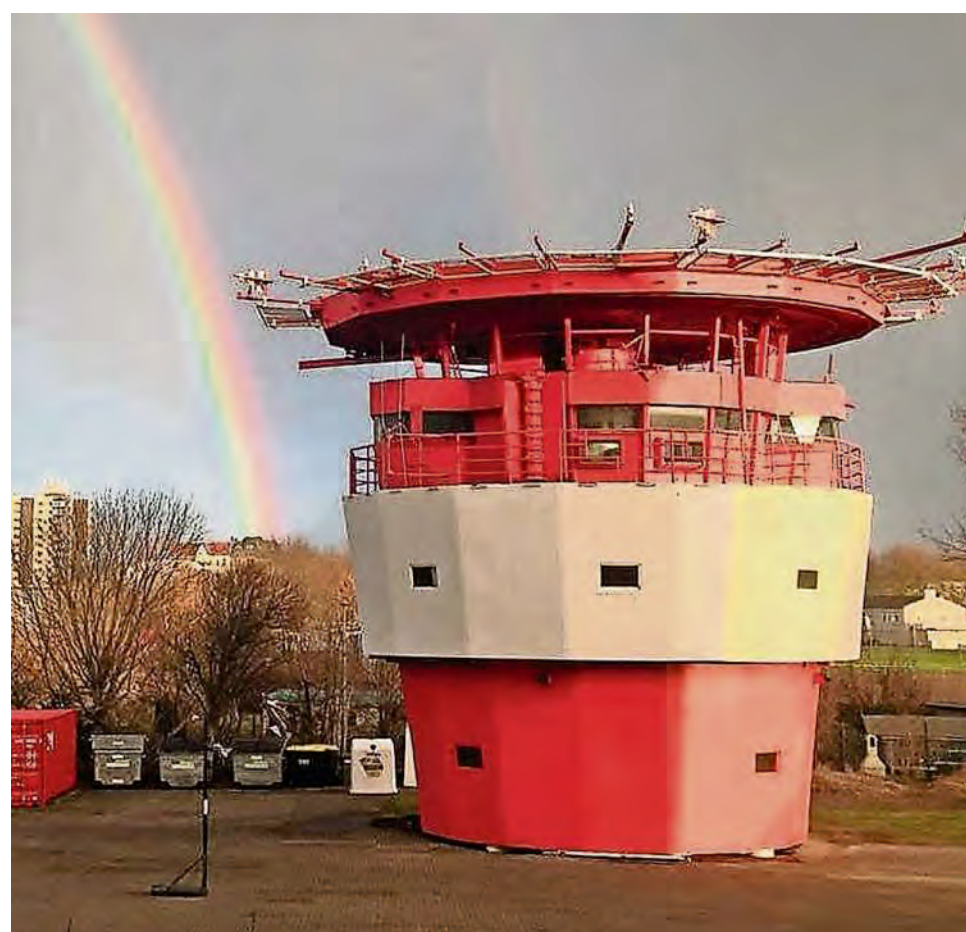
Warnte vor gefährlichste Hindernisse

Mit Baukosten von rund 15 Millionen Mark war der „Große Vogelsand“ der teuerste Leuchtturm, der jemals in deutschen Gewässern gebaut worden ist. Das 1973/74 errichtete Seezeichen warnte vor einer der gefährlichsten Hindernisse in der Deutschen Bucht. Auf den Vogelständen in der Elbmündung vor Cuxhaven sind hunderte Schiffe buchstäblich vom Mahlsand verschlungen worden. Doch das warnende Feuer leuchtete nur knapp 25 Jahre. Ende der 1990er Jahre ließ die Wasser- und Schifffahrtsverwaltung das Licht 45 Meter über dem Meeresspiegel erlöschen – 2008 sollte die gewaltige Metallkonstruktion in Bremerhaven verschrottet werden. Kurz bevor die Schneidbrenner aufflammten, griff jedoch Jens Grotelüschen zu und sicherte sich den Kopf des Leuchtturms. In einer spektakulären Aktion ließ er ihn aus dem Fischereihafen per Schiff und Schwerlastfahrzeugen bis zum heutigen Standort transportieren.

Die Restaurierung des spektakulären Bauwerks schafft aber nicht nur eine neue Touristenattraktion, sondern auch ein wertvolles Zeugnis der Schifffahrtsgeschichte und Technik. Nachdem er den Leuchtturmkopf gekauft hatte, übertrug er ihn dem Förderverein Maritimer Denkmalschutz. Der Verein hat mit seinen Projekten unter anderem das Alte Kraftwerk an der Kaiserschleuse sowie den Druckwasser-Drehkran am Kaiserhafen erhalten.

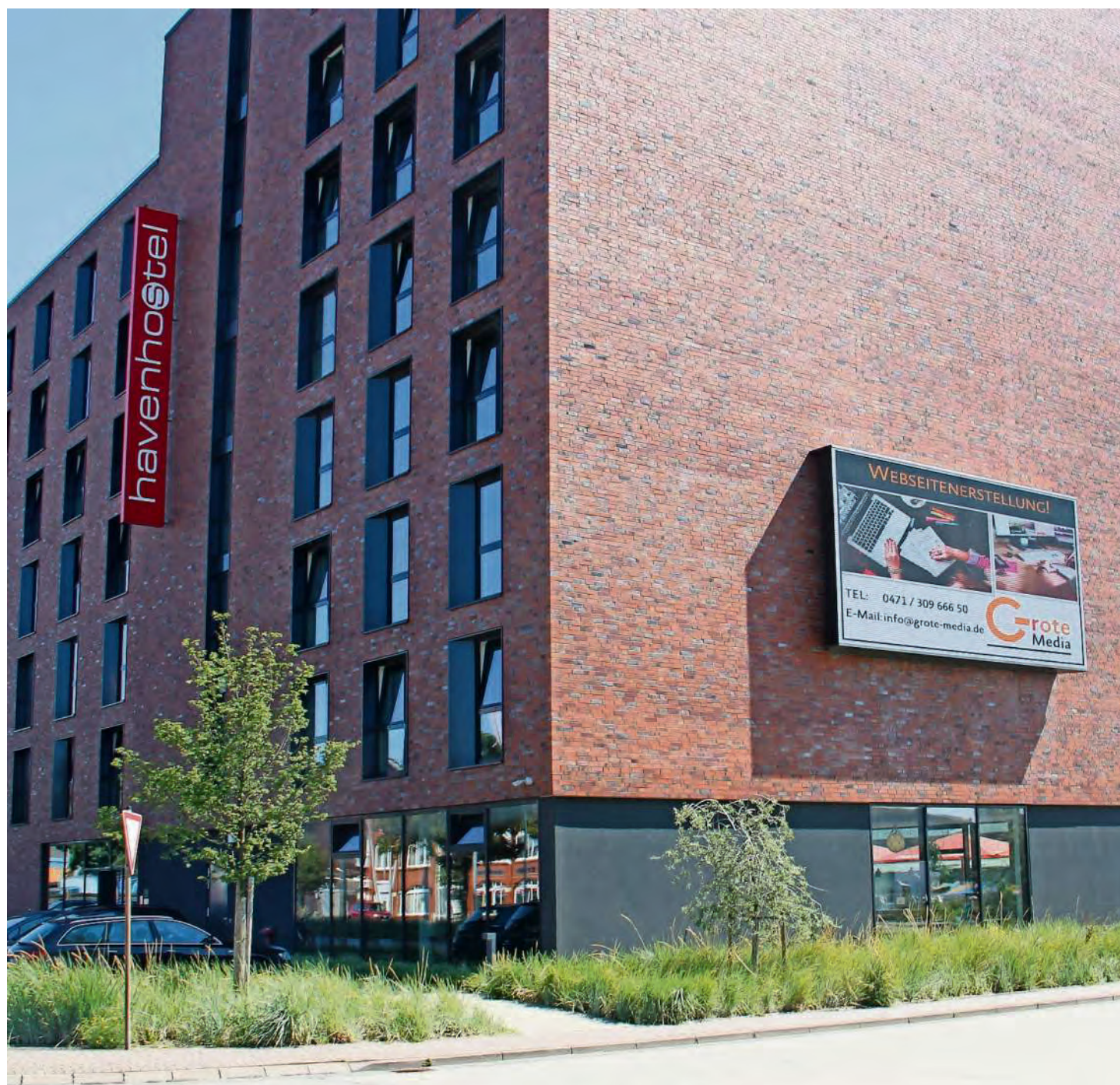
Wertvolles Zeugnis

Wann und in welcher Form die Auferstehung des Leuchtturms beginnt, ist derzeit noch offen und hängt von städtebaulichen Rahmendaten und Fördermitteln ab. Die Pläne sehen vor, dass er auf 40 Meter hoch aufragen und damit nahezu seine alte Höhe bekommen soll. (heu)



Hinter dem Havenhostel steht der Kopf des Leuchtturms „Großer Vogelsand“. Er soll wieder auf 39 Meter Höhe anwachsen.

Foto J. Grotelüschen



Der Riesens Bildschirm am Havenhostel Cuxhaven ist ein echter Blickfang.

Foto S. Linke

Volle Aufmerksamkeit

Viel größer kann die Wirkung nicht sein: Mit einem überdimensionalen Bildschirm an der Fassade zieht das havenhostel Cuxhaven die Blicke der Touristen am Alten Fischereihafen auf sich. Den multifunktionalen Werbeträger hat das Unternehmen GROTE MEDIA geschaffen, das als Medien- und Onlineagentur zu der Firmengruppe von Jens Grotelüschen gehört.

Von Wolfgang Heumer

Eine Affinität zu Medien ist im Finanzdienstleistungs- und Immobiliengeschäft unabdingbar. Schließlich müssen Informationen und Fakten über Projekte und Produkte zum Kunden gebracht werden – sei es in gedruckter Form oder online per Website oder Social Media im weltweiten Datennetz. Eine Affinität zur Medienarbeit entwickelte Jens Grotelüschen schon im Studium, lange bevor er 2004 eine eigene Agentur gründete. „Euro 1“ hieß Anfang der 2000er Jahre das Bremerhavener Unternehmen, das unter dem Schlagwort „In-

teraktives Fernsehen“ in Bremen eine neue Form des Teleshopping entwickeln wollte. Die Idee: Die Zuschauer sollten nicht per Telefon in den TV-Geschäften, sondern über eine direkte Datenverbindung im Dialog einkaufen können.

Verbindung zu Werbeaktionen

Das System war als Abo gedacht, im Preis war eine Set-Top-Box enthalten, die zugleich Videorekorder, DVD-Player und eben der Rückkanal zum Teleshopping sein sollte. „Wir waren wohl der Zeit voraus, das System wäre aber heute

noch für die Shopping-Kanäle interessant“, ist Grotelüschen überzeugt, der damals an dem Euro-1-Projekt beteiligt war. Geblieben ist aber seine Verbindung zu Werbeaktionen und deren technischen Hilfsmittel.

Den Riesen-Bildschirm am havenhostel Cuxhaven vermarktet er über GROTE MEDIA. Ein zweites, Schaufenster-Exemplar steht mittlerweile in Bremerhaven – in der FDP-Geschäftsstelle an der Hafestraße. Die Schwerpunkte der Agentur liegen allerdings auf Social Media - Werbung, Webseitengestaltung- und Betreuung. Der Bereich Design wird gerade ausgebaut.

HYPFACT
mein baugeld
Regionalbüro Bremerhaven
Inh. GROTELÜSCHEN & WEBER AG
Dillinger Str. 3, 27578 Bremerhaven
Tel.: 0471/80 60 077