Ausgabe 20 – September 2018 – **Herausgegeben vom TAGEBLATT**

BUSINESS & PEOPLE

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG

MIT B&P ZUR EXPO REAL: DAS IMMOBILIEN-SPECIAL 2018

INTERVIEW

Hochschulpräsident Shan Fan zum Thema Marke **Seite 2**

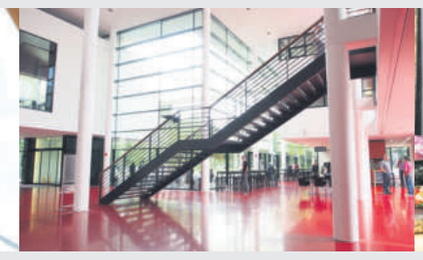
EUROPA

Sigmar Gabriel zu Gast beim AGA Unternehmensverband **Seite 3**

TECHNOLOGIE

Protec baut 3D-Druck in Buxtehude auf **Seite 6**

HANDWERK



Zehn Jahre Elbcampus in Harburg **Seite 10**

KÜCHE

Gastroback: Kochen beginnt im Kopf **Seite 14**

PEOPLE

Wirtschaftssenator Frank Horch tritt ab **Seite 23**

Hier geht es nach oben: Mit 600 Zimmern, allesamt mit Hafenblick, stellt das HIP Hotel Hamburg einen neuen Größenrekord unter den Hotels der Hansestadt auf. Die Fassade im Industriedesign kann bunt angestrahlt werden.

Visualisierung: HC Hagemann /beyond

Zwischen Vision und Realität

Harburgs Techno-Achse wird sichtbar

Autonomes Fahren und Drohneneinsatz – Nach HIP one kommt HIP two – Arne Weber stellt HIP Hotel Hamburg vor

Von Wolfgang Becker

Hamburg und Tourismus, dazu ließe sich eine Menge sagen. Aber Hamburg und Technologie? Dazu sagte in der Vergangenheit vor allem Hamburgs scheidender Wirtschaftssenator, Frank Horch, regelmäßig etwas. Er ist einer der Wegbereiter der Hamburger Innovationparks. Einer davon existiert im Grunde seit Jahren in Harburg. Jetzt bekommt das diffuse, weil örtlich nicht konzentrierte Modell ein Gesicht – mit dem sichtbaren Beginn des Großprojektes Hamburg Innovation Port (HIP) im Channel, mit dem jetzt aktuell von HC Hagemann präsentierten Projekt HIP Hotel Hamburg und vor allem mit einer visionären Idee von Birgit Detig, Geschäftsführerin der Hamburg Invest Entwicklungsgesellschaft. Sie schlägt mit Blick auf den ITS-Weltkongress 2021 vor, die Harburger Technologie-Achse als Pilotzone für autonomes Fahren und den Einsatz unbemannter ziviler Flugsysteme, in diesem Fall Drohnen, auszuweisen. Das Pilotprojekt hätte allerdings angesichts der geringen Zeit zunächst konzeptionellen Charakter. Diese drei Themen markieren den endgültigen Wandel Harburgs vom Industrie- zum Innovations- und Zukunftsstandort.

Rund um die Technische Universität Hamburg (TUHH) existieren zahllose Technologiebetriebe – vom Autozulieferer Daimler über den in die Detig-Idee eingebundenen hit-Technopark und städtische Flächen für Unternehmensansiedlungen bis hin zum Channel Hamburg/Harburger Binnenhafen und zu den neuen Industrieflächen an der Schlachthofstraße. Die Harburger Techno-Achse ist organisch gewachsen und eben nicht Ergebnis einer Technologiepark-Planung am Grünen Tisch.

Die Wachstumsinitiative der TUHH läuft parallel zu dem von HC Hagemann konzipierten HIP, der bereits sichtbare Formen annimmt und in Kürze Raum für weitere, möglichst technologieorientierte Unternehmen bieten wird. Der erste Bauabschnitt wächst zusehends, der zweite wird gerade eingeleitet: Nach HIP one kommt HIP two. Hier kann die Uni wachsen, aber ebenso auch die auf Wissenschaftsunterstützung angewiesene unternehmerische Technologie-Szene. Gerade Herausforderungen wie die Digitalisierung, die Robotik und die allgemeine Automatisierung finden hier ihren wissenschaftlichen Gegenpart.

Mit der Vorstellung des HIP Hotel Hamburg geht der Harburger Unternehmer und Investor Arne Weber, einer der Väter dieser Entwicklung, in Vorleistung und setzt das mit 600 Zimmern größte Hamburger Hotelprojekt in den Binnenhafen. Der bis zu 70 Meter hohe gestaffelte Bau ist für Businessgäste ebenso gedacht wie für Hamburg-Touristen, die nach einem Konzert in der Elbphilharmonie oder nach einem Musicalbesuch günstig, aber komfortabel die Nacht verbringen wollen. So rücken Harburg und die City eng zusammen: Dem Vernehmen nach sieht Webers Konzept den Einsatz einer Schnellfährverbindung Harburg-Landungsbrücken vor.

B&P-Seite 23 (Horch), Immobilien-Special Seiten 3, 8, 12/13, 25

Exklusiv in B&P

Zum WM-Lauf am 13. und 14. Oktober verlost Business & People wieder drei mal zwei Karten an Leser, die sich für Rallycross interessieren und die Weltmeisterschaftsläufe verfolgen möchten. Die Karten gelten für beide Renntage und berechtigen zum Zugang des Zuschauerbereiches sowie des Fahrerlagers - man kommt also ganz nah heran an die Fahrzeuge und die Teams. Teilnahmeschluss ist der 5. Oktober. Wie Sie an Karten kommen, lesen Sie auf **Seite 22**

Show Room 3D-Picture.net

3D PICTURE
3D-DRUCK | 3D-SCAN | 3D-SERVICE
www.3D-PICTURE.net

3D-Scantechnik / Vertrieb und Scandienstleistungen

3D-Drucktechnik / Vertrieb und Druckdienstleistungen
Bauraum 1100*500*820 u. 700*700*1820 mm

Dienstleistungen / Flächenrückführungen CAD Entwicklung

Artec 3D · BUILDER · FLASHFORGE 3D PRINTER · Leapfrog 3D Printers · RAISE3D · SHINING 3D

3D-Picture.net | Bäckerstraße 6 | 21244 Buchholz | Tel. 04181 - 92 89 101
www.3D-Picture.net | E-Mail: dbielert@3d-picture.net

Prof. Dr. h.c. Shan Fan ist Mitbegründer und Gründungspräsident der Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation in Hamburg. In China studierte er traditionelle chinesische Landschaftsmalerei, besuchte dann ab 1984 die Hamburger Kunsthochschule und ist heute Mitglied der Akademie der Freien Künste, Träger der Medaille für Kunst und Wissenschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, Initiator des DACHINA Markendialogs und Marken-Spezialist mit einer ganz besonderen Sichtweise.

Foto: (c) Brand Academy / Marcus Barthel

Marken existieren nur im Kopf

INTERVIEW Prof. Dr. h.c. Shan Fan, Präsident der Brand Academy, über Brand Thinking, Markennamen, Status-Denken und Coca Cola in China

Mit der Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation verfügt die Hansestadt seit 2010 über die weltweit einzige Hochschule, die sich ausschließlich mit dem Thema Marke befasst. Mitinitiator und Gründungspräsident ist Prof. Dr. h.c. Shan Fan – ein international anerkannter Künstler, der in China und Hamburg Kunst studierte. Seit 1984 lebt er in Deutschland. Ein besonderer Mann mit einem ganz eigenen Zugang zum Thema Marketing und mit einem Herz für seine 230 Studenten aus 25 Ländern. Er ist Mitglied der Akademie der freien Künste und Lehrstuhlinhaber für interkulturelle Kunst. Zehn Professoren lehren an der Brand Academy, die ihren Sitz an der Rainvilleterrasse in Altona hat und ihren Studenten nicht nur eine beeindruckende Aussicht auf den Hafen bietet, sondern auch ein Qualitätsstudium garantiert. Mit Shan Fan sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker über jene Begleiter unserer Zeit, die allgegenwärtig sind: Marken.

Welchen grundsätzlichen Stellenwert hat das Thema Marke aus Ihrer Sicht?
Wir leben in einer Ära der Marken. Und werden in Zukunft viel mehr mit Marken zu tun haben. Ich unterstelle sogar Folgendes: Unsere Zukunft wird von Marken bestimmt. Ich habe den Begriff Brand Thinking als Paradigma unseres Handels in die Diskussion gebracht. Ich würde sogar eines Tages die Staatsideologie durch Brand Thinking ersetzen. Die Menschen sollen nicht durch eine Ideologie zu irgendetwas gezwungen werden, sondern durch Marken zum Handeln gebracht werden, wobei: Marken existieren nicht in der Realität, sondern nur in den Köpfen der Menschen.

Da kommen wir gleich auf ein überraschendes, nämlich philosophisches und soziologisches Thema. Es gibt ja durchaus Menschen, die sich gut verkaufen können. Denken Sie an Madonna oder Lady Gaga. Zwei Beispiele für extrovertierte Menschen. Wenn die Marke regiert – geht da nicht der Mensch unter, wenn er sich nicht vermarkten kann?
Das ist eine interaktive Angelegenheit zwischen Konsumenten und Markenschöpfern. Die Menschen haben bestimmte Bedürfnisse. Die Markenschöpfer müssen diese Signale empfangen, kanalisieren und in eine Marke umsetzen.

Wenn wir – einmal theoretisch gedacht – die staatlichen Ideologien abschaffen, müssen die handelnden Menschen dann auch zu Marken werden?
Die handelnden Personen werden zu Markenmanagern. Ich verstehe das so: Legen Sie einmal die staatliche Ideologie egal welcher Couleur beiseite, und stellen Sie sich vor, was die Menschen wollen. Was sind ihre Bedürfnisse? Der Staat als Marke wäre dann nicht ideologisch ausgerichtet, sondern sozusagen kundenorientiert. Oder besser: menschenorientiert. Das ist das, was ich meine.

Marken können also etwas bewegen . . .
. . . ja, für mich existieren Marken schon seit Urzeiten. Ich habe diese Hochschule mitbegründet. Weil ich der Meinung bin, dass die Fakultät der Marken etwas Grundsätzliches ist. Diese Fakultät muss so wichtig und grundsätzlich relevant sein, dass sie nicht in 100 oder 1000 Jahren überholt ist.

Wir brauchen also keine Ming-Dynastie, sondern eine Markendynastie?
Genau. So lange die Menschen existieren, existiert auch die Fakultät der Marken. Vor 5000 Jahren beispielsweise waren die Götter die Marken. Als Stammführer. Auch heute sind Personen wichtig. Produkte, Unternehmen. Städte. Hamburg ist ein typisches Beispiel für die Bildung einer Marke. Pro Jahr kommen immer mehr Touristen. Die Gründung der Hamburg-Marketing-Gesellschaft hat sich gelohnt. Das fasziniert mich. Deshalb habe ich diese Marken-Hochschule gegründet.

Schauen wir uns einmal Produkte an: VW, Nivea, Coca Cola – ist es heute noch möglich, große Marken zu kreieren?
Ich glaube, das ist nicht möglich, denn Marken lassen sich nicht kreieren, sie existieren schon vorher – als Bedürfnisse in den Köpfen der Menschen. Sehr viele Markenschöpfer erinnern mich an einen Zen-Gartengestalter. Der gestaltet den Garten so, dass er vorher gar keinen Plan hat. Er geht 100 Meter in eine Landschaft hinein, nach rechts 100 Meter und sagt: Das ist mein Platz. Dann lässt er Lkw-weise Steine anliefern und sagt irgendwann Stop. Jetzt sind genug Steine da. Dann lässt er wieder welche entfernen. Irgendwann sagt er wieder Stop und fängt an, die Steine zu bewegen. Die nach links, die nach hinten, die enger zusammen. So entsteht der Garten in einem konzeptlosen Prozess. Ich vermute, die meisten Marken sind so entstanden.

Wie wichtig ist der Markenname?
Der ist wichtig! Das ist das A und O. Ein ganz wichtiger Teil.

Coca Cola ist ja nicht Coca Cola, sondern eigentlich nur eine spezielle süße Limonade . . .
Ich verweise mal auf die chinesische Übersetzung von Coca Cola, denn ohne diese Übersetzung wäre Coca Cola in China nicht so gut gelaufen.

Wie ist Coca Cola übersetzt worden?
„Guter Geschmack, gutes Glück." In einer wunderschönen chinesischen Sprache. Dargestellt in vier Schriftzeichen. Allein durch diese Übersetzung ist der Erfolg auf dem chinesischen Markt entstanden.

Das heißt: Coca Cola hat für China eine spezielle Deutung bekommen, die die Bedürfnisse der Menschen exakt getroffen hat – wer hat sich das ausgedacht?
Irgendein Übersetzer. Frei gewählt, aber er hat den Markennamen Coca Cola mit einem positiven Inhalt gefüllt. Der Name der Marke hat deshalb große Bedeutung.

Schaut man sich die abstrakten Kunstnamen von Gründerfirmen speziell im technologisch-digitalen Bereich an, so hat man den Eindruck, einer Horde belangloser und austauschbarer Pokémons zu begegnen. Was raten Sie Gründern für eine gelungene Namensfindung?
Die Namensfindung wird oft unterschätzt. Da sollte mehr Energie darauf verwendet werden. Ein Name, der gut klingt und den Menschen Glück bringt, das ist die halbe Miete. Markennamen sind eine sehr emotionale Angelegenheit.

Ist es nicht sehr schwierig, sich in dieser Welt voller Marken noch positiv abzuheben? Lernen Ihre Studenten, wie das funktionieren könnte?
Ja, das lernen sie. Aber als erstes lernen sie Leidenschaft für das, was sie hier tun. Das ist das Allerwichtigste für einen künftigen Markenkommunikator, - manager oder -gestalter. Das sind hier alles Markenfans. Wie ich auch. Ich bin ein totaler Markenfan und trage zum Beispiel schon seit mehr als 20 Jahren meine Kleidung von einer bestimmten Marke. Alles ist eine Marke. Ich bemühe mich, Marken zu verstehen und für Marken zu begeistern.

Haben Chinesen einen besonderen Hang zur Marke? Erst kürzlich meldete das Handelsblatt, dass sich chinesische Investoren für Steinway interessieren. Das ist kein Einzelfall. Es besteht offenbar ein besonderes Interesse an Marken. Warum?
Statussymbol? Viele reiche Chinesen wollen für ihre Kinder gern ein Instrument von Steinway kaufen. Mit Steinway verbinden sie Erfolg, musikalische Begabung und Status. Die Marke als Statussymbol ist in China noch sehr wichtig. Für mich ist die Marke nicht mit Status verbunden, sondern eine authentische Angelegenheit. Mir ist es egal, ob ein Produkt einen Euro kostet oder 1000, wenn ich merke, das geht mir unter die Haut, dann schafft die Marke eine Form von Identifikation – die Liebe auf den ersten Blick.

Wenn der Volkswagen-Konzern unter den Marken VW, Audi und Seat ein fast baugleiches Modell herausbringt – welches kaufen Sie?
Zunächst mal: keine dieser drei Marken. Aber wenn der Seat zu meiner Identität passt, dann kaufe ich Seat. Da sprechen wir über den Bereich Ästhetik, Geschmack und Sozialisation – ein psychologisches Thema. Ein Beispiel: Wenn ich Brillen kaufe, gehe ich vorurteilsfrei in einen Laden, schaue mir die Modelle an und suche zwei, drei Gestelle aus, die mir gefallen. Zu 99 Prozent lande ich immer bei zwei speziellen Marken – ohne vorher gewusst zu haben, wer der Hersteller ist. Das liegt an Formen, Farben und Gestaltung, die ein gewisses Befinden bei mir auslösen. Da haben wir es wieder: Marken existieren nur im Kopf.

» **Web: www.brand-acad.de**

Von Wolfgang Becker (links) und Wolfgang Stephan.

Editorial

Die Devise der Wirtschaft: Kurs halten in stürmischen Zeiten

Was für eine Zeit: Europa ist so uneins wie noch nie zuvor. Über den Atlantik wehen die Hiobsbotschaften der Kategorie „America first" im Tagesrhythmus nach Europa. Im Südosten schickt sich ein gewisser Herr Erdogan an, die türkische Lira im Bosporus zu versenken. In Deutschland scheint es politisch nur noch die Migrationsfrage zu geben und einen rechten Rand, dessen Frust sich ob dieser vermeintlichen Bedrohung in Hass-Mails, Krawallen und dumpfen Aufmärschen entlädt. Ganz ehrlich: So kann niemand arbeiten.

Die Gesamtsituation und die Reinkarnation längst überwunden geglaubter deutscher Abgrundtugenden machen es auch der Wirtschaft nicht gerade leichter, Kurs zu halten. Unsicherheiten im transatlantischen Verhältnis mit dem großen Bruder Amerika, Vertrauensverluste aller Orten, sich abzeichnende Handelskriege, neue Allianzen und die Infragestellung von bewährten Strukturen und Abkommen entfalten eine durch Verunsicherung geborene ungeahnte Bremswirkung, die sich mit Verzögerung auch in den deutschen Märkten widerspiegeln dürfte.

Da wirkt doch der Blick auf die regionale Wirtschaft geradezu beruhigend. In dieser Ausgabe von Business & People hagelt es wieder Beispiele aus Unternehmen, die trotz der unruhigen Rahmenbedingungen unverdrossen ihren Weg suchen und Mut machen. Nach wie vor brummt der deutsche Konjunkturmotor, auch wenn Pessimisten bereits ein Stottern vorhersagen. Kann sein, muss aber nicht.

Das fünfte B&P-Immobilien-Special

Glücklicherweise ist Kartenleserei in der Wirtschaft verpönt. Hier geht es um Fakten. Dazu zählen die unverändert niedrigen Zinsen, die die Bauwirtschaft zu immer neuen Investitionsprojekten, aber auch die Baukosten und die Mieten in die Höhe treiben. Diesem großen Thema ist das alljährlich zur Expo Real erscheinende B&P-Immobilien-Special gewidmet. Übrigens das fünfte in Folge.

Wer angesichts des Grummelns in der Welt den Mut zu verlieren droht, dem sei der Bericht über die Rede von Ex-Vizekanzler und Ex-Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel beim Europaabend des AGA Unternehmensverbandes in Hamburg empfohlen (Seite 3). Selbst er schlägt nachdenkliche Töne an, aber er sagt auch diesen Satz: „Wir haben das beste Deutschland, das es in der Geschichte dieses Landes jemals gegeben hat!" Arbeiten wir daran, dass es so bleibt.

Eine in diesem Sinne inspirierende Lektüre wünschen Ihnen

Wolfgang Becker und Wolfgang Stephan

Impressum

BUSINESS & PEOPLE

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

CHEFREDAKTEUR: Wolfgang Stephan (verantwortlich)
OBJEKTLEITUNG: Wolfgang Becker
REDAKTION: Julia Balzer, Wolfgang Becker, Martina Berliner, Joachim Matz
KORREKTORAT: Martina Brinkmann, Leonie Ratje
LAYOUT/PRODUKTION: Gunda Schmidt
ANZEIGEN: Sönke Giese (verantwortlich)
VERTRIEB: Achim Preißler
AUFLAGE: 55 000
HERAUSGEBER: Zeitungsverlag Krause GmbH & Co. KG, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade
GESCHÄFTSFÜHRER: Georg Lempke
DRUCK: Pressehaus Stade, Zeitungsdruck GmbH, Glückstädter Straße 10, 21682 Stade

„Es steht viel auf dem Spiel“

Glühender Appell pro Europa: Sigmar Gabriel begeisterte die 300 Zuhörer beim 29. Europaabend des AGA Unternehmensverbands im Börsensaal der Handelskammer Hamburg.

29. Europaabend des AGA Unternehmensverbands in Hamburg: Sigmar Gabriel über die Situation in Europa, die Rolle Deutschlands und die imperial überdehnten USA

AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse: „Wer in Europa unterwegs ist, findet überall ein Stück Heimat.“

Politik trifft Wirtschaft: AGA-Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch (links) und AGA-Präsident Dr. Hans Fabian Kruse nehmen mit Sigmar Gabriel den Gastredner des 29. Europaabends in die Mitte. Fotos: AGA

Er war Ministerpräsident in Niedersachsen, Bundesumweltminister, Bundeswirtschaftsminister, Außenminister, Vizekanzler und SPD-Bundesvorsitzender: Mit Sigmar Gabriel präsentierte der AGA Unternehmensverband beim 29. Europaabend im Börsensaal der Hamburger Handelskammer ein politisches Schwergewicht im Ruhemodus. Gabriel hat heute keine politischen Ämter mehr – was nach seiner Rede so mancher der 300 geladenen Gäste im Saal bedauert haben dürfte, denn was der Ehrengast zu sagen hatte, ging unter die Haut und stimmte nachdenklich. Dabei hatte Dr. Hans Fabian Kruse, Präsident des AGA, das Feld in seiner Begrüßungsrede bereits gut vorbereitet und auf die teils bedenkliche Nachrichtenlage mit Themen wie Brexit, Strafzölle, Nationalismus und internationale Wirtschaftskrisen hingewiesen. Er sagte dennoch den schönen Satz: „Wer in Europa unterwegs ist, findet überall ein Stück Heimat“. Folgt man Gabriel, ist diese Heimat an vielen Fronten bedroht – und deshalb umso schützenswerter.
Gabriel startete seinen Vortrag mit einer rhetorischen Frage: „Welche Botschaft zu Europa senden wir in unser eigenes Land? Ist alles schlecht? Oder haben wir Grund, stolz zu sein?“ Die Antwort gab es selbst: „Ich sage den Menschen: Lasst euch nicht irritieren! Wir haben das beste Deutschland, das es in der Geschichte des Landes jemals gegeben hat. Darauf kann man stolz sein und es den Leuten sagen, die täglich in diesem Land ihre Arbeit machen.“

Aus Feinden wurden Freunde

Für Gabriel ist wirtschaftlicher Erfolg „eine der zentralen Voraussetzungen, um Europa durch diese Zeit zu bekommen“. Und alle Europäer sollten sich einmal daran erinnern, welchen Schatz sie mit Europa tatsächlich haben. Gabriel: „Gibt es irgendeinen Ort auf der Welt, an dem Nationen so friedlich miteinander leben? Da wird Ihnen nichts einfallen. In Europa sind aus erbitterten Feinden erst Partner, dann Freunde geworden. So einen Ort finden wir nirgendwo sonst auf der Welt. Und dass wir Deutsche nach den beiden Weltkriegen zu diesem Projekt eingeladen wurden, erforderte viel Mut.“ Die Väter von Europa hätten gewusst, dass es hier um Leben und Tod ging. Sie wollten keinen dritten Weltkrieg riskieren. Gabriel weiter: „Mitterand hat damals gesagt: Nationalismus bedeutet Krieg. Daran müssen wir uns erinnern, in einer Zeit, in der Nationalismus in vielen Ländern Europas wieder an Attraktivität gewinnt. Es steht viel auf dem Spiel.“
Aus Sicht des SPD-Politikers steht Europa erstmals an der Schwelle, an der es scheitern könnte. Das Staatenbündnis sei ganz wesentlich eine Erfindung der Amerikaner gewesen, heute stehe das transatlantische Bündnis mit den USA zur Disposition. Gabriel: „Das, was Trump, und vor ihm schon Obama, kritisiert, nämlich die wirtschaftliche Stärke Europas, war damals bewusst so angelegt worden, um uns zu integrieren. Heute fühlen sich die USA ‚imperial overstretcht‘.“

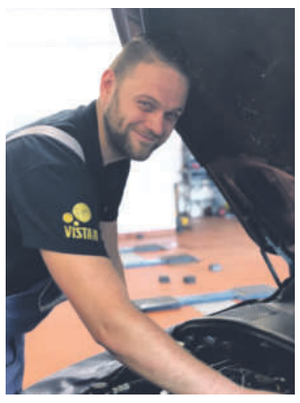
Die USA werden sich verändern

Dieser Begriff aus der Staatstheorie meint die imperiale Überdehnung von großen Mächten, die geopolitisch überall präsent sind, sich zugleich aber materiell überfordert sehen. In der Folge tritt nationale Stärke an die Stelle internationaler Regeln – live beispielsweise zu beobachten in den separatistischen Ansetzbewegungen der Trump-Administration mit Blick auf WTO und Nato. Gabriel sieht die Rückzugsbewegungen der USA und prognostiziert. „Die USA werden sich verändern. Schon in einigen Jahren werden die Amerikaner nicht mehr mehrheitlich europäische, sondern asiatische, lateinamerikanische und afrikanische Wurzel haben.“ Kurz: Auf den transatlantischen Partner als Weltpolizei ist absehbar kein Verlass mehr. Gabriel gab mehrere Beispiele für Rückzugsbewegungen der USA aus Krisengebieten und folgert daraus: „Wir werden uns einmischen müssen.“ Im Sinne von mehr Verantwortung übernehmen. Dazu müssten gerade die Deutschen lernen, dass Europa nicht aus wenigen Großen, sondern auch vielen Kleinen bestehe. „Wir müssen uns in die Schuhe der kleinen Mitgliedsstaaten stellen, um die zu verstehen.“ Nicht alles, was in Deutschland als große Errungenschaft gefeiert wird, kommt bei den kleineren Nachbarn gut an. Und: Für Polen sei die nationalstaatliche Frage beispielsweise eine ganz andere als für Deutschland – eine Folge der Geschichte, in der Polen phasenweise gar nicht mehr existierte.

Wir sind die Nettogewinner

Gabriel weiter: „Und wir müssen aufhören, die falschen Geschichten zu erzählen: Wir sind nicht die Nettozahler der EU, sondern wir Deutschen sind die Nettogewinner der EU. Und wir werden einen Teil unseres Wohlstandes in die EU reinvestieren müssen – in Bildung, Sicherheit und Entwicklungspolitik.“ Weiter: „Durch Europa haben alle mehr – auch die, die mehr geben.“ Gabriels Appell an die versammelten Wirtschaftsvertreter: „Reden Sie darüber mit Ihren Mitarbeitern! Zum Beispiel bei der nächsten Betriebsversammlung.“ wb

» **Web: www.aga.de**



Christoph Orczech entschloss sich erst spät zu einer Ausbildung. Den Schritt hat er bis heute nicht bereut.

Filialleiter Stefan Benz (rechts) wusste schon früh, dass er seinen Auszubildenden unbedingt behalten möchte.

Auch sie bleibt dem Autohaus Bröhan treu: Anna Borgmann (links) arbeitet jetzt unter anderem mit ihrer früheren Ausbilderin Jessica Bellmann zusammen. Fotos: Julia Balzer

Win-win Situation für Azubi und Betrieb

Für Unternehmen wie das Autohaus Werner Bröhan ist es ein Glücksfall, wenn gute Auszubildende nach der Lehrzeit übernommen werden möchten – Anna Borgmann und Christoph Orczech haben dafür gute Gründe

Sich bei der Arbeit wohlfühlen, ist mir das Wichtigste“, sagt Anna Borgmann und freut sich darüber, dass eigentlich alles so weiterläuft wie in der Ausbildung – aber die „Lohntüte“ voller ist. Schon früh stand für die Altländerin fest, dass sie im direkten Anschluss an ihre Ausbildung im Autohaus Werner Bröhan gerne in Jork-Königreich bleiben möchte. „Das Arbeitsklima, die Kollegen, die Aufgaben und das Produkt gefallen mir einfach“, sagt die 19-Jährige, die im Sommer ihre Ausbildung zur Kauffrau für Bürokommunikation beendet hat und seitdem unter anderem ihrer Ausbilderin Jessica Bellmann (35) zur Seite steht. Sie war es auch, die der Auszubildenden schon früh interessante Aufgaben und Verantwortung übertragen und sie gefördert hat. Aus gutem Grund: „Wir wollten sie behalten“, war sie sich von Anfang an sicher. Auch für Filialleiter Stefan Benz vom Standort Stade-Wiepenkathen ist es angesichts des Fachkräftemangels im Handwerk ein Glücksfall, dass sein Ex-Azubi Christoph Orczech dem Betrieb erhalten bleibt. Der Kfz-Mechatroniker schätzt es, dass der Familienbetrieb den Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld bietet, in dem auch er sich wohlfühlt und sich entfalten kann. Der Entschluss, weiterhin hier zu arbeiten, war ein wohlüberlegter Prozess, in dem er Antwort auf die Frage „Was kommt danach?“ suchte. Er kam zu dem Ergebnis, dass sich im Autohaus Werner Bröhan gute Fortbildungsmöglichkeiten bieten. „Das nächste Ziel ist die Meisterschule“, sagt der 29-Jährige, der erst relativ spät für sich erkannte, dass eine Ausbildung eine notwendige Voraussetzung für höhere Ziele ist.

Volvo und Hyundai

Für Stefan Benz sind auch die beiden aufstrebenden Automarken Volvo und Hyundai dafür verantwortlich, dass sich junge Menschen für den Familienbetrieb Bröhan entscheiden. „Hyundai hat sich in den vergangenen zehn Jahren rasant entwickelt und überrascht von Modell zu Modell mit immer mehr Qualität und Individualisierungsmöglichkeiten“, sagt er. Und Volvo? Mit der Einführung eines neuen Werkstattkonzepts, dem VPS Volvo Personal Service, kann sich Christoph Orczech auf noch mehr Teamarbeit und intensiven Kundenkontakt freuen.
So wie für Anna Borgmann das vielfältige Aufgabengebiet und die Übernahme von Verantwortung Anreize zum Bleiben sind, sind für Christoph Orczech überbetriebliche Lehrgänge und die interessanten Neuerungen international erfolgreicher Automarken gute Gründe, im Ausbildungsbetrieb weiterzuarbeiten. Beiden stehen Mentoren zur Seite, die sie auch weiterhin begleiten und dafür sorgen, dass bei aller Professionalität die familiäre Atmosphäre erhalten bleibt. bal

» **Web: www.autohaus-broehan.de**

KOLUMNE

Helios

Business & Health

Von **MATTHIAS SEACK**, Chefarzt der Abteilung für Unfallchirurgie und orthopädische Chirurgie Helios Mariahilf Klinik Hamburg

Gesund und mobil bis ins hohe Alter

Dank des medizinischen Fortschritts können wir uns in der heutigen Gesellschaft auch über ein längeres Leben freuen: Männer werden im Schnitt 78 Jahre alt, bei Frauen beträgt die durchschnittliche Lebenserwartung 83 Jahre. Das ist eine positive Entwicklung – genau so wichtig ist es aber auch, noch bis ins hohe Alter schmerzfrei mobil zu bleiben. Was können wir also für unsere Gelenkgesundheit tun? Egal ob Handwerker, Managerin oder Lehrer: Wir alle wünschen uns einen gesunden Lebensabend. Dabei hat unser Lebensstil einen enormen Einfluss auf unseren Alterungsprozess. Eine echte Volkskrankheit, die oftmals bei Menschen über 50 auftritt, ist Arthrose: Bei dieser Gelenkerkrankung verschleißt der Knorpel, der zwischen den beiden Knochenenden liegt und wie eine Schutzschicht funktioniert. Prinzipiell können alle Gelenke betroffen sein, häufig tritt Arthrose jedoch an Knie und Hüfte auf. Bei einer fortgeschrittenen Arthrose kann sich der Knorpel so stark zurückbilden, dass beide Knochen direkt aufeinander reiben – das verursacht heftige Schmerzen, das Gelenk wird steif. In manchen Fällen hilft dann nur noch ein künstliches Gelenk.

Jungbrunnen Sport

Es gibt einige beeinflussbare Risikofaktoren, auf die Sie achten können, damit es erst gar nicht zur Prothese kommen muss. Sport zum Beispiel ist ein wahrer Jungbrunnen. Wer regelmäßig Ausdauersport betreibt, hält sich nicht nur fit, sondern stärkt auch das Herz-Kreislauf-System. Außerdem wird durch ausreichend Bewegung die Nährstoffversorgung der Knorpel optimiert, das wirkt dem Abbau entgegen. Ideal sind Sportarten mit wechselnder Belastung wie Schwimmen oder Nordic-Walking. Eine dauerhafte einseitige Belastung sollten Sie bei der Auswahl Ihrer sportlichen Aktivität besser vermeiden. Hier kann Sie Ihr behandelnder Arzt individuell aufklären.
Ein weiterer positiver Nebeneffekt: Regelmäßige Bewegung beugt Übergewicht vor. Je höher das Gewicht auf der Waage, desto mehr Last müssen die Gelenke dauerhaft tragen. Ein normales Gewicht erreichen Sie neben dem Faktor Bewegung auch durch eine gesunde Ernährung. Bringen Sie Abwechslung in den Speiseplan, greifen Sie öfter zu Fisch, Obst und Gemüse anstatt zu deftigem Fleisch und zuckrigen Nachspeisen. Und vergessen Sie nicht, ausreichend zu trinken.
Setzen Sie sich auch im zunehmenden Alter noch Ziele, das hält Körper und Geist fit. Sei es eine Fahrradtour, das Erlernen einer Fremdsprache, die Mitgliedschaft im Chor: Lernen Sie etwas Neues, bleiben Sie neugierig. Ich wünsche Ihnen alles Gute – und vor allem Gesundheit.

» **Fragen an den Autor? unfallchirurgie.mariahilf@helios-gesundheit.de**

Ein Ort der Wissenschaft: Der Mittelstandskongress findet in den Räumen des Zentralgebäudes der Leuphana Universität statt.

Sie zeichnen für den Mittelstandskongress der Sparkasse Lüneburg verantwortlich: Janina Rieke, Leiterin der Businessbank, und Michael Pistohl, Leiter Mittelstand.

Antworten auf die drängenden Fragen der Unternehmer

SAVE THE DATE Sparkasse Lüneburg veranstaltet am 28. März 2019 den ersten Mittelstandskongress – für Entscheider aus der Metropolregion Hamburg

Der Titel passt in die Zeit und steht für ein Paradigma im Hochlauf der Digitalisierung: „Wirtschaft trifft Wissenschaft – Impulse von Vordenkern für Unternehmer und Entscheider aus Lüneburg und der Metropolregion Hamburg“. Unter dieser Überschrift veranstaltet die Sparkasse Lüneburg am 28. März 2019 ihren ersten Mittelstandskongress. Die Vorbereitungen laufen bereits auf Hochtouren. Das Kongressthema nimmt die Notwendigkeit auf, dass Wirtschaft und Wissenschaft enger zusammenrücken müssen, um den Wirtschaftsstandort Deutschland auch in Zukunft zu einem Erfolgsmodell zu machen. Die Veranstaltung findet im Zentralgebäude der Leuphana Universität statt – einem Ort der Wissenschaft.

Information, Diskussion und Netzwerk

Begleitet wird der Kongress vom Team der Businessbank innerhalb der Sparkasse. Janina Rieke, Leiterin der Businessbank, und Michael Pistohl, Leiter Team Mittelstand, gaben B&P vorab Einblick in die Planungen der Veranstaltung, die auf 300 Teilnehmer ausgelegt ist und ganz bewusst Arbeitscharakter hat. Das Ziel: Eine echte Informationsplattform zu schaffen, die das Knüpfen von Kontakten und das Führen von Diskussionen ermöglicht. Der Kongress ruht auf den drei Säulen Information, Diskussion und Netzwerk.

Michael Pistohl: „Im Mittelpunkt stehen zwei zentrale Vorträge von visionären Keynote-Speakern. Prof. Dr. Thomas Straubhaar von der Universität Hamburg wird zum Thema Globalisierung sprechen, Jan Berger vom ‚2bAHEAD Think Tank‘ wird über Strategien für eine erfolgreiche Zukunftsausrichtung von Unternehmen referieren. Flankiert werden die Reden von einem hochkarätigen Workshop-Programm.“ Ein knappes Dutzend 45-Minuten-Workshops soll vor und nach den Vorträgen parallel in drei Etappen angeboten werden. Das heißt: Jeder Kongressteilnehmer hat aufgrund der zeitlichen Staffelung maximal drei Angebote zur Auswahl.

Der Kongress nimmt Fragen aus dem Bereichen Handel, Dienstleistung und Produktion auf und wird sich mit Vertriebsfragen ebenso beschäftigen wie beispielsweise mit Cyberkriminalität, Erbschaftssteuer, Unternehmensnachfolge, Online-Marketing, Digitalisierung und Personalthemen. Ein buntes wie interessantes Spektrum für Unternehmer und Führungskräfte aus der Region.

Was beschäftigt den

Unternehmer ganz konkret?

Der Lüneburger Mittelstandskongress richtet sich ausdrücklich auch an Teilnehmer aus der Metropolregion Hamburg und will die drängenden Fragen aus der Wirtschaft aufgreifen. Janina Rieke: „Wir haben uns ganz bewusst gefragt, was den Unternehmer heute konkret beschäftigt. Dabei spielen neben der Digitalisierung auch die Themen Internationalisierung und Mitarbeiter- beziehungsweise Bewerbermotivation eine große Rolle. Das Thema Robotic im Blickwinkel der Künstliche Intelligenz wird von uns in einem der Workshops ebenfalls aufgegriffen.“

Die Sparkasse Lüneburg ist zurzeit dabei, Partner aus der Wirtschaft ins Boot zu holen. Sie haben die Möglichkeit, sich an einem Marktplatz auf dem Kongress zu beteiligen – ein kompaktes Messeformat, das im Foyer des Libeskind-Gebäudes angeboten wird. Der Kongress bekommt damit zugleich eine Plattform-Funktion für den Mittelstand. Im Rahmen des Marktplatzes wird auch für die Verpflegung gesorgt. Michael Pistohl: „Das wird der Ort sein, an dem Teilnehmer ins Gespräch kommen können. Wir gehen fest davon aus, dass sich an so einem Tag neue Kontakte ergeben, die dann sogleich abseits des Programms vertieft werden können.“ Die Sparkasse Lüneburg hofft, dass sich aus Kooperationen Innovationen ergeben und möchte dazu die Kontakt-Gelegenheit schaffen. Der Kongress beginnt um 10.30 Uhr und endet mit einem gemeinsamen Ausklang ab 18 Uhr. wb

- Der Ticket-Verkauf beginnt ab November
- » **Web: www.sparkasse-lueneburg.de**

Mit dem Handscanner werden die Daten von Objekten erfasst, um diese im 3D-Druck zu reproduzieren oder auch einem digitalen Archiv zuzuführen. Hier wird ein skelettierter Schädel gescannt. Rechts: Das Foto zeigt die Rohlinge der Skulpturen, die nach dem Ausdrucken weiteren Arbeitsschritten unterzogen werden – beispielsweise um die Oberfläche zu glätten und zu grundieren.

digital KONKRET
digital@business-people.de

2 Kraken
+ 3 Haie
+ 1 Garnele
+ 1 Tintenfass
= 30 Gigabyte

Die Kunst des 3D-Drucks: ProTec reproduziert Skulpturen von Meese, Richter und Tal R für das Kunsthaus Stade

Nach „Die Peitsche der Erinnerung“, einer denkwürdigen Ausstellung, die dem Kunsthaus Stade 2006 als Intro einen an die Wand genagelten Maulwurf bescherte, hat das Stader Kunstpublikum just wieder einen Auftritt von Jonathan Meese und Daniel Richter überstanden – dieses Mal im Trio mit Tal R. Unter dem Titel „Bavid Dowie“ (in Anlehnung an David Bowie) ließen die Provokateure der deutschen Malerszene ihrer Kreativität freien Lauf und ermöglichten dem Buxtehuder Unternehmen ProTec, ein denkwürdiges Referenzobjekt im 3D-Druck vorzustellen. ProTec-Geschäftsführer Mirco Schulz: „Wir haben eine 3D-Druck-Serie einer etwa 30 Zentimeter hohen Skulptur angefertigt, eine Arbeit, die unsere Rechner an den Rand ihrer Leistungsgrenze brachte. Dieses Objekt war eine echte Herausforderung.“

Natürlich hat auch die Skulptur eine Vorgeschichte. Das Künstlertrio, bekannt für absolut abgefahrene Aktionen, hatte sich bei der Ausgestaltung der musealen Räume maritim verkleidet – als Krake, Hai und Riesengarnele. Vermutlich entstand aus diesem Outfit die Idee, eine kleine Skulptur aus Gummitieren zusammenzukleben. Zwei Kraken, drei Haie und eine Garnele bilden eine skurrile maritime Pyramide. An der Spitze thront ein Tintenfass. Ein Solo für Heißklebepistole. Und eine Herausforderung für den 3D-Scan. Schulz: „Das Objekt hat keine geraden Linien, stattdessen Hohlräume. Da es von allen Seiten gescannt werden muss, war es sehr aufwändig, bis alle Teile als komplett zusammengefügte Datei im Rechner vorlagen.“

Drei Stunden gerechnet

Die Schleich-Tier-Skulptur – das Original ist übrigens nicht ausgestellt, sondern wird verschlossen verwahrt – diente als Vorlage für 47 Eins-zu-Eins-Duplikate (nummeriert von 1/47 bis 47/47, nur für den öffentlichen Verkauf) sowie 20 Künstlereditionen, die ProTec ausdrucken sollte. Schulz: „90 Stunden dauerte es, bis wir das Objekt im Rechner druckfähig aufbereitet hatten. Die Datei ist 30 Gigabyte groß. Wir haben hier wirklich leistungsfähige Rechner, aber das sprengte dann doch den Rahmen. Wir mussten technisch aufrüsten, eine neue Grafikkarte und zusätzlich Speicherplatz einbauen, um diesen Auftrag zu bewältigen. Trotzdem rechnete der Computer drei Stunden lang, bis die Datei fertig war.“

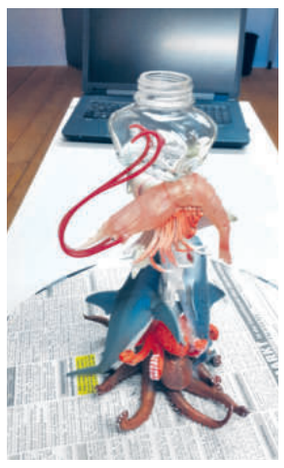
130 Stunden brauchte der Drucker, um zwei Skulpturen in einem Arbeitsgang Schicht um Schicht aus ABS-Kunststoff aufzubauen – so dauerte es mehrere Monate, bis die Serie komplett vorlag. Das vergleichsweise komplizierte Gebilde ist mit einer Stützgeometrie ausgestattet, die nach dem Druck einen Tag lang im Säurebad aufgelöst wird. Dann erst ist der Rohling fertig, der nun noch ein Finish erhält, das kleine Unebenheiten zu einer glatten Oberfläche verschmilzt. Nach der Grundierung geht die Skulptur an die Künstler, die aus jedem Rohling durch farbliche Akzente ein Einzelstück machen. Die werden nun im Kunsthaus Stade zum Preis von 980 Euro angeboten.

ProTec-Geschäftsführer Mirco Schulz baut mit dem 3D-Druck einen weiteren Geschäftszweig in Buxtehude auf.

Der 3D-Trupp von ProTec

Mirco Schulz: „Für uns ist dieser Auftrag schon etwas Besonderes, denn er hat uns an die technischen Grenzen geführt und zudem gezeigt, wie wir beispielsweise beim Scannen durch ein paar technische Finessen auch versteckte Strukturen erwischen können. Wir haben viele Erfahrungen gesammelt.“

Der ProTec-Geschäftsführer ist selbst Teil eines vierköpfigen Teams, das den 3D-Druck in dem auf NC-Maschinen-Programmierung spezialisierten Ingenieurbüro etablieren will: „Andreas Teßmann und ich kümmern uns speziell um den Druck, Jan Hochmuth und Daniel Dittmer konzentrieren sich vor allem auf das Scannen.“



Das Original: So sieht die Skulptur aus, die das Künstlertrio aus Gummitieren und einem Tintenfass zusammengeklebt hat. Jetzt steht sie im Safe.

Fotos: ProTec / Wolfgang Becker (1)

Industriekunden im Fokus

Skulpturen gehören normalerweise nicht zu dem Kreis der 3D-Produkte, die ProTec künftig herstellen will. Mirco Schulz: „Hier tut sich ein neuer Markt für Industrieanwendungen auf. Das Exponat war für uns ein komplexes Testobjekt. Wir kommen aus dem Flugzeugbau und wollen uns mit dem 3D-Druck ein weiteres Geschäftsfeld erschließen. Dabei kann es um spezielle Ersatzteile gehen, die im Handel nicht mehr zu bekommen sind. Oder auch um Bauteile beispielsweise von Oldtimern. Sogar aus zerbrochenen Teilen können wir Scans herstellen, die anschließend die Reproduktion des Originalbauteils ermöglichen.“ Bei ProTec melden sich aber durchaus auch Privatkunden, die beispielsweise Verkleidungen von Motorrädern oder vergriffene Spezial-Kunststoffteile im Möbelbau reproduzieren lassen. Hauptzielgruppe sind dennoch die Industrie und das produzierende Gewerbe, denn der Reiz liegt in der speziellen Sonderteilefertigung und in der Bestellung von Kleinstserien. Das Erstellen der Scan-Datei und das Drucken berechnet ProTec getrennt. Das heißt: Das Einzelstück ist vergleichsweise teuer, weil sich die Scan-Kosten nicht auf eine Serie verteilen lassen. Mirco Schulz: „Der Vorteil: Liegt die Datei erstmal vor, ist es ein Leichtes, weitere Duplikate nachzubestellen.“ wb

» **Web: www.nc-protec.de**

25
#tutech25
MIT UNS WERDEN STARTUPS ZU UNTERNEHMEN
Finden Sie mit Tutechs Gründerunterstützung Antworten auf grundlegende Fragen für Ihre erfolgreiche Existenzgründung.
Wir bieten nicht nur Startups 25 Jahre Erfahrung in Forschung, Produktion, Vermarktung und Fördermittelberatung. Gemeinsam mit Experten aus Hochschulen, Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung sind wir Ihr effizienter Innovationspartner.
Wir danken unseren Kunden, unseren Partnern und unseren Gesellschaftern für 25 Jahre vertrauensvolle und innovative Zusammenarbeit.
TUTECH
TUTECH INNOVATION GMBH
Harburger Schlossstr. 6-12
21079 Hamburg, Germany
TUTECH.DE

Nummer eins ist da: NDoor-Geschäftsführerin Astrid Nickels und Dennis Redmer, Nutzwagenverkäufer bei Mercedes Tesmer in Buxtehude, vor dem neuen Sprinter mit Mercedes Pro Connect.

Fotos: Wolfgang Becker

digital KONKRET
digital@business-people.de

Dennis Redmer zeigt auf das große Display im NDoor-Sprinter, über das die Online-Kommunikation und die Navigation laufen.

Sim-Karte mit 143 PS

Buxtehude: Mercedes Tesmer stellt die NDoor-Flotte auf das System Pro Connect um

Wer im Außendienst arbeitet oder aber Mitarbeiter im Außendienst beschäftigt, braucht vor allem zweierlei: verlässliche Mobilität und verlässliche Kommunikation. Mit dem kostenlosen Dienstleistungskonzept für Betreiber von Fahrzeugflotten (Vito und Sprinter) verbindet Mercedes Benz Unternehmen mit ihren Fahrzeugen. Und das geht so: In den Fahrzeugen ist eine SIM-Karte eingebaut, über die vorher definierte Daten sowohl ans Unternehmen als auch an Mercedes übermittelt werden. Dennis Redmer, Verkäufer für Transporter bei Mercedes Tesmer in Buxtehude: „So wissen wir bereits frühzeitig, dass beispielsweise die Bremsbeläge ausgetauscht werden müssen. Beim nächsten Werkstatt-Stop ist alles vorbereitet – das Fahrzeug steht in kürzester Zeit wieder für den Kunden zur Verfügung."

Das Buxtehuder Unternehmen NDoor, ein Spezialist für Industrietorsysteme, rüstet jetzt die Außendienstflotte mit neuen Sprintern aus. Neun von 18 Fahrzeugen werden ausgetauscht – der erste Sprinter mit dem System Mercedes Pro Connect ist gerade ausgeliefert worden. Das Fahrzeug hat Vorderradantrieb, 143 PS und eine SIM-Karte. Redmer: „Über eine App auf dem Handy, dem Tablet oder dem PC kann sich der Kunde ins System einloggen und auf alle Fahrzeugdaten zugreifen – Standort, etwaige Fehlermeldungen, Tankinhalt, Ölstände und vieles mehr. Er sieht auch, ob die Türen offen oder verschlossen sind und kann das Fahrzeug sogar aus der Ferne abschließen."

Für die NDoor-Geschäftsführerinnen Astrid Nickels und Regina Hinrichsen ergeben sich aus der Datenübermittlung wesentliche Vorteile: „Unser Ziel ist es, einen reibungslosen und verlässlichen Kundendienst zu gewährleisten, damit wir als Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben. Wenn ein Kunde einen Servicemitarbeiter benötigt, weil sich beispielsweise ein Tor nicht schließen lässt und beschädigt wurde, dann ist schnelles Handeln notwendig. Jetzt können wir sofort sehen, welcher unserer Mitarbeiter am nächsten dran ist und entsprechend disponieren. Pro Connect ist für uns ein großes Servicethema."

Daten frühzeitig abgesetzt

Stichwort Service: Auch in entgegengesetzter Richtung ergeben sich Vorteile, denn bereits 1000 Kilometer vor dem nächsten fälligen Service für den Sprinter setzt das System eine entsprechende Meldung an Tesmer ab. Dennis Redmer: „Also können wir den Servicetermin frühzeitig und außerhalb der Arbeitszeit des Außendienstes einplanen und unserem Kunden ein entsprechendes Angebot zukommen lassen."

Pro Connect ist ein Ergebnis der fortschreitenden Digitalisierung. Moderne Fahrzeuge produzieren ohnehin jede Menge technischer Betriebsdaten, die bei Werkstattaufenthalten ausgelesen werden. Mit Pro Connect werden diese Daten nun frühzeitig übermittelt. Die neue Technik, die vor etwa einem Jahr von Mercedes Benz vorgestellt wurde, ist zukunftsweisend – kein anderer Hersteller biete etwas Vergleichbares, sagt Dennis Redmer.

Auch für die Navigation ergeben sich neue Möglichkeiten: Zum einen sind die Sprinter so ausgestattet, dass es möglich ist, durch die permanente Online-Verbindung mit dem System zu sprechen und Informationen verbal aus dem Internet abzurufen. Siri und Alexa lassen grüßen. Zum anderen hat Mercedes Benz „what3words" integriert, ein globales System zur Georeferenzierung von Standorten mit einer Auflösung von drei Metern. Eine englische Erfindung. Sie erlaubt die punktgenaue Beschreibung eines Zielortes und arbeitet genauer als GPS. Dennis Redmer: „Damit kann sich ein Fahrer auch auf einem großen Firmengelände wie beispielsweise bei Airbus zurechtfinden."

Integriertes Notrufsystem

Noch ein wichtiger Punkt: Im Falle eines Unfalls greift das integrierte Notrufsystem. Dennis Redmer: „Wenn der Crash-Sensor oder die Airbags auslösen, setzt das Fahrzeug automatisch einen Notruf ab, meldet den Standort, den Fahrzeugtyp, die Sitzbelegung. So wissen Rettungskräfte bereits vorher, ob sie mit einem oder mehreren Verletzten rechnen müssen." Ein Notruf kann auch vom Fahrer aktiv abgesetzt werden, wenn er beispielsweise an einen Unfallort heranfährt und Hilfe holen muss. Ein roter Schalter in der Deckenkonsole stellt den Kontakt her. Ein Druck auf die Taste und es meldet sich ein Ansprechpartner per Telefon.

Die NDoor-Geschäftsführung ist von den neuen technischen Möglichkeiten überzeugt. Regina Hinrichsen: „Pro Connect bietet uns eine gesicherte Fahrzeugverfügbarkeit, einen schnelleren Kundenservice, schützt durch die Ortungsmöglichkeiten vor Diebstahl, bietet die Kommunikation mit dem Fahrer, erhöht die Sicherheit bei Unfällen, ist mobil steuerbar und zugleich ein digitales Fahrtenbuch für unsere Poolfahrzeuge." Mit Mercedes Tesmer, praktischerweise gleich gegenüber an der Lüneburger Schanze, hat sie zudem nicht nur einen Fahrzeugverkäufer, sondern einen umfassenden Servicepartner gefunden: „Wir haben unseren gesamten Fuhrpark ausgelagert, so können wir uns auf unser Kerngeschäft konzentrieren: Tore verkaufen, einbauen und warten." wb

» **Web: www.mercedes-benz-hans-tesmer.de**

Blick Lüneburg

WLG

KOLUMNE

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

Einfach kreativ sein

Wenn wir über Kreativität reden, dann tauchen schnell Forderungen nach mehr öffentlicher Förderung, Netzwerkbildung und Beratung auf. Gerechtfertigt wird dies mit den hohen regionalwirtschaftlichen Effekten der Kultur – und Kreativwirtschaft. Tatsächlich sind kreative Akteure wichtige Lieferanten von Inhalten (Content) für Innovationen. Allerdings stellt sich die Frage, ob eine Zusammenführung von zwölf Teilmärkten – von den darstellenden Künsten über die Filmwirtschaft bis zur Software-/Games-Industrie – unter dem Begriff „Kultur- und Kreativwirtschaft" in der Sache weiterhilft oder nicht doch der Wirkung großer Zahlen in einem Wettbewerb um knappe Ressourcen wie Aufmerksamkeit und Budgets geschuldet ist.

Natürlich beeindruckt es, wenn aktuelle Datenerhebungen für die Metropolregion Hamburg (MRH) von 134 000 Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft ausgehen und die erwirtschaftete Wertschöpfung auf jährlich mindestens 5,7 Milliarden Euro geschätzt wird. Nicht überraschen kann dagegen die Tatsache, dass die Verteilung der rund 71 000 sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisse in der Metropolregion Hamburg unterschiedlicher nicht sein kann. Die Freie und Hansestadt Hamburg ist mit knapp 56 000 Beschäftigten der Hotspot. Lübeck und Lüneburg folgen mit rund 2000 Beschäftigten auf den Plätzen zwei und drei. In einigen Randbereichen der MRH sind allerdings lediglich 100 bis 200 Personen pro Landkreis diesem Themenspektrum zuzuordnen. Allein diese Spannbreite zeigt die Herausforderung, die in der Entwicklung von Handlungsempfehlungen für die MRH steckt.

Aber vielleicht sind die Dinge auch einfacher als man denkt. Erst kürzlich hatte der Vorstandschef des Medienkonzerns Bertelsmann, Thomas Rabe, mehr Investitionen in hochwertige Inhalte angekündigt und in diesem Zusammenhang faire Wettbewerbsbedingungen für Kreativunternehmen gefordert. In einem Diskussionsbeitrag sagte er: „Trotz aller Erfolge sind wir, wie alle Kreativunternehmen in Europa, im Wettbewerb mit den Tech-Plattformen wie Google, Apple, Facebook, Netflix und Amazon benachteiligt." Grund hierfür sind unterschiedliche Regulierungen, die der Realität der Märkte nicht mehr entsprechen.

Dabei ist das Urheberrecht als Grundlage für Wertschöpfung in einer digitalen Welt von besonderer Bedeutung. Die Möglichkeit, kreative Inhalte anderer, ohne Vergütung für die Erweiterung eigener Reichweiten zu nutzen, wiegt dabei schwer. In diesem Umfeld können anspruchsvolle Inhalte nur dann entstehen, wenn deren Produzenten, Autoren, Musiker und Medienunternehmen auch davon leben können. Dabei sind die Nutzer in der Pflicht für Qualität, auch im Netz, einen Preis zu zahlen. Hier gibt es noch viel zu tun. Aber die positive Beschäftigungsentwicklung im Bereich Medien/IT insbesondere in der Region Lüneburg (von 2012 bis 2015 immerhin ein Plus von 21,8 Prozent) zeigt, dass die Kreativität trotz allem lebt. Durch neue Allianzen kann sie sicherlich weiter gestärkt werden. Wir arbeiten daran.

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

BUSINESS & PEOPLE

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN AUS DER METROPOLREGION HAMBURG

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

Die nächste Ausgabe von Business & People erscheint am: **7. 12. 2018**
Interessiert? Nehmen Sie Kontakt auf!

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

25 Jahre Tutech

Die im Harburger Binnenhafen ansässige Tutech Innovation GmbH wurde vor 25 Jahren, am 7. Oktober 1992, unter dem Namen TUHH-Technologie GmbH als hundertprozentige Tochter der Technischen Universität Hamburg (TUHH) notariell beurkundet. Deutschlands erste privatwirtschaftliche Technologietransfergesellschaft. Seitdem sind nach diesem Vorbild an vielen Hochschulen ähnliche Gesellschaften gegründet worden. Im Jubiläumsjahr wird Tutech im Rahmen einer Artikelserie in Business & People über die Aktivitäten aus 25 Jahren und die Zukunftsperspektiven berichten.

Tutech Startup Support: Andrea Otto (von links stehend) und Philipp Walter (beyourpilot). Sitzend: Nils Neumann, Sebastian Bartosch, Thomas Sperling, Charles Sinn (beyourpilot). Liegend: Galgohündin Leni.

Foto: Tutech / Jochen Kilian

Von der Freiheit, selbst zu entscheiden

Folge 5: „Mr. Startup" Nils Neumann leitet die Abteilung Gründerunterstützung bei der Tutech Innovation/Hamburg Innovation

Mit der Gründung der Tutech vor 25 Jahren war klar, dass sich Deutschlands erste universitätsnahe Transfergesellschaft nicht nur mit der Verwertung und Vermarktung von wissenschaftlichen Erkenntnissen, sondern auch mit Unternehmensgründungen, neudeutsch Startups, befassen würde. Die Abteilung Gründerunterstützung/Startup Support war somit eine der gesetzten Säulen, auf denen die Tutech und die Hamburg Innovation (HI) heute stehen. Die Anglizismen sind übrigens gewollt, denn Internationalität ist ein wichtiger Bestandteil der Tutech-Arbeit. „Mr. Startup" unter dem Tutech/HI-Dach ist Nils Neumann. Der 51-jährige Buchholzer leitet den Geschäftsbereich mit derzeit vier Mitarbeitern und ist nicht nur Ansprechpartner für Startups aus dem Dunstkreis der Technischen Universität Hamburg (TUHH), sondern auch der anderen Hamburger Hochschulen, sofern diese keine eigenen Gründerberatungs-Einheiten institutionalisiert haben. Mit der geplanten Gründerplattform „beyourpilot – Startup Port Hamburg" bauen Neumann und sein Team zurzeit ein von der Wirtschaftsbehörde gefördertes Informations- und Betreuungsinstrument auf.

In seiner ruhigen und zugewandten Art ist Neumann ein Gesprächspartner, der über viel Erfahrung verfügt und zugleich auf unaufgeregte Weise eine vertrauensvolle Atmosphäre schafft. „Ich kam 1998 zur Tutech und war damals zunächst im Bereich der Messebetreuung aktiv. Irgendwann fiel wohl auf, dass ich gut mit Menschen klarkomme. So kam ich zur Gründerunterstützung", sagt er. Neumann hat Elektrotechnik an der TUHH und an der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) studiert, kommt also aus dem Technologiebereich. Aber: „Da wir als HI fast alle Hamburger Hochschulen beim Thema Gründung betreuen, habe ich auch schon mal mit Klavierlehrern, Dolmetschern, Personal Trainern und Historikern zu tun. Immer gilt: Es muss sich um wissensbasierte Gründer handeln."

Im Gespräch mit B&P: Nils Neumann (links) und Philipp Walter.

Foto: Wolfgang Becker

Will heißen: Der Gründung geht in der Regel ein Hochschulstudium voran.

Eine besondere Nähe

Die Tutech ist zwar aus der TUHH hervorgegangen und bis heute eine mehrheitlich der Universität gehörende Tochtergesellschaft, aber das Thema Ausgründungen wird größtenteils noch im TUHH-eigenen Startup Dock bearbeitet, das nicht Teil der Tutech ist. Auch die HAW betreibt ein eigenes Gründerzentrum und arbeitet hier weitgehend autark. Neumann betont jedoch: „Gerade zum Startup Dock haben wir eine besondere Nähe, denn wir sitzen gemeinsam in einem Haus. Es gibt eine enge Zusammenarbeit, und es kommt durchaus vor, dass wir uns gegenseitig Beratungsfälle übertragen, weil es inhaltlich einfach besser passt."

Zeitgleich betreut das Team um Nils Neumann etwa 20 Gründungen. Betreuen heißt in diesem Fall, dass der Support über die üblichen Erstberatungen hinausgeht. Neumann: „Davon haben wir natürlich wesentlich mehr." Manche Gründungen verlaufen schnell, andere brauchen eine lange Startbahn – zum Beispiel das Unternehmen mb + Partner, das unter anderem mit der Entwicklung des fahrwerklosen Fliegens (GroLaS) befasst ist und zu diesem Thema bereits seit 2008 beraten wird (Patentfragen, EU-Fördermittel, Industriekontakte). mb + Partner sitzt wie die Abteilung von Nils Neumann ebenfalls im Innovations- und Gründercampus an der Harburger Schloßstraße – kurze Wege sind also in alle Richtungen garantiert.

Unter dem Namen GroLaS entwickelt das Unternehmen mb + Partner unter dem Tutech-Dach das fahrwerklose Fliegen – eine spektakuläre Zukunftstechnologie, die beispielsweise auch für das unbemannte Fliegen (Starts und Landungen von Drohnen) sehr interessant ist.

Grafik: mb + Partner

Berühmt: Der Fall Skysails

Ein berühmtes Startup, das die Tutech als Unterstützerin auf den Weg gebracht hat, ist die Firma Skysails, die mit spektakulären Zugdrachen die Treibstoffkosten für Frachter senken wollte und regelmäßig für Schlagzeilen sorgte. Zeitweise hatte Skysails an die 100 Mitarbeiter und wurde in großem Rahmen gefördert – das patentierte System setzte sich für Frachtschiffe dennoch bislang nicht durch. Skysails hat sich in seinem Angebot inzwischen verstärkt der Ausstattung von Yachten und der Entwicklung von Anlagen zur Stromerzeugung aus Höhenwind zugewandt.

Neumann: „Die Überlebensquote der intensiv betreuten Startups liegt bei 70 bis 80 Prozent." Im Branchenvergleich ein Spitzenwert. Und: „Die Gründer, mit denen wir zu tun haben, scheuen das Risiko nicht. Die sind überzeugt von ihren Ideen und haben auch keine Angst vor einem potenziellen Scheitern. Sie sind überwiegend jung und sehen es nicht unbedingt als Makel an, wenn sie ihre Gründung am Ende aufgeben müssen. Im Gegenteil: Das, was sie in der Phase gelernt haben, können sie an unternehmerischer Erfahrung in die nächste Firma einbringen. Wir haben selten Gründer, die aus der Arbeitslosigkeit kommen, sondern eher junge Uni-Absolventen, die hochmotiviert und sehr gut ausgebildet sind."

Und noch etwas hat Neumann festgestellt: „Einige Gründer können sich neuerdings durchaus vorstellen, ein Geschäft zu starten und später von einem Großen aus der Branche übernommen zu werden – nach dem Motto: Reich werden, um danach etwas Neues starten zu können. Die höchste Motivation bleibt allerdings mit großem Abstand zu allen anderen Aspekten diese: die Freiheit, selbst zu entscheiden – mit wem ich arbeite, wo ich investiere, wie ich arbeite. Das beflügelt."

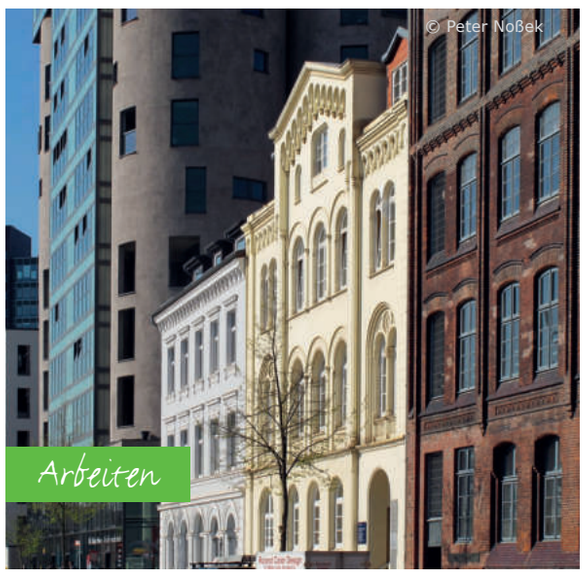
Das Projekt „beyourpilot"

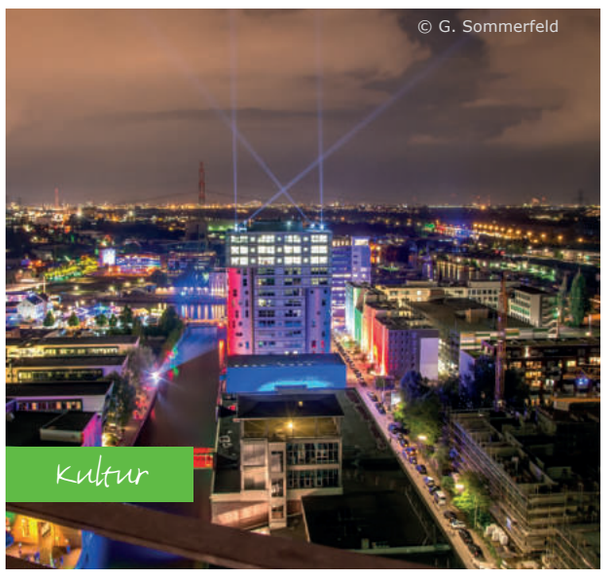
Dass Gründungen für eine Stadt wichtig sind, führte noch zu Zeiten von Olaf Scholz dazu, dass dieses Thema zur Chefsache des Ersten Bürgermeisters der Hansestadt Hamburg und zu einem Punkt im rot-grünen Koalitionsvertrag wurde. Ein Ergebnis ist die geplante Gründerplattform „beyourpilot". Das Projekt wird über fünf Jahre von der Wirtschaftsbehörde gefördert. Projektträger ist die Hamburg Innovation, die für die Umsetzung und den Betrieb dieses Angebots mittlerweile personell aufrüstet. Die Plattform soll das zentrale Portal für Gründer, insbesondere auch Gründungsinteressierte, werden. Projektleiter Philipp Walter geht davon aus, dass „beyourpilot" zum Jahresende online geht. Hier entsteht das zentrale Schaufenster der Gründerstadt Hamburg.

Zum Start konzentriert sich das Gründerportal auf vier wissensbasierte Partnerorganisationen: die TUHH, die Uni Hamburg, die HAW Hamburg und das Deutsche Elektronensynchrotron DESY. Neumann: „Schon in der Entwicklungsphase von ‚beyourpilot' beziehen wir die anderen Unis und Organisationen in der Metropolregion Hamburg mit ein, um diese nach dem erfolgreichen Start als Partner zu beteiligen. Ziel ist es, Gründern in Hamburg die bestmögliche Betreuung zu bieten." Mittlerweile haben bereits Hochschulen aus der Hamburger Nachbarschaft Interesse signalisiert. Neumann bestätigt damit eine positive Entwicklung innerhalb der Universitätsszene. Nachdem jahrzehntelang ein harter Konkurrenzkampf um Bewerber, Professoren und Fördermittel stattgefunden hat und jede Uni für sich kämpfte, gibt es erste kooperative Signale, die auf eine interuniversitäre Kooperationsbereitschaft schließen lassen. Neumann: „Die Gründerunterstützung verstehen die beteiligten Partner immer mehr als Teamwork." wb

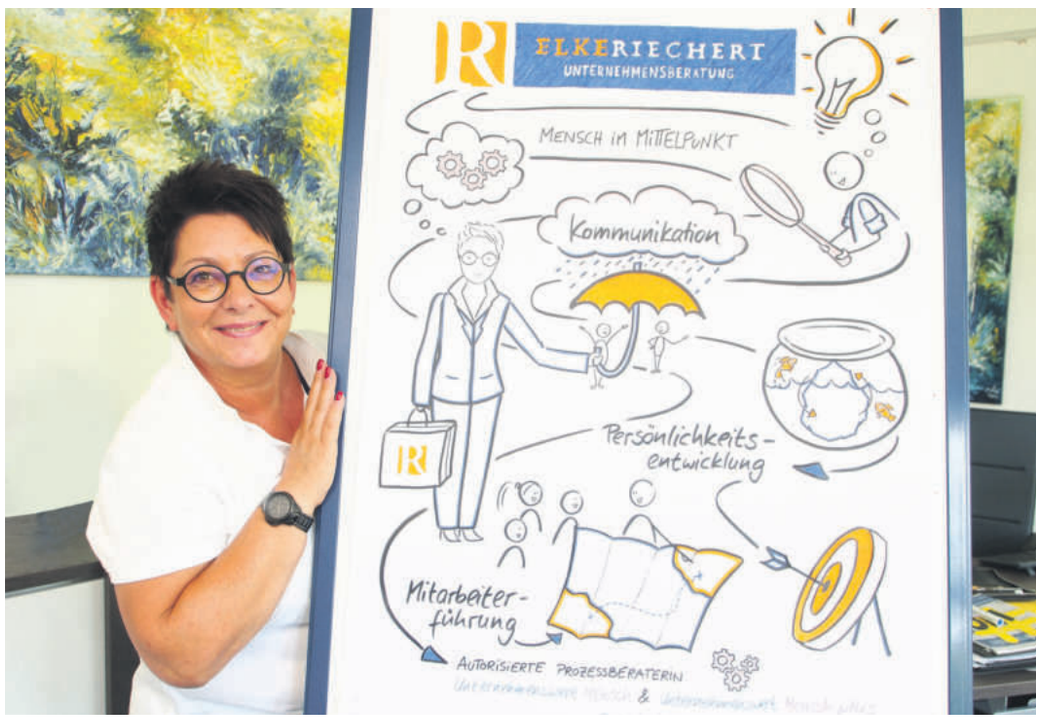
» **Web: https://tutech.de/gruenderunterstuetzung/**

channel hamburg
Ihr Standort im Hamburger Süden
einzigartig und vielfältig
www.channel-hamburg.de





Wer Elke Riechert kennenlernen möchte, hat dazu unter anderem am 19. November in Harburg Gelegenheit. Im Hotel Lindtner findet der Wirtschaftstreff „Wir im Süden“ statt, zu dem sich Unternehmen noch anmelden können (siehe Seite 22)



Das sind ihre Themen: Die Buchholzer Unternehmensberaterin Elke Riechert zeigt eine Grafik, die das Spezialgebiet der Personalexpertin wiedergibt.

Foto: Wolfgang Becker

Die trügerische Sicherheit der vollen Auftragsbücher

B&P-GESPRÄCH Unternehmensberaterin Elke Riechert über Personalentwicklung und Zeitgeist

Was tun, wenn eine zehn Meter hohe Welle auf den Strand zurast? Vielleicht das: Einbuddeln, Luft anhalten und hoffen, dass alles gut geht. Nach diesem Prinzip reagieren nach wie vor viele kleine und mittlere Unternehmen, die zwar wissen, dass mit der Digitalisierung eine wirklich fette Welle heranrauscht, die aber zugleich hoffen, dass sie unbeschadet überstehen, was in manchen Branchen bereits zu einem radikalen Wandel mit Zerstörung der bislang sicher geglaubten Strukturen geführt hat (Disruption). Das ist die Erfahrung von Elke Riechert, Unternehmensberaterin aus Buchholz mit dem Schwerpunkt Personalentwicklung. Zu dem radikalen Wandel zählt auch der Fachkräftemangel, denn er stellt die Unternehmen vor eine weitere ungewohnte Herausforderung: Die Umkehrung der Rollen von Bewerbern und Personalsuchenden. Für Elke Riechert ist der Fall klar: „Wir brauchen eine neue Kultur in den Firmen. Das gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen.“

Stichwort Digitalisierung

Die großen Player in der Wirtschaft haben die Zeichen der Zeit längst erkannt. Ein Beispiel: Die etwa 150 bundesweit tätigen Servicekräfte eines bekannten deutschen Elektrokonzerns arbeiten von zu Hause aus. Ihre Aufträge für den nächsten Tag gehen pünktlich auf dem Tablet oder dem Smartphone ein. Nachts kommt ein Kurier vorbei und bestückt den Werkstattwagen mit allen nötigen Bauteilen, die der noch schlafende Kollege am nächsten Morgen parat haben muss. Kurz: Der Kundendienst bleibt im Großunternehmen – der Elektriker von nebenan geht leer aus.
Elke Riechert: „In vielen kleinen und mittleren Betrieben fehlt meines Erachtens völlig das Bewusstsein für die Entwicklung, in der wir derzeit stecken. Da wiegen die vollen Auftragsbücher in Sicherheit. Doch das ist trügerisch. Statt sich mit den künftigen Entwicklungen auseinanderzusetzen, gehen die Unternehmer im Tagesgeschäft unter und haben schlicht keine Zeit für visionäre Gedanken.“ Sie hilft dabei, diese Blockade zu überwinden – staatlich attraktiv gefördert mit mehreren Programmen des Bundes und der EU.

Stichwort Fachkräftemangel

Nicht nur die Digitalisierung lässt neue Führungsstrukturen und Kommunikationswege in Unternehmen entstehen, auch der Zeitgeist spielt eine große Rolle: Wer sich heute bewirbt, ist in der Regel willkommen, denn er wird gebraucht. Gerade die heranwachsende Generation von Arbeitnehmern weiß das sehr gut – hier geht es nicht mehr nur um gute Bezahlung und einen sicheren Job, sondern um atmosphärische Themen. Wie ist der Umgangston im Unternehmen? Werde ich als Mitarbeiter gesehen und ernstgenommen? Interessiert mich, was ich tun soll? Werde ich gefördert? Wie sind die Arbeitszeiten? Wie flexibel ist das Unternehmen beispielsweise wenn Familienplanung ansteht? Die sogenannten weichen Faktoren sind vielfach wichtiger als ein hohes Einstiegsgehalt plus Dienstwagen.
Elke Riechert: „Vor allem in inhabergeführten Unternehmen kann das zum Problem werden. Personalentwicklung ist keine Einbahnstraße – beide Seiten müssen aufeinander zugehen. Das heißt für den Chef, sich vielleicht auch mal zurückzunehmen. Eine gute Einarbeitung von neuen Mitarbeitern ist ein Muss. Sie wollen dazugehören, mitreden, Teil des Ganzen sein. Das schafft Motivation, Verantwortungsbereitschaft und Entscheidungsfähigkeit.“ Ein weiterer Punkt: „Guter Umgang ist auch angesagt, wenn Mitarbeiter kündigen. Ein Austrittsinterview sollte unbedingt geführt werden, denn es gibt Aufschluss darüber, wo im Unternehmen die atmosphärischen und vielleicht auch fachlichen Baustellen zu finden sind. Und: Selbst im Falle einer Trennung geht es immer noch ums Image, denn der Ex-Mitarbeiter ist zugleich Multiplikator. Wer ruppig behandelt wird, erzählt es anderen; wer als Person wertgeschätzt ist, auch. Es ist heute unbedingt wichtig, den Menschen wahrzunehmen und ihn nicht auf eine Mail-Account zu reduzieren, den man mit Anweisungen füttert.“

Stichwort Beratung

Elke Riechert hat zahlreiche kleine und mittlere Unternehmen im Rahmen des Förderprogramms „unternehmensWert: Mensch“ beraten, das nach derzeitigem Stand im Sommer 2020 auslaufen wird. Wer noch einsteigen will, um das Thema Personal anzugehen, sollte sich also zügig darum bemühen.

- **„unternehmensWert: Mensch“:** strategische Personalführung, Kommunikation, Organisation, Werte und Leitbild, Teambuilding. Maximal neun Monate. Fördersumme: bis zu 10 000 Euro, von denen das Unternehmen 2000 Euro beziehungsweise 5000 Euro als Eigenanteil einbringen muss. Im Gegenzug gibt es bis zu zehn Tage Beratungsleistung.
- **„unternehmensWert: Mensch plus“:** Personalentwicklung mit dem Thema Digitalisierung. Fördersumme: bis zu 12 000 Euro (Eigenanteil 2400 Euro). Es stehen zwölf Beratungstage zur Verfügung.

Für beide Programme ist Elke Riechert zertifiziert. Die Programme lassen sich sogar hintereinander schalten, sodass einem Unternehmen im besten Fall für 4400 Euro 22 Beratungstage zur Verfügung stehen – so viel kostet beispielsweise auch in etwa eine Stellenanzeige in einer überregionalen Tageszeitung.
Der Vollständigkeit halber: Wer eine digitale Strategie technisch umsetzen möchte, kann das Förderprogramm „Go digital“ in Anspruch nehmen. Auch hier sind zertifizierte Berater am Start. wb

» **Web: www.elke-riechert.de**

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

Wieder in die Hände spucken!

Wie war das nochmal? Was hat uns einst ausgezeichnet? Und für mehrere Wirtschaftswunder gesorgt? Worum wurden wir jahrzehntelang oft beneidet? Mist, ich komm nicht mehr drauf. Ach doch! Ja! Jetzt weiß ich’s wieder: Eine ausgezeichnete, moderne Infrastruktur, exzellent ausgebildete Fachkräfte (Top-Artikel: der deutsche Ingenieur) und – die Fähigkeit zu ackern, zu malochen, zu klotzen. Kommt Ihnen nicht mehr bekannt vor? Mir auch nicht mehr. Leider.
Was zeichnet unser Land und seine Bewohner heute stattdessen aus? Auch wenn die Wirtschaft so brummt wie schon lange nicht mehr – wir leben auf Verschleiß. Die physische Infrastruktur ist kaputt – Straßen, Brücken, Tunnel, öffentliche Gebäude sind marode – und unser einst so glänzendes Handwerk hat Nachwuchsprobleme. Digital sind wir im Vergleich zu anderen Ländern in der tiefsten Steinzeit, an zuverlässiges Breitbandinternet für alle ist in den nächsten zehn Jahren nicht zu denken. Insbesondere in den digitalen Industrien haben deutsche Unternehmen längst den Anschluss verpasst (in anderen Bereichen wie zum Beispiel der Finanzwelt übrigens auch). Fachkräftemangel in allen Branchen. Und keine Aussicht auf kurzfristige Besserung. Denn die seit vielen Jahren chronisch unterfinanzierten Bildungseinrichtungen können den Bedarf schon jetzt weder quantitativ noch qualitativ decken. Uns geht es offenbar so gut, dass wir vergessen haben, wie richtig arbeiten geht.

Zeichen von Dekadenz

Mal richtig reinhauen? Nö. Lieber Work-Life-Balance, Feng Shui im Büro und customized Müsli. Das sind Zeichen von Dekadenz. Und das hört sich nicht wirklich danach an, als seien die Weichen Richtung Innovation und nachhaltige Zukunft gestellt.
Wir müssen dringend gegensteuern. Rasch und kräftig. Die von unserer neuen Forschungsministerin vorgeschlagene „Bundesagentur für Sprunginnovationen“ ist da aber eher wenig hilfreich. Seit wann lässt sich Innovation verordnen? Hä? Der richtige Weg führt über Investitionen. Massivste Investitionen. Über lange Zeit. In Bildung auf allen Ebenen – Schule, Ausbildung, Hochschule, Job. In Forschung und Entwicklung – vor allem zu Zukunftstechnologien wie Künstliche Intelligenz, Big Data, additive Fertigung, alternative Kraftstoffe und Materialien, Energiespeicher und so weiter. Und in den Ausbau und Erhalt unserer physischen und digitalen Infrastruktur.
Wir brauchen Investitionen im Schulterschluss von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft. Investitionen in unsere Demokratie. Unser Staat sollte Vorbild sein, Anreize setzen, Rahmenbedingungen schaffen, die als der zukünftige Nährboden innovativer Entwicklungen dient. Wir alle müssen wieder mehr zusammenstehen, in die Hände spucken und anpacken – auch wenn es einige Jahre dauern wird, bis sich ein Ergebnis zeigt.

» **Fragen an den Autor? mahn@tutech.de**

Antonio do Carmo, Leiter des Private Banking der Sparkasse Harburg-Buxtehude: „Beratung und Betreuung erfolgen in fünf Bereichen: Generationenmanagement, Immobilienmanagement, Risikovorsorge, Altersvorsorge und Vermögensanlage. Gerade das Generationenmanagement gewinnt immer mehr an Bedeutung. Deshalb haben wir zwei zertifizierte Estate Planner in unser 16-köpfiges Team aus Beratern, Analysten, Vorsorge- und Vermögensmanagern sowie Assistentinnen aufgenommen. Ihre Aufgabe ist es, die betroffenen Privatkunden und auch Unternehmer speziell in der Nachfolgeplanung zu begleiten. Den meisten Familien fällt es schwer, sich offen und vor allem rechtzeitig mit dieser Thematik zu beschäftigen. Zentrale Aufgabe im Generationenmanagement ist es, das erarbeitete und bewahrte Vermögen nachhaltig für die Kinder und Enkelkinder zu sichern. Es geht darum, Werte zu erhalten und weiterzugeben. Im Private Banking begleiten wir unsere Kunden auch in sensiblen Themen. Erbschaften und Schenkungen können sie mit uns gemeinsam nach familieninternen Überlegungen und fairen Abwägungen aktiv und rechtzeitig planen."

Fördern leicht gemacht

Das Stiftungsmanagement im Private Banking der Sparkasse Harburg-Buxtehude

Stiftungen nehmen in der Gesellschaft einen wichtigen und unverzichtbaren Platz ein. Sie bieten eine gute Chance, sich sozial zu engagieren. Mit ihrer Hilfe gelingt es, gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern, soziale Ungleichgewichte auszugleichen oder Denkprozesse anzustoßen. Ob Kunst und Kultur, Sport, Bildung oder Wissenschaft und Forschung, eine Förderung ist in jedem Bereich möglich und kommt vor Ort an. Immer mehr Menschen möchten sich individuell und nachhaltig für das Gemeinwohl engagieren. Dies ist mit der Gründung einer Stiftung möglich. In deren Rahmen ist das Vermögen im Sinne des Stifters bereits zu Lebzeiten gesichert.

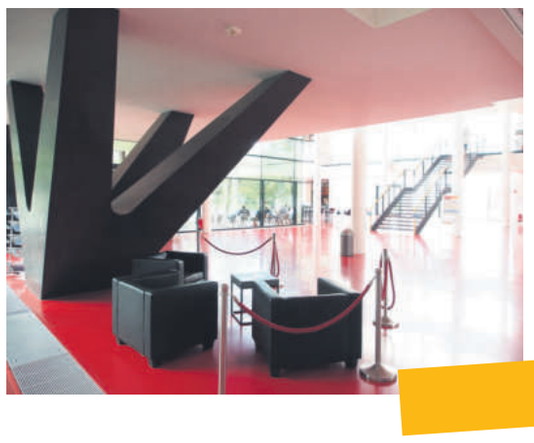
Auch die Sparkasse Harburg-Buxtehude setzt sich mit eigenen Stiftungen und durch die Betreuung von Kundenstiftungen für die Region ein. „Im Private Banking lassen wir Sie mit der Frage ‚Wie gründe ich eine Stiftung?' nicht allein", erläutert Antonio do Carmo, Leiter des Private Banking der Sparkasse Harburg-Buxtehude. „Ganz gleich in welchem Umfang sich Menschen für die Gesellschaft einsetzen möchten: Unter dem Dach der ‚Stiftung für Stifter' können sie sich entsprechend ihren Möglichkeiten in den von ihnen ausgewählten Projekten für die Menschen in der Region einsetzen. Als qualifizierte Ansprechpartner koordinieren wir vertrauensvoll die Gespräche mit allen Beteiligten, behalten die steuerlichen und rechtlichen Aspekte im Blick. Unser Ziel ist es, Menschen die Gründung einer Stiftung leicht zu machen."

„Fördern Sie nachhaltig, was Ihnen persönlich wichtig ist. Wir betreuen die Projekte in Ihrer Region und begleiten Sie mit unserer Kompetenz und Erfahrung im Stiftungsmanagement seit vielen Jahren", appelliert Antonio do Carmo an potenzielle Stifter. „Wir sind dabei, wenn Sie Ihre ersten Schritte als Stifter gehen, haben stets ein Auge auf die Entwicklung Ihres Stiftungskapitals und der langfristig erfolgreichen Erfüllung Ihres Stiftungszwecks."

Wie funktioniert eine Stiftung?

Ab einem Volumen von 25 000 Euro kann eine Zustiftung in einen eigenen Stiftungsfonds mit individuellem Namen fließen. Bis zu zwei Verwendungszwecke können durch den Stifter festgelegt werden. Ab einer Zustiftung von 100 000 Euro kann eine Treuhandstiftung mit individuellem Namen unter dem Dach der Stiftung für Stifter errichtet werden. Der Stifter kann dann bis zu fünf Verwendungszwecke für die Zinserträge bestimmen.

Kontakt: 0 40/766 91-48 00, Mail: privatebanking@spkhb.de



Der Elbcampus in Harburg

Zehn Jahre alt und immer in Bewegung…

INTERVIEW Handwerkskammer-Präsident Josef Katzer und Geschäftsbereichsleiterin Bärbel Wenckstern über das Kompetenzzentrum des Handwerks

Der Harburger Elbcampus, das Kompetenzzentrum der Handwerkskammer Hamburg, war gerade ein halbes Jahr lang eröffnet, als Josef Katzer das Präsidentenamt von seinem Vorgänger Peter Becker übernahm. Als Vorstandsmitglied hatte er das Projekt jedoch schon von Anfang an begleitet. Jetzt ist der Elbcampus zehn Jahre alt und längst zu einer Institution des Handwerks in der Metropolregion geworden, die über die Grenzen der Hansestadt hinaus Anziehungskraft entwickelt – zum Beispiel bei der Meisterausbildung. Mit Handwerkskammer-Präsident Josef Katzer und der neuen Geschäftsbereichsleiterin Bärbel Wenckstern sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker.

Wenn Sie die zehn Jahre zurückblicken: Was war die größte Herausforderung bei der Realisierung des Projekts Elbcampus?

Katzer: Der Bau an sich. Wir hatten uns damals dazu entschlossen, mittelstandsfreundlich auszuschreiben, also nicht einen Generalunternehmer zu beauftragen. Darin lag ein Risiko, dass wir in der Höhe nicht richtig eingeschätzt haben. Es ist uns zwar gelungen, den Mittelstand zu beschäftigen, aber wir hatten es dann zum Beispiel mit Konkursen von beauftragten Unternehmen zu tun. Damit entstanden Bauverzögerungen, die wir irgendwie regeln mussten. Wir machten auch den Fehler, den Architekten mit der Bauausführung zu beauftragen. Das sollte man besser trennen. Das haben wir gelernt. Wir mussten auch Abstriche machen, weil die Baukosten aus dem Ruder liefen – und wir wollten auf keinen Fall mehr Geld ausgeben als veranschlagt. Auch das haben wir geschafft.

Das heißt: Die Handwerkskammer musste Lehrgeld bezahlen?

Ja, wir haben Lehrgeld bezahlt. Ganz sicher. Aber das hält sich im Rahmen. So ein Projekt macht man ja auch nicht alle Tage. Ein Plan war auch, das Handwerk modern darzustellen. Das führte zu heftigen Diskussionen im Vorstand. Nennt man die Einrichtung nun wieder Institut? Oder Gewerbeförderanstalt? Es war ein harter Kampf, den Begriff Campus unterzubringen, um Atmosphäre zu schaffen. Microsoft hatte damals gerade das Lernen und Arbeiten revolutioniert. Wir wollten ja genau das erreichen. Und das sollte sich im Namen wiederfinden.

Sind die anfänglichen inhaltlichen Pläne eins zu eins umgesetzt worden? Oder sind mittlerweile Themen aufgekommen, die man so noch gar nicht sehen konnte?

Damals haben wir tatsächlich eins zu eins unsere Pläne umgesetzt, und das war auch richtig so. Aber im Laufe der zehn Jahre hat sich ganz vieles gewandelt. Wir haben heute neue Lehrgänge hinzubekommen, zum Beispiel die Industriemeister oder auch weitere kaufmännische Lehrgänge. Auch der gesamte 3D-Druck, Virtuelles Schweißen, neue Schweißlehrgänge – es ist viel hinzugekommen. Wir sind in einem dauernden Modernisierungs- und Anpassungsprozess. Wir haben ein anderes Controlling, einen anderen Verkauf unserer Produkte. Heute haben wir eine kaufmännische Buchhaltung anstelle der Kameralistik. Ich denke, die größte Aufgabe bestand darin, in der ganzen Kammer und eben auch im Elbcampus ein Kostenbewusstsein zu schaffen.

Nach fast zwei Amtsperioden geht die Präsidentschaft von Josef Katzer so langsam dem Ende entgegen. Während der vergangenen zehn Jahre hat er den Elbcampus in Harburg eng begleitet. Mit Bärbel Wenckstern ist nun eine neue Geschäftsbereichsleiterin angetreten, die Angebote des Bildungszentrums noch stärker auf die Bedürfnisse der Betriebe zuzuschneiden. Foto: Wolfgang Becker

Wie weit strahlt der Elbcampus über die Stadtgrenzen hinaus? Und mit Blick auf die benachbarten Kammern: Darf er das überhaupt?

Ja, das darf er. Ein Stück weit war das auch so gewollt. Ich denke, auch das Handwerk in Lübeck und Lüneburg partizipiert von dem Ruf des modernen Handwerks, das wir hier mit dieser höchstmoderne Lehrstätte darstellen. Und eine großzügige Ausstattung der Räume ebenfalls. Es gelingt uns mehr und mehr, diese Großzügigkeit auch noch stärker zu nutzen. Heute können wir mit Stolz auf den Elbcampus schauen. Ich denke, das gilt für die ganze Metropolregion.

War der Standort Harburg damals richtig gewählt? Es gab ja durchaus Diskussionen . . .

Rein wirtschaftlich betrachtet, hätten wir vermutlich leichter den Zugang zu Studenten und angehenden Meistern, wenn wir auf der anderen Seite der Elbe wären – man braucht zwar nur dreizehn Minuten mit der S-Bahn vom Hauptbahnhof oder zwölf Minuten mit dem Auto aus der City, wenn alles frei ist, aber in den Köpfen der Menschen ist Harburg witzigerweise immer noch weit. Dennoch: Wir würden diesen Standort wieder so wählen. Die Lage ist gut, die Verkehrsverbindungen sind perfekt Und der Standort ist wichtig für das Zusammenwachsen des Handwerks in der Metropole.

Rechnet sich der Elbcampus eigentlich für sich betrachtet?

Nicht ganz, aber ein bisschen zuzahlen darf das Handwerk auch. Unser Ziel ist es schon, dass sich der Elbcampus wirtschaftlich weiterentwickelt und nach unseren Planungen, sind wir auch auf einem guten Weg. Kein Thema, das uns Kopfschmerzen bereitet.

Welche Rolle spielt der Elbcampus in der Beziehung zu den Innungen?

Er hat wesentlich dazu beigetragen, dass sich die damals manchmal schwierigen Verhältnisse zwischen Kammer und Innungen deutlich verbessert haben. Heute arbeiten wir auf vielen Felder eng und gut zusammen, bieten sogar gemeinsame Lehrgänge an und sind im stetigen Austausch. Dass uns das gelungen ist, darauf bin ich auch ein bisschen stolz.

Wenn wir jetzt einmal in die Zukunft schauen – welche Pläne haben Sie, Frau Wenckstern, das Haus weiter mit Leben zu füllen?

Wenckstern: Der Elbcampus hat in den zurückliegenden Jahren den Dienstleistungsgedanken weiterentwickelt. Wir schauen heute mehr denn je aus der Sicht des Kunden auf unser Angebot. Was braucht das Handwerk, um sich und seine Mitarbeiter weiterzuentwickeln und welche Produkte müssen wir dafür vorhalten. Wir haben eine eigene Vertriebsmannschaft und eine Marketingabteilung, die auch durchaus auf das Klientel im Umland schaut. Das läuft sehr erfolgreich, denn wir haben viele Teilnehmer, die auch aus dem Umland zu uns kommen. Wir sind eng am Markt, haben Kontakt zu den Betrieben. Wir werden, neben der Produktneuentwicklung, noch weiter in die Modularisierung unserer Angebote einsteigen. In Zeiten der Vollbeschäftigung brauchen die Betriebe ihre Mitarbeiter, zugleich aber auch gezielte Qualifizierung. Das können zum Beispiel Teilthemen aus länger angelegten Lehrgängen sein. Wir wollen diese Teilthemen herausschneiden und anbieten – über die Zeit kann der Teilnehmer dann weitere Segmente belegen. Das Vorhaben ist extrem aufwändig zu organisieren, denn es greift in die Lehrstrukturen ein. Jedes Modul muss ja für sich funktionieren. Unser Ziel ist es aber, den Betrieben Mehrwert zu bieten. Zudem bauen wir unsere Management-Akademie und das Thema Digitalisierung aus.

digital KONKRET
digital@business-people.de

Er rechnet damit, dass sich die Blockchain-Technologie binnen zehn Jahren weltweit durchsetzt: Christopher Nigischer.

Fotos: Wolfgang Becker

Sie hat den Wirtschaftsdialog etabliert: NIT-Geschäftsführerin Verena Fritzsche.

Special Deal

Am Mittwoch, 24. Oktober 2018, bietet das NIT einen Zwei-Stunden-Workshop am TUHH-Institut für Technische Logistik an. Dr. Johannes Hinckeldeyn spricht zum Thema „Blockchain-Technologie verstehen“ und arbeitet dazu mit konkreten Fallbeispielen. Der Workshop richtet sich an Entscheider und Führungskräfte in Unternehmen sowie an Interessierte. Teilnahmegebühr: 99 Euro. Kontakt per Mail: s.bannuscher@nithh.de

Annäherung an ein kryptisches Thema

6. Hamburger Hamburger Wirtschaftsdialog: NIT lädt zur Blockchain-Debatte

Es geht um die verlässliche und vertrauensvolle Freiheit von Transaktionen im Internet und das Thema Sicherheit: „Blockchain – Technologien als Basis für gesellschaftliche Innovation“ lautete das Thema, zu dem das in Harburg ansässige Northern Institute of Technologie Management (NIT) eingeladen hatte. In den Räumen von NXP Semiconductors an der Troplowitzstraße im Hamburger Stadtteil Hoheluft trafen sich Experten und Einsteiger zum 6. Hamburger Wirtschaftsdialog, um sich mit einem Thema zu befassen, das gelegentlich auf die Kryptowährung Bitcoin reduziert wird. In Wahrheit geht es um eine Technologie der Datensatzverkettung, die Manipulation ausschließen und folglich für Transparenz und Sicherheit sorgen soll – das ist auch für industrielle und kaufmännische Prozesse interessant.

Laut NIT-Geschäftsführerin Verena Fritzsche begleitet der Wirtschaftsdialog als Veranstaltungsformat den umfassenden Kulturwandel und beleuchtet die verschiedenen Facetten der Digitalisierung. Sie führte durch den Abend und brachte die Diskussion in Gang. Ein Impulsreferat steuerte Christopher Nigischer von der Consider IT GmbH bei, der als externer Berater bei NXP tätig ist. Weitere Experten: Dr. Johannes Hinckeldeyn, Oberingenieur am TUHH-Institut für Technische Logistik, Gründer Florian Fiedler und der Bürgerschaftsabgeordnete Carsten Ovens, Fachsprecher für Wissenschaft und Digitale Wirtschaft.

Nigischer holte in seinem Eingangsreferat weit aus und berichtete von Satoshi Nakamoto, dem Begründer der Bitcoins und damit der ersten Blockchain-Anwendung. Sein Ziel: Sichere Geldtransfers von Sender zu Empfänger. Das Kuriose: Satoshi Nakamoto ist ein Pseudonym. Bis heute weiß niemand, wer eigentlich dahinter steckt. Nigischer: „Das Blockchain-Thema kam mit den Kryptowährungen auf, aber es geht weit darüber hinaus. Ziel ist die weltweite direkte Kommunikation im Internet – ohne zwischengeschaltete Mittelsmänner. Dazu ist ein erhöhtes Maß an Sicherheit notwendig.“ Kurz: Blockchain-Technologie dürfte damit ein Frontalangriff auf Banken und Kommunikationsplattformen sein.

Die Airbus-Pläne

Ein Beispiel aus der Industrie: Im Zuge der 3D-Druck-Technologie gibt es bei Airbus konkrete Überlegungen, Flugzeug-Ersatzteile künftig in einem weltweiten Servicenetz ausdrucken zu lassen – vorgestellt bereits vor drei Jahren beim ersten Hamburg Innovation Summit. Doch wie ließe sich das sicher bewerkstelligen? Dazu ist Nigischer an dem Projekt SAMPL beteiligt – Secure Additive Manufacturing Plattform. Es geht um die Schaffung einer sicheren Datentransaktionsplattform für die weltweite Abwicklung und Steuerung digitaler Druckaufträge. Ein Fall für die Blockchain-Technologie. Nigischer: „Wir wollen kein Daten-Orakel, sondern wir brauchen eine vertrauenswürdige Basis für den Datenaustausch.“ Er rechnet damit, dass die Blockchain binnen zehn Jahren eine etablierte Technologie und Grundlage des „Internet of trust“ ist.

Dr. Johannes Hinckeldeyn sieht die Blockchain als logistischen Ansatz und sprach sich für die Bildung eines Netzwerkes mit verschiedenen Playern aus. Als größte Herausforderung sieht er dabei die Symbiose von physikalischer und digitaler Welt. Carsten Ovens will Hamburg als Heimathafen für Innovationen etablieren – auch im digitalen Zeitalter soll die Stadt weiterhin das „Tor zur Welt“ sein. Er ist der Meinung, dass von politischer Seite eine Plattform geschaffen werden muss, um Expertenwissen zusammenzubringen und Innovationen voranzutreiben. Gründer Florian Fiedler geht davon aus, dass sich binnen fünf Jahren aus technischer Sicht noch nicht so viel tun wird, wie heute vermutet, jedoch werden seiner Ansicht einige rechtliche Fragestellungen gelöst sein. Jedoch erwartet er, dass die Blockchain in zehn Jahren komplexe Industrieprozessen effizienter macht und vor allem im Hintergrund laufen wird. wb/sj

- Der nächste Hamburger Wirtschaftsdialog ist für den 5. November 2018 ab 18 Uhr bei der Hamburger Schotstek Stiftung geplant. Das Thema wird rechtzeitig auf der Homepage bekanntgegeben.

» **Web: www.nithh.de**

Endlich ein Twen

B&P VOR ORT Das NIT Northern Institute of Technology Management feiert 20. Geburtstag

Wegbegleiter des NIT erinnern sich bei der Podiumsrunde: Die amtierende Geschäftsführerin Verena Fritzsche (v.li.), Dr. Ing. Natasa Manojlovis, Alumna des zweiten Jahrgangs und heute leitende wissenschaftliche Mitarbeiterin am TUHH Institut für Wasserbau, Prof. Dr. h.c. Thomas J.C. Matzen, Dozent des NIT, Unternehmer und Stifter, Dr. Lothar Dittmer, Vorstandsvorsitzender der Körber-Stiftung, die den Bau des NIT-Gebäudes auf dem Campus der TUHH finanzierte, Dr. Jörg Dräger, erster Geschäftsführer des NIT, Prof. Dr. Wolfgang Bauhofer, 13 Jahre lang Präsident des NIT, ehemaliger Vize-Präsident der TUHH und Mitglied im Trägerverein des NIT sowie Sebastian Reinecke, seit einem Jahr NIT-Student. Foto: Martina Berliner

Be the Change“ – unter diesem Leitspruch lernen am NIT Northern Institute of Technology Management hervorragende Ingenieure aus aller Welt, Managementaufgaben verantwortungsvoll und nachhaltig zu übernehmen. Jetzt ist das auf dem Campus der Technischen Universität Hamburg (TUHH) angesiedelte Institut 20 Jahre alt geworden.

Mit Ansprachen, einer Podiumsrunde, der Ankündigung eines Preises, einer feierlichen Enthüllung und einer Vereinsgründung wurde der „runde Geburtstag“ begangen. Auf den Festakt zu Beginn folgten Vorträge über Digitalisierung und Vorstellung von Start-ups. Speisen aus aller Welt und Live-Musik rundeten die fröhliche Feier für Studenten, Alumni, Professoren, Dozenten, Paten, Mitarbeiter, Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik ab.

Die Gründung des NIT im Jahr 1998 sei „geradezu hellsehend“ gewesen, lobte TUHH-Präsident Prof. Dr. Ed Brinksma in seiner Eröffnungsrede. Die Technische Universität Hamburg sei „dankbar und glücklich“, das NIT in „disruptiven Zeiten“ an ihrer Seite zu wissen. „Das NIT kann man nicht beschreiben, man muss es erleben. Dieser Mix aus ausländischen und deutschen Studenten ist einzigartig“, schwärmte Prof. Dr. h.c. Thomas J.C. Matzen, langjähriger Unterstützer und Dozent des NIT. Wie sehr die Zuneigung des Professors erwidert wird, machte während des Festakts die feierliche Enthüllung seines Namenszugs über der Eingangstür zum Foyer deutlich. Das lichtdurchflutete Zentrum des NIT-Gebäudes ist nunmehr nach Matzen benannt.

Ein weiterer gefühlvoller Augenblick für viele NIT-Weggefährten war der Auftritt von Dr. Ole Trinks, dem Sohn des im vergangenen Jahr verstorbenen NIT-Gründers. Künftig werde alljährlich der Professor-Hauke-Trinks-Preis an Bachelor-Absolventen verliehen, die sich durch Interdisziplinarität, Originalität und wissenschaftliche Begeisterung auszeichneten, kündigte Ole Trinks an, der wie sein Vater Experte im Bereich Mess- und Regeltechnik ist. Zum ersten Mal wird der Preis am 28. September vergeben werden.

Ein weiteres Highlight der Feier war die Gründung des eingetragen Fördervereins communNITy. „Schon im Vorfeld hatte ich schriftliche Zusagen von 34 Mitgliedern“, freute sich Verena Fritzsche über den Zuspruch. Die amtierende Geschäftsführerin eröffnete in ihrer Ansprache einen Blick in die Zukunft. Das nunmehr den „Jugendjahren“ entwachsene NIT werde sich als „Twen“ deutlich breiter aufstellen. Neben dem Herzstück Technologie Management wird das Augenmerk künftig auf Themen wie digitale Transformation, design thinking, artifical intelligence und people and culture liegen.

Info: Das NIT wurde 1998 von Professoren der Technischen Universität Hamburg (TUHH) in der Rechtsform einer gGmbH mit finanzieller Unterstützung der Körber Stiftung und einiger Unternehmen gegründet. Erklärtes Ziel war und ist es, die weltweit besten Ingenieure zusammenzubringen und ihnen Management-Knowhow zu vermitteln. Etwa 30 Studierende nehmen jährlich ein Studium am NIT auf. Mehr als 550 Alumni haben dort inzwischen einen Master-Abschluss erworben, die meisten stammen aus dem außereuropäischen Ausland. Zu den Lehrenden gehören aktuell 30 Professoren von renommierten Universitäten und Business Schools aus aller Herren Länder, 20 Dozenten aus der Praxis und zehn Wissenschaftliche Mitarbeiter von der TUHH. mab

» **Web: www.nithh.de**

Volle Ladung Leistung: die Qualitätsversprechen für Junge Sterne Transporter.

Junge Sterne Transporter. So Mercedes wie am ersten Tag.

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

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

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

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

hans tesmer

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

Kernstück des neuen Konzepts ist der „Nachbarschaftstisch" – hier werden beim Kaffee Gespräche zwischen Besuchern und Beratern geführt.

Willkommen am „Nachbarschaftstisch" der Haspa

Das neue Filialkonzept der Hamburger Sparkasse – Gespräch mit Holger Knappe und Andreas Römer

Bei der Eröffnung der zum Nachbarschaftstreff umgestalteten Haspa-Filiale Neugraben: Kai Köster (von links), Regionalleiter Altes Land, Regionalbereichsleiter Holger Knappe und Filialleiter Andreas Kurth. Fotos: Haspa

Die neue Filiale aus der Tresenperspektive. Hier ein Foto vom Eröffnungstag.

Zeitgleich mit den Zeitungsverlagen, dem Buchhandel, dem Einzelhandel allgemein und der Tourismusbranche ringen auch die Banken und Sparkassen nach neuen Konzepten, mit denen auf die Herausforderung der Digitalisierung reagiert werden kann. Letzteren stellt sich vor allem die Frage, wie die Filialnetze mit Leben erfüllt werden können, wenn doch vor allem die nachwachsenden Generationen schon heute ihre Finanztransaktionen fast ausschließlich online erledigen. Die Hamburger Sparkasse hat auf diese Frage eine eigene Antwort gefunden, denn Online-Banking bedeutet nicht selten den Verlust der direkten Kundenbeziehung. Mit dem neuen Konzept „Filiale der Zukunft" steuert die Haspa gegen und überrascht mit einem eher unerwarteten Detail: Der „Nachbarschaftstisch" ist das neue Herzstück der Filiale.

Holger Knappe, Regionalbereichsleiter Privatkunden Südost, sagt: „Unsere Filialen werden nach und nach umgestaltet und haben künftig eher eine wohnliche Atmosphäre mit entsprechender Möblierung und Gestaltung. Wir arbeiten daran, die Filialen zu Nachbarschaftstreffs auszubauen und setzen dabei ganz bewusst auf die individuellen Ideen unserer Mitarbeiter vor Ort. Das Kundenecho ist bislang sehr positiv."

Vorreiter: Die Region Altes Land

Etwa 145 Filialen hat die Haspa, aufgeteilt in 28 Regionen. Im ersten Schritt soll in jeder Region eine Filiale nach dem neuen Konzept gestaltet werden. Knappe: „Allerdings wollten wir auch sehen, wie es ist, wenn eine ganze Region mit Nachbarschaftstreffs bestückt ist. Dazu haben wie die Region Altes Land ausgewählt – mit den Standorten Buxtehude, Finkenwerder, Neugraben und Neu Wulmstorf. Bis auf Buxtehude ist der Umbau bereits abgeschlossen. Aus Filialen sind nun Treffpunkte für die Menschen vor Ort geworden."

Andreas Römer, Regionalleiter in Harburg, sagt: „Wir geben auch den Besprechungszimmern eine individuelle Gestaltung. Konkret geht es dabei um Kojen, also gläserne Räume, die eine offene Seite haben. Entgegen allen Erwartungen fordern die Kunden keine Diskretion bei den Gesprächen ein. Und wenn es tatsächlich mal diskret sein soll, haben wir immer noch geschlossene Räume." Vergeblich sucht der Kunde allerdings feste Schreibtische, an denen Haspa-Berater ansprechbar sind. Die sind jetzt „frei im Raum unterwegs", wie Holger Knappe sagt. Und können sich mit den Kunden überall hinsetzen, um beispielsweise über Finanzangelegenheiten zu sprechen.

Andreas Römer: „Unser Ziel ist es, wieder die Kunden in die Filiale zu bekommen, die wir hier sonst nicht antreffen. In den USA ist es durchaus üblich, Geschäftstermine bei Starbuck's zu machen. Das haben wir ein wenig aufgenommen." Am „Nachbarschaftstisch", der übrigens immer bei einer lokalen Tischlerei in Auftrag gegeben wird, können Besucher miteinander sprechen, sich frei an der Kaffee-Bar bedienen und ins WLAN-Netz einwählen. Knappe: „Wir wollen Begegnungen schaffen, Beziehungen bauen." Das klingt im ersten Schritt nicht gerade nach einem einträglichen Geschäftsmodell, im zweiten allerdings schon, denn: „Wer gern zu uns kommt, der weiß auch, an wen er sich wenden kann, wenn es ums Geld geht. Unsere Berater vor Ort sind da bestens geschult. Wir bieten einen Mix aus Digitalisierung und hochwertiger Beratung." Er sei in der Startphase gespannt gewesen, ob sich die neue Filial-Ausrichtung negativ auf das Geschäft auswirken würden, aber das sei nicht der Fall: „Die Leute sind eher neugierig, was wir hier so machen."

Erst der Kontakt, dann das Geschäft

Mit der neuen Beziehungsoffensive reizt die Haspa das Thema voll aus und versucht sich daran, die Filiale neu zu erfinden. Nach dem Motto „Erst kommt der Kontakt, dann das Geschäft" wird die Gastgeberrolle betont – eine echte Herausforderung für die Mitarbeiter, denn sie müssen sich in ihren Aufgaben neu einfinden und ganz anders agieren als bisher. Der klassische Beamtentypus hinter dem Schalter ist zwar eh schon lange Vergangenheit, aber jetzt sind ganz neue Seiten gefordert. Holger Knappe: „Wir animieren unsere Mitarbeiter dazu, kreativ zu werden. Und sie sollen auch selbst entscheiden dürfen. Die Nachbarschaftstreffs sollen mit Leben erfüllt werden. Dazu sind auch Programme nötig, zum Beispiel Veranstaltungen rund um das Thema Gesundheit oder kulturelle Angebote. Der Phantasie sind da keine Grenzen gesetzt. Die Bespielung der Nachbarschaftstreffs liegt in den Händen der Filialleiter. Die Neugestaltung der Räume schafft lediglich die passende Hülle."

Mittlerweile nimmt das Konzept Fahrt auf. Am 9. Oktober wird die Filiale Heimfeld Alter Postweg neu eröffnet und als Nachbarschaftstreff an den Start gehen. Im ersten Quartal 2019 soll dann auch der Neubau in Buchholz fertiggestellt sein – ebenfalls nach dem neuen Konzept. Und das Finanz-Center am Harburger Sand/Schlossmühlendamm bekommt zum vierten Quartal nächsten Jahres ein neues Innenleben. Ende 2020 will die Haspa alle Filialen umgebaut haben – ein Millionen-Investment. Parallel wird eine neue IT eingeführt. Alle Signale stehen auf Beziehung bauen und Multi-Channel-Banking. Mit dem Ende der Krawatte und der klassischen Kleiderordnung schnitt die Haspa vor gut zwei Jahren alte Zöpfe ab, jetzt erreicht diese Entwicklung mit Macht die Filialen. Holger Knappe: „Wir wollen uns anders und moderner präsentieren – und unsere Kunden finden das durchweg richtig gut." wb

» **Web: www.haspa.de**

Elke Riechert
UNTERNEHMENSBERATUNG &
PERSONALCOACHING
aus Buchholz

JETZT! PERSONALFÜHRUNG & TEAMENTWICKLUNG verbessern!
· Personalentwicklung
· Führung, Kommunikation & Konfliktlösungen
· Individuelle finanzielle Förderprogramme für KMU
· Arbeiten 4.0 – Herausforderung „NEU" zu denken

ELKERIECHERT
UNTERNEHMENSBERATUNG

Elke Riechert · Unternehmensberatung · Innungsstraße 5 · 21244 Buchholz
Büro 04181 – 92 86 86 0 · mobil 0174 – 155 9092 · kontakt@elke-riechert.de

NiT
BEREIT FÜR DIE DIGITALE ZUKUNFT?
www.nithh.de/thinktank

Zwischen Hamburg und Handeloh

„Harburg erleben“: Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann über die ersten Erfolge der neuen Tourismus-Strategie

Harburg und Tourismus? Das schien jahrzehntelang ein Widerspruch in sich zu sein. Der schornsteinbesetzte Süden der Hansestadt Hamburg war schließlich ein Arbeiterstadtteil. Ein Ort zum Geldverdienen an den Maschinen und Rührkesseln der Kautschuk-Industrie. Wer nach Harburg fuhr, der kam aus vielerlei Gründen, aber keiner davon hatte etwas mit Erholung oder gar Tourismus zu tun. Das hat sich geändert, denn Harburg erfindet sich derzeit neu und sendet eine Botschaft, die für Nordhamburger irritierend sein mag: „Harburg erleben“ – ein Bezirk tritt aus dem Schatten der Metropole.

Zugegeben – noch ist der Schatten nicht ganz verschwunden; und es wäre sicherlich noch etwas zu früh, Harburg als Top-Ziel auf die deutsche Tourismus-Landkarte zu setzen. Aber das Citymanagement hat einen überzeugenden Dreh gefunden, die Stadt im Süden der Stadt dennoch mit dem Thema Tourismus zu besetzen. Harburg ist aus Süden betrachtet das Tor zum Tor zur Welt, aus Norden betrachtet der Eingang zu den attraktiven Naherholungsgebieten in der Lüneburger Heide, in der Elbmarsch und im Alten Land. Die meisten Menschen, die es dort hinzieht, müssen irgendwie durch Harburg. Egal aus welcher Richtung. Harburg ist sozusagen die touristische Pendeltür zwischen der Großstadt und den erikabewachsenen Hügeln der Heide, zwischen Landungsbrücken und Totengrund, zwischen Poledance auf der Reeperbahn und Tannenzapfen-Sprint im Barfußpark Egestorf (siehe auch Seite 19 im Immobilien-Special).

Wegweiser in zwei Richtungen

Die Rechnung des Citymanagements: Harburg wird zum Wegweiser – und hat ganz nebenbei ebenfalls ein paar reizvolle Adressen zu bieten. Zum Beispiel das Archäologische Museum Hamburg, die Sammlung Falckenberg, eine Wasserski-Anlage und natürlich den Harburger Binnenhafen, der als junges Stadtquartier am Wasser punktet. Melanie-Gitte Lansmann steht als treibende Kraft am Schalthebel des Citymanagements. 2016 wurde das Format „Runder Tisch Tourismus“ ins Leben gerufen. In der Folge tauchte der Binnenhafen plötzlich in der Auflistung „99 Lieblingsplätze der Metropolregion“ auf. 2017 setzte der Bezirk parallel dazu einen Hotelentwicklungsplan auf und verdoppelte (!) mal eben die planerischen Bettenkapazitäten. Einigkeit besteht darin, dass die Akteure im Süden zusammenarbeiten sollten. Auf Einladung der Handelskammer trafen sich dazu Mitte des Jahres 30 touristische Betriebe zum „Tourismusnetzwerk Harburg“) auf Initiative des Tourismusverbandes Hamburg, des Dehoga Hamburg, des Citymanagements Harburg und der Hamburg Tourismus GmbH. Der Anfang ist also gemacht. Melanie-Gitte Lansmann registriert mittlerweile häufigere Anfragen nach Tourismusthemen in der Harburg-Info (Hölertwiete). Harburg werde sogar ein wenig zum Merchandising-Thema: „Allein im August haben wir 180 Harburg-Taschen verkauft. Die Leute mögen das.“

Das Publikum verändert sich

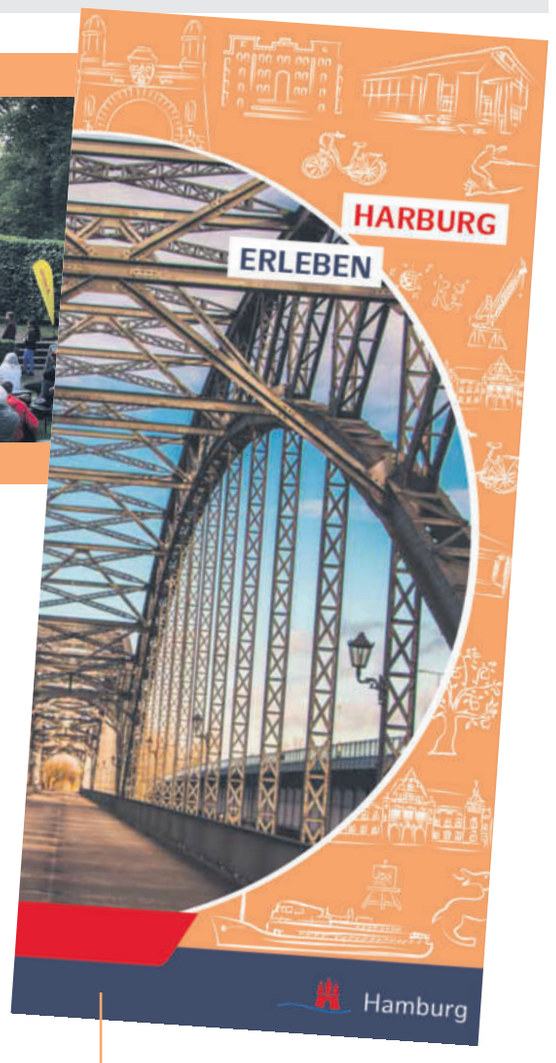
Citymanagerin Melanie-Gitte Lansmann hat seitdem eine ganze Reihe von Veranstaltungen durchgeführt – teils bewährte Formate wie das leider vom Regen erwischte „White Dinner“ und den zeitgleichen neuen „Sommer im Park“. Auf dem Rathausplatz fand eine Opernübertragung auf Großleinwand statt, und Ende September sorgte die „Nacht der Lichter“ dieses Mal wieder für Illuminationen und ein buntes Programm in der Harburger Innenstadt. Sie sagt: „Mein Eindruck ist, dass Harburg mittlerweile anders wahrgenommen wird. Auch das Publikum verändert sich. Mittlerweile tauchen immer mehr Harburger auf, die wir sonst eher nicht erreicht haben.“

Den Grund liefert sie gleich mit: „Ich mag Veranstaltungen mit Inhalt. Es reicht heute nicht mehr, ein Kinderkarussell, eine Bratwurstbude und zwei Bierstände aufzustellen. Damit erreiche ich nur bestimmte Leute. Mein Ziel ist es, mit der Art der Veranstaltung die Zielgruppen zu steuern.“ Ein Beispiel: Wenn „Così fan tutte“ über die LED-Wand flimmert, dann sitzen Opernfans auf dem Harburger Rathausplatz – und keine Wolfgang-Petri-Jünger, die aus vollen Hälsen „Hölle, Hölle, Hölle!“ in den Abendhimmel schmettern. Das macht den Unterschied. Und: Wenn beim „Sommer im Park“ Comedy, Tanz, Jazz und Musik-Kabarett dominieren, sind wieder andere Leute da. Das Kultur-Klavier will so gespielt werden, dass alle Tasten erklingen.

Drei Stile – eine Fete

Ein schönes Beispiel für die kulturelle Diversifizierung liefert auch die Head-Phone-Party: Drei Discjockeys spielen zeitgleich unterschiedliche Musik auf Kopfhörer, die die Besucher tragen. Jeder hört seinen bevorzugten Stil, und ist trotzdem mit den anderen zusammen. Gitte Lansmann: „Das kam super an – die DJs haben schon angefragt, ob sie nächstes Jahr wieder dabei sein dürfen.“ 2019 soll es eine Neuauflage geben – dann möglichst ohne Regen. Der allerdings lässt sich im Tourismus wirklich nicht steuern . . . wb

» **Web: www.citymanagement-harburg.de**



Harburg erleben – der neue Flyer des Harburger Citymanagements stellt Harburgs bunte Seiten und Harburgs Wegweiserrolle zwischen Nord und Süd in den Vordergrund – symbolisch dargestellt durch die Alte Süderelbbrücke.

horeis consult

KOLUMNE

Personal 4 you

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

InterAKTION in der Social-Media-Welt

Passt das zusammen? Social Media und Bewerbungsprozesse? Es ist nicht die Frage, ob das die Zukunft ist, denn die hat bereits begonnen. Es ist doch vielmehr die Frage, wo und wie ich meine Zielgruppe am besten erreiche. Alle Generationen sind in digitalen Netzwerken vertreten. Sei es auf Facebook, Instagram, Xing oder einem anderen Kanal. Social-Media-Kanäle sind lebendige und interaktive Plattformen, auf denen die Nutzer in einen direkten (Online-)Dialog treten. Und nicht nur auf privater Ebene. Sobald ein Beitrag platziert worden ist, erhalten Sie postwendend Feedback.

Es gibt nach wie vor zahlreiche Firmen und auch dutzende Menschen, die in sozialen Netzwerken nicht aktiv sind und die diesen „neumodischen“ Kommunikationskanälen sehr skeptisch gegenüberstehen.

digital KONKRET
digital@business-people.de

Dieser Abneigung stehen Argumente entgegen, die Unternehmen unter anderem im Recruiting-Prozess große Vorteile bringen können: geringe Kosten, hohe Reichweite, Bekanntheitsgrad erhöhen und – ganz wichtig – die zielgerichtete Kandidatensuche. Nur welcher dieser vielfältigen und zahlreichen Kanäle ist der passende für welche Zielgruppe? Das heißt: Wo und wie genau erreiche ich die spezifischen Fachkräfte am besten?

Je genauer die Zielgruppe definiert wird, desto gezielter können die potenziellen Personen angesprochen werden – in welcher Region, in welchem Alter, welchen Geschlechts, mit welchen Kenntnissen, in welcher Berufsgruppe, mit welchem (Freizeit-)Verhalten, in welcher Sprache und so weiter. Auch wenn die Reichweite der Anzeige immer weiter eingeschränkt wird, wird das Ziel/die Zielgruppe immer präziser. Das meist frequentierte und auch bekannteste Netzwerk in Deutschland ist Facebook. Es bietet neben dem Sammeln von „Freunden“ vor allem regional begrenzte Jobgruppen für Unternehmen und Bewerber an. Und in diesen Gruppen herrscht reger Betrieb. Firmen posten, Kandidaten antworten, Bewerber bieten sich als potenzielle Mitarbeiter an und Firmen zeigen Interesse. Ein Bewerbungsprozess kommt in Gang. Immerhin nutzen 30 Prozent der Unternehmen Social-Media-Kanäle, um Stellenangebote zu veröffentlichen. Der Anteil der Einstellungen über Social Media ist im Vergleich zu anderen digitalen Stellenbörsen zwar noch gering, jedoch mit wachsender Tendenz.

Woran könnte das liegen? Schlagworte wie Auffälligkeit, Frequenz, Schnelligkeit, kurze Reaktionszeiten, interaktive Kommunikation und Bewerben geben Hinweise, warum die letzte Anzeige im Social Web nicht zum Erfolg führte. Das einmalige Schalten einer Anzeige in irgendeinem Netzwerk wird genauso viel Erfolg bringen wie in anderen Jobbörsen. Recruiting-Prozesse sind lebendig wie das Internet an sich, jedoch befinden sich viele Stellengesuche noch im Schlummermodus. Social Recruiting ist sicherlich nicht die alleinige Lösung zur Ansprache von Fachkräften, jedoch ein Medium, um bestimmte Zielgruppen überhaupt zu erreichen. Es ist eine Möglichkeit der interaktiven Kandidatenansprache und beschert Ihnen ein Potenzial von Millionen Nutzern. Wo finden Sie mehr Möglichkeiten, mit potenziellen Kandidaten schnell und aktiv in Kontakt zu treten? Entscheidend ist Ihr Aktionsgrad, denn Interakion beinhaltet AKTION – dann mal los!

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

Team Lüneburg
Unternehmnsbetreuung

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Vertrauen für erfolgreiches Wirken – gemeinsam für die Region.

„Die Unternehmen in unserer Region arbeiten oft seit Generationen mit uns zusammen. Der persönliche Kontakt und ein offenes Gespräch sind somit der Grundstein einer vertrauensvollen Zusammenarbeit“.

Gegenseitige Synergien in der Region nutzen wir. So sind wir mit unseren Leistungen dort, wo Menschen zusammenkommen. Wir stehen für nachhaltiges Wirken und sind Ihr starker Partner für die ganzheitliche Betreuung Ihres Finanzmanagements.

www.vblh.de

Volksbank Lüneburger Heide eG

Kochen beginnt im Kopf

Andreas Kirschenmann ist geschäftsführender Gesellschafter bei Gastroback. Der 51-Jährige lebt in der Nähe von Stade und engagiert sich als überzeugter Mittelständler in der Industrie- und Handelskammer IHK Lüneburg-Wolfsburg. Dort tritt er auch jetzt wieder für die Wahlen zur Vollversammlung an. Kirschenmann sitzt im Handelsausschuss und im Prüfungsausschuss. Auf Bundesebene arbeitet er bei der DIHK im Ausschuss für Berufsbildung mit und setzt sich für die Stärkung der dualen Ausbildung in Deutschland ein. Er sagt: „Der Mittelstand braucht mehr politisches Gehör. Wir stellen die weitaus meisten Arbeitsplätze in Deutschland und sorgen für den Großteil der Steuereinnahmen. Deshalb wäre es gut, beispielsweise in Fragen der Integration von Migranten nicht nur die Konzerne an den Runden Tisch der Politik zu bitten, sondern auch mittelständische Unternehmer."

Sie sind für das Gastroback-Marketing verantwortlich: Diplomkaufmann Jurek Fischer (Mitte), Thilo Beck (rechts), Art-Director und Fotograf, sowie der Grafikdesigner Andreas Schneider. Fotos: Gastroback

B&P VOR ORT Besuch bei Gastroback in Hollenstedt – Professionelle Technik für die heimische Küche – Gespräch mit Andreas Kirschenmann und Jurek Fischer

Seit etwa zehn Jahren sind die elektrischen Küchengeräte der Marke Gastroback aus den Regalen im Einzelhandel nicht mehr wegzudenken. Dort stehen allerdings auch die traditionell bekannteren Marken mit allem, was sich die kochbegeisterte Kundschaft so wünscht. Wie es dennoch gelingen kann, sich im Konzert der Markenführer zu behaupten, das zeigt das etwa 50-köpfige Team in der Gastroback-Zentrale in Hollenstedt (Mitarbeiter insgesamt: 63). Geschäftsführer Andreas Kirschenmann und sein Marketingleiter Jurek Fischer setzen konsequent auf Emotionen, denn Kochen ist ein durch und durch emotionales Thema. So zeigt denn auch die Titelseite des „Handbuch 2018", in dem das gesamte Sortiment beschrieben wird, nicht ein einziges Gerät. Stattdessen: ein üppiges Antipasti-Büfett, leckeres Brot im Anschnitt, einen perfekten Cappuccino sowie Mutter und Tochter mit viel Spaß beim Backen. B&P traf die beiden Marketing-Treiber in Hollenstedt.

Die eingangs erwähnten zehn Jahre täuschen ein wenig über die Geschichte des Unternehmens hinweg. Gastroback wurde 1989 gegründet und belieferte zunächst vor allem Kunden aus der Gastronomie und der Hotellerie mit Dosierpumpen – beispielsweise für Ketchup und Mayonnaise. Andreas Kirschenmann: „Das machen wir heute immer noch. Wahrscheinlich hat jeder B&P-Leser schon einmal eine Dosierpumpe von Gastroback bedient. Es gibt wohl kaum einen Imbisswagen, eine Kantine oder eine Restaurantküche, in der wir nicht vertreten sind."

Lifestyle und Gesundheit

Der große Erfolg der Gründeridee führte schließlich zur Entwicklung eigener semiprofessioneller Elektrogeräte für den Hausgebrauch. Kirschenmann: „Wir haben es da mit mehreren Faktoren zu tun: Zum einen ist das Thema Küche in den vergangenen 15 bis 20 Jahren sehr stark in den Fokus gerückt. Viele Neubauten verfügen heute über offene Küchen mit direkter Verbindung zum Wohnbereich. Zugleich bekamen auch die Kleingeräte starke Aufmerksamkeit. Zum anderen ist die gesunde Ernährung ein Riesenthema. Es geht um Vitalität, Dynamik und natürlich Gesundheit. Heute können wir sagen: Elektrische Kleingeräte für den Küchenbereich sind sinnvolle Werkzeuge, die Einfluss auf den Lifestyle haben." Kurz: Kochen beginnt im Kopf.

Diesen Mechanismus hat Gastroback erkannt. In seinem Vorwort für das Handbuch schreibt Kirschenmann: „Immer wieder fragen Kunden, woher der Name Gastroback kommt. Der Name steht für unseren Anspruch, professionelle Technik aus dem Gastronomiebereich für den Einsatz in der Küche nutzbar zu machen." Damit war der Weg des B2B-Unternehmens in den B2C-Bereich vorgezeichnet. Mit allen Herausforderungen, die das mit sich bringt: Die Ansprache des Endkundens, der im Fachhandel am Regal für Entsafter, Kaffeemaschinen oder Rührgeräte vorbeischlendert, muss punktgenau treffen.

Eigene Videoproduktion

Eine Besonderheit: Da Andreas Kirschenmann nicht nur Diplomkaufmann mit Schwerpunkt Marketing ist, sondern auch Psychologie und Wirtschaftsrecht studiert hat, ist der scharfe Blick auf die Führung der eigenen Marke programmiert. Was die Sache nicht einfacher macht: Den direkten Kontakt zum Endkunden hat das Gastroback-Team eigentlich nur, wenn ein Gerät zur technischen Überholung persönlich in Hollenstedt angeliefert wird (was durchaus vorkommt). In der architektonisch auffälligen Firmenzentrale im Gewerbegebiet an der A1 sind unter anderem die Techniker für den Kundendienst, aber eben auch das Lager, die kaufmännischen Abteilungen sowie eine Besonderheit untergebracht: Gastroback verfügt über ein eigenes Studio für die Produktion von Video-Filmen und Fotos. Andreas Kirschenmann hat erst kürzlich wieder einen Filmemacher eingestellt. Aktuell gesucht werden Designer und Social-Media-Manager.

Jurek Fischer ist der Mann, der das Marketing-Klavier zum Klingen bringt. Er sagt: „Wir sind unsere eigene Werbeagentur und konzipieren und realisieren vom Werbevideo über das Verpackungsdesign bis hin zur Instagram oder Print Kampagne alles komplett im Unternehmen. Die Marketingkommunikation ist dabei immer B2B- und B2C ausgerichtet, da wir sowohl den Händler als auch den Endkäufer ansprechen. Wir arbeiten hier im Multichannel-Vertrieb, da wir bundesweit in den Regalen des stationären Handels und auf allen relevanten Online-Kanälen wie zum Beispiel Otto und Amazon vertreten sind. Und trotzdem stellen auch wir uns die Frage, wie der Handel wohl in zehn Jahren funktionieren wird. Vieles ist im Umbruch, die Strukturen verändern sich nicht zuletzt durch die Digitalisierung. Und über allem steht immer die Frage: Wie gestalten wir unsere Kommunikationsmaßnahmen so, dass ein Kunde bei der Betrachtung unseres Produktes sämtliche Funktionen, die Vorteile sowie einen Mehrwert versteht und dabei noch in die emotionale Welt des Storytelling abgeholt wird. Warum sollte ein Kunde gerade unser Gerät kaufen? Diese Fragen müssen wir beantworten. Wir sind ein kleines, aber feines Team kreativer Köpfe, das sich bei jedem Produkt aufs Neue damit beschäftigt."

Die Produktpalette

Emotionen zu wecken, ist ein Weg. Aber der funktioniert nicht immer. Geht es um einen Fleischwolf, wird es schon schwieriger. Ein Video über Kaffeemaschinen hat eine andere Ansprache als das neueste Video über einen Entsafter – hier wird der Barista-affine Genießer angesprochen; dort der gesundheitsbewusste Kunde, der ganze Früchte in den Einfüllschacht drückt, um sich einen Smoothie zu machen. Frucht-Cocktails dieser Klasse waren vor einigen Jahren noch nicht einmal erfunden. Gastroback brachte den ersten Entsafter heraus, der ganze Früchte verarbeiten konnte.

Das Produktspektrum ist breit und reicht vom elektrischen Tischgrill über den Multicook-Automaten bis hin zu Fritteuse, Warmhalteplatte, Brotbackautomat und Waffeleisen. Das ist übrigens nur der Bereich Kochen, Backen, Grillen. Weiter geht es mit den Sektionen Kaffee, Espresso & Milchschaum, Tee & Wasserkocher sowie Smoothie und Saft. Dann wäre da noch ein automatisches Wein-Dekantiergerät mit App-Verknüpfung. Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft kommen jetzt ein erweiterter Tischgrill und ein kombiniertes Raclette/Fondue-Gerät auf den Markt. Jede Menge Möglichkeiten, auch weiterhin professionelle Technik mit Emotionen zu verknüpfen. Hergestellt werden die Geräte bei Partnerunternehmen in Südostasien. Jurek Fischer: „Wir arbeiten manchmal bewusst unkonventionell an einer Lösung, aber im Grunde ist es so: Gastroback verkauft Food – und die dazu passenden Geräte mit professionellem Anspruch . . ." wb

» **Web: www.gastroback.de**

Im B&P-Gespräch: Thorsten Logemann, Vorstandsvorsitzender der intersoft consulting services AG in Hamburg, und Mariko Mittelbach, Projektleiterin IT-Forensik.

digital KONKRET
digital@business-people.de

„Die Bösen wissen das auch . . .!“

IT-Forensik: Was tun, wenn wichtige Daten gestohlen wurden? Das rät Thorsten Logemann von intersoft consulting services

Der Feind kommt auf leisen Sohlen, knackt völlig geräuschlos auch härteste Passwörter und wird oft erst Wochen, wenn nicht gar Monate später bemerkt – dann, wenn es tatsächlich zu spät ist. Cyber-Kriminalität ist ein Thema, das in deutschen Unternehmen, aber auch in Privathaushalten in vielerlei Formen präsent ist und ganz offensichtlich zunimmt. Der Daten-Klau geht um – und kann im schlimmsten Fall helle Panik auslösen. Beispielsweise, wenn Rechner schlicht blockiert werden und der Zugriff auf Daten gegen Zahlung von Bitcoins in Aussicht gestellt wird. Thorsten Logemann, Vorstandsvorsitzender der intersoft consulting services AG in Hamburg, hat zusätzlich zur Beratung in den Bereichen Datenschutz und IT-Sicherheit auch eine eigene Abteilung für IT-Forensik aufgebaut. Das spezialisierte Team unter Projektleiterin Mariko Mittelbach stellt in einem Gutachten Beweise über den Hergang sicher, der zum Verlust der Daten geführt hat. Das trifft kleinere Betriebe, Mittelständler bis hin zu Großunternehmen gleichermaßen. Fall für Fall eine Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Im besten Fall wird der digitale Dieb enttarnt.

Krimineller Hintergrund

„Es gibt im Wesentlichen zwei Arten, die zum Verlust von Daten führen“, erläutert Logemann. „Entweder durch gezielten Diebstahl oder durch Schadsoftware, zum Beispiel Verschlüsselungs-Trojaner. Zwei von drei Datendiebstählen in Unternehmen werden allerdings intern begangen, etwa weil ein Mitarbeiter, der gekündigt hat, seine Kundendateien mitnimmt – in der Annahme, die habe er ja gesammelt, also seien das seine eigenen. Das ist natürlich juristisch nicht korrekt. Ein Drittel entfällt auf externe Zugriffe.“ Dazu zählt auch die gezielte Wirtschaftsspionage, bei der Auftrags-Hacker in Unternehmensnetzwerke eindringen, um beispielsweise eine geheime Konstruktionszeichnung zu beschaffen.

Thorsten Logemann: „Wir bieten professionelle IT-Forensik an, nicht zu verwechseln mit Datenrettung. Das machen andere. Unsere Spezialisten werden von Unternehmen beauftragt, wenn der Verdacht besteht, dass Daten abfließen oder verschwunden sind. Wir suchen auf den Festplatten in den Rechnern nach den Spuren, die Angreifer hinterlassen, und schreiben ein fundiertes Gutachten. Wenn wir beauftragt werden, gibt es in der Regel einen kriminellen Hintergrund. Ermitteln muss die Kriminalpolizei, wir zeigen nur auf, was wie geschehen ist.“ Die meisten Fälle landen indes nicht vor Gericht, weil Unternehmen meistens nicht darauf erpicht sind, dass ihr Fall an die Öffentlichkeit gerät. Logemann: „Die weitaus meisten Fälle werden außergerichtlich geklärt, indem die Diebe eine Unterlassungserklärung unterschreiben müssen.“ Die Suche nach dem digitalen Fingerprint ist eine Aufgabe für Experten. Im Team von Mariko Mittelbach sind zertifizierte IT-Forensiker, professionelle Ermittler mit Polizeihintergrund und Juristen. Logemann: „IT-Forensiker arbeiten immer unter Zeitdruck. Es kommt also durchaus vor, dass sie nachts mit dem Geschäftsführer einer Firma vor Ort die Rechner und Daten sichern. Auf der Seite IT-Forensiker.de haben wir deshalb extra eine 24 Stunden Hotline eingerichtet. Außerdem haben wir ein eigenes forensisches Labor auf höchstem technischen Niveau, in dem wir entsprechende Prüfprogramme fahren.“ Wenn die Spezialisten von intersoft consulting gerufen werden, ist der Schaden allerdings durchweg schon passiert. „Die Kunst der Datendiebe besteht darin, nicht aufzufallen. Einer Studie zufolge dauert es durchschnittlich 210 Tage, bis jemand merkt, dass etwas nicht stimmt. Die Bösen wissen das auch. Sie wollen möglichst lange unerkannt bleiben.“

Trojaner per Fotodatei

Was auffällig ist: „Oft gehen Mitarbeiter in Unternehmen sorglos vor, da sie ja meinen, alles sei perfekt abgesichert. Was mich persönlich desillusioniert: Auf Firmenrechnern finden sich massenhaft pornografische Fotos – weil die Nutzer glauben, dass das da nicht auffällt. Privat trauen sie sich das eher nicht. Was viele nicht wissen: Fotodateien eignen sich bestens, um Schadsoftware einzuschleusen. Vor einiger Zeit gab es sogar Fälle, bei denen die typischen Trojaner über Bewerbungsfotos in die IT-Systeme getragen wurden. Da wird man dann nicht mal misstrauisch.“ Die Urheber für viele kriminelle IT-Fälle sieht Logemann vor allem in Russland und in China. Dort habe man den Datenklau offenbar als Geschäftsmodell entdeckt . . . wb

» Web: www.it-forensiker.de

Daten – Währung des 21. Jahrhunderts

Daten haben einen Wert und werden üblicherweise im Darknet gehandelt, also in jenem verschlüsselten Teil des Internets, in dem beispielsweise auch Tauschbörsen für kinderpornografische Fotos existieren und in bestimmten Kreisen Anleitungen zum Bombenbau ausgetauscht werden – ein Tummelplatz für Kriminelle. Ein Großteil der Aktivitäten wird von Experten als illegal eingestuft, darunter auch der Handel mit gestohlenen Daten. Thorsten Logemann: „Im Darknet werden Datensätze üblicherweise zu Paketen à 100 oder 1000 Stück angeboten. Wie hoch der Preis ist, hängt von der Qualität der Daten ab. Gezahlt wird ausschließlich in Bitcoins. Eine einfache Adresse kostet nur ein paar Cent; eine verifizierte Mailadresse, also eine, die wirklich zu einer Person gehört, bringt vielleicht zehn bis 20 Cent. Habe ich Name, Adresse und Kreditkarten-Informationen inklusive Prüfnummer, steigt der Wert schon auf 25 bis 45 Dollar. Wenn es dem Angreifer gelingt, im großen Stil Daten zu stehlen, die schon bei einer einfachen Kaufaktion bei Amazon oder Ebay anfallen, ist damit also richtig viel Geld zu machen.“

Es ist heutzutage ein Leichtes, an Daten heranzukommen, die auf Handys abgespeichert sind. Logemann: „Da werden Smartphones kurzerhand so manipuliert, dass sie als Scanner funktionieren. Über die Nearfield-Kommunikation auf Kreditkarten kann ich im Gedränge die Daten von der Karte in der Handtasche der Frau auslesen, die neben mir in der U-Bahn steht, ohne dass ich sie berühre. Auf Smartphones speichern die Leute gern ihre Passwörter, ihre Kreditkartennummer und sogar die Prüfziffer. Das wissen die Bösen auch.“ Besonders anfällig seien Androit-Betriebssysteme. Und weiter: „Der Datendieb schaut erstmal, was er so findet und wen das interessieren könnte. Grundsätzlich gilt: Egal, was er findet - es gibt immer jemanden, der sich dafür interessiert und der dafür zahlt. Beispielsweise für die typischen privaten Porno-Schnappschüsse auf dem Handy – das ist mittlerweile ein Massenphänomen. Dafür gibt es einen regelrechten Markt.“ wb

So sichere ich mich ab

Sind die Daten weg, ist der Schaden groß. Doch wie lässt sich der IT-SuperGAU vermeiden? Dazu hat Thorsten Logemann einen einleuchtenden Vorschlag: „Mein Rat: Viele Unternehmer sollten nicht so viel Geld in die Software stecken, sondern lieber in Menschen investieren, die wirklich Ahnung von IT haben. Zumeist sitzt das Problem vor dem Rechner. IT ist ein komplexes Thema. Aber auch Leute, die IT nur nutzen, können dazu beitragen, ihr Unternehmen sicherer zu machen. Ein Thema ist der regelmäßige Wechsel von Passwörtern. Auch sollte jedem klar sein, dass man einen USB-Stick, der zufällig auf dem Parkplatz liegt, nicht einfach in den Rechner steckt – dummerweise sind die Menschen aber so neugierig, dass dieser Klassiker immer wieder passiert und auf diesem simplen Weg Trojaner ins System bringt.“

Eine wichtige Frage an jeden Unternehmer: Welche Daten muss ich wirklich schützen? Was gehört zu den absolut wichtigen Kerndaten, und wer darf/muss darauf Zugriff haben? Und noch ein Punkt: Datensicherung ist ein Muss, aber: „Ist jemals ausprobiert worden, ob das Backup überhaupt funktioniert? Was ist, wenn es das nicht tut, weil die Daten zu oft kopiert wurden? Ein kleiner Fehler und nichts geht mehr. Dazu brauche ich einen Notfallplan und eine Backup-Strategie“, sagt Thorsten Logemann. „Die Bösen, das sind nicht mehr die Script-Kiddies von damals, die sich als Helden feierten, wenn es ihnen gelang, eine Homepage zu hacken. Das sind heute hochprofessionelle Leute. Hacking ist eine Form von Kunst. Da sucht jeder seinen eigenen kreativen Weg, um sein Ziel zu erreichen – und deshalb sind diese Leute auch so gefährlich.“ wb

DER NEUE VOLVO V60.
Er ist vielseitiger und dynamischer – mit mehr Platz als je zuvor. Ob Freizeit, Business oder Familie – der neue Volvo V60 passt sich jeder Situation perfekt an.

JETZT BEI UNS PROBEFAHREN.

AUTOHAUS WERNER BRÖHAN GMBH

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

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

IHRE ANSPRECHPARTNER:

BUSINESS & PEOPLE

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

Dr. Niyazi Cebi

Torsten Budziak

Dr. Christian Saager

Dr. Kersten Mückner

Dr. Mareike Franke

Gefäßmedizin auf Spitzenniveau

Das Gefäßzentrum Elbe-Weser hat die begehrte Rezertifizierung der Fachgesellschaften ohne Fehl und Tadel bestanden

Die moderne Gefäßmedizin befindet sich in einer faszinierenden und schnellen Entwicklung. Dadurch verbessert sich die nicht-invasive Diagnostik – wie Ultraschall, Magnetresonanztomographie (MR)- und Computertomographie(CT)-Angiographie – und neue, minimalinvasive Therapieoptionen entwickeln sich. Die fortschreitende Minimalisierung des Gewebetraumas bei Therapie und Diagnostik wird angestrebt, die Gefäße sollen über immer kleinere Zugänge erreicht, Krankheiten schonender diagnostiziert und behandelt werden. Das bedeutet für den Patienten weniger belastende Eingriffe und schnellere Genesung.

Um diese Entwicklung zu fördern, werden in Deutschland spezialisierte Gefäßzentren von der Deutschen Röntgengesellschaft (DRG) und der Deutschen Gesellschaft für Gefäßchirurgie (DGG) alle drei Jahre überprüft und zertifiziert. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die aktuellen Entwicklungen in der Gefäßmedizin auch in der Praxis umgesetzt werden. Im Mittelpunkt stehen dabei Qualitätsgesichtspunkte – unter anderem die Vorhaltung einer Gefäßsprechstunde als Anlaufstelle für Patienten, die Gewährleistung einer Rund-um-die-Uhr-Versorgung durch voll weitergebildete Fachärzte, die Sicherstellung der Fachkompetenz durch hohe Fallzahlen und eine funktionierende interdisziplinäre Zusammenarbeit. Das Gütesiegel der Zertifizierung bedeutet, dass sich die Patienten auf eine Behandlung nach den aktuellsten Standards und Richtlinien der Medizin verlassen können. Deutschlandweit sind etwa 60 Gefäßzentren zertifiziert.

Seit 2012 zertifiziert

Im Elbe-Weser-Raum hat das Gefäßzentrum Elbe-Weser nach erfolgreicher Zertifizierung 2012 dieses Gütesiegel der Zertifizierung erhalten und aktuell wieder bewiesen, dass es den hohen Anforderungen einer Re-Zertifizierung bestens gewachsen ist. Gegründet wurde das Gefäßzentrum von den Elbe-Kliniken Stade-Buxtehude und der Klinik Dr. Hancken in Stade und wird gleichberechtigt durch ein Team von Gefäßspezialisten aus den Bereichen Gefäßchirurgie, interventioneller Radiologie und Angiologie geleitet.

„Wir haben bei der Re-Zertifizierung gezeigt, dass unsere Methoden und Abläufe, nach denen wir unsere Patienten im Gefäßzentrum Elbe-Weser behandeln, dem aktuellen Stand der Medizin entsprechen“, berichtet der Chefarzt der Radiologie, Dr. Kersten Mückner, der ebenfalls leitender Arzt des Medizinischen Versorgungszentrums (MVZ) Radiologie und Nuklearmedizin der Klinik Dr. Hancken und im Gefäßzentrum Elbe-Weser ist.

Neben Dr. Mückner zählen der leitende Gefäßchirurg des Elbe-Klinikums Stade, Dr. Niyazin Cebi, sowie die gefäßchirurgischen Oberärzte Dr. Ralf Michallek und Dr. Cem Kilic zum Expertenteam des Zentrums. Von Seiten der Radiologie sind neben Dr. Mückner die radiologischen Oberärzte Dr. Mareike Franke und Dr. Christian Saager, der zusätzlich die Zusatzbezeichnung Neuroradiologe inne hat, Mitglieder des Teams. Als angiologischer Oberarzt ist der Internist Torsten Budziak im Expertenteam vertreten.

Im interdisziplinären Gefäßzentrum Elbe-Weser werden Patienten mit Gefäßerkrankungen wie zum Beispiel der relativ häufig vorkommenden „peripheren arteriellen Verschlusserkrankung“ (pAVK) behandelt. Bei dieser Erkrankung kommt es durch Ablagerungen an der Gefäßwand zu Verengungen (Stenosen). Je nach Ort der Ablagerung sind die Beschwerden vielseitig. Unter anderem äußert sich die Erkrankung bei Engstellen im Bereich der Beinarterien als „Schaufensterkrankheit“. Nach Diagnosestellung durch moderne Verfahren wie beispielsweise die Gefäßultraschalluntersuchung und die Magnetresonanztomographie kommen als Behandlungsoptionen minimalinvasive Therapien wie zum Beispiel die Ballonaufdehnung (perkutane transluminale Angioplastie – PTA) von Engstellen zum Einsatz.

Hybrid-Eingriffe in der AngioSuite

Für diese Eingriffe, die mit Kathetern unter Röntgenkontrolle über einen sehr kleinen Zugang in der Leiste durchgeführt werden, steht den Ärzten des Zentrums eine hochmoderne Ausstattung und komplett ausgerüstete Räumlichkeiten zur Verfügung. So können in der AngioSuite im Elbe-Klinikum Stade auch größere, interdisziplinäre Eingriffe als sogenannte Hybrid-Eingriffe vorgenommen werden. Hierbei werden Gefäßerkrankungen mittels eines Teams aus Gefäßchirurgen und interventionellen Radiologen in einer OP-Sitzung behandelt. So können beispielsweise mehrere Engstellen durch interventionelle und chirurgische Verfahren in nur einer OP-Sitzung beseitigt werden. Ebenfalls können zum Beispiel Aussackungen (Aneurysmen) der Hauptschlagader minimalinvasiv über Leistenzugänge mittels Endoprothese behandelt werden – ohne Notwendigkeit, einen großen Bauchschnitt mit verlängertem Heilungsprozess machen zu müssen. Aber auch seltenere Erkrankungen wie beispielsweise Gefäßwandentzündungen werden im Zusammenspiel zwischen Radiologie, Angiologie und Gefäßchirurgie diagnostiziert und behandelt.

Zudem können die in der Gefäßmedizin benutzten Räumlichkeiten/Gerätschaften und angewandte Techniken für Patienten mit Leiden, die nicht direkt zum Leistungsspektrum des Gefäßzentrums gehören, genutzt werden. So arbeiten die interventionellen Radiologen des Gefäßzentrums mit dem neurologischen Schlaganfall-Team des Elbe-Klinikums Stade in der Behandlung von Schlaganfallpatienten zusammen. In besonders schweren Fällen kann mittels rechtzeitiger Entfernung des Blutgerinnsels aus den Hirnarterien durch kathetergestützte Gefäßverfahren der Patient vor schweren Folgen des Schlaganfalls bewahrt werden.

Auch mit anderen Fachrichtungen wird gut kooperiert. Beispielsweise können in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Fachabteilungen gutartige Gebärmutter-Wucherungen und gutartige Vergrößerungen der Prostata mittels Verschluss der Gefäßstrukturen verkleinert werden. In der Krebstherapie können die Techniken der Gefäßmedizin genutzt werden, um Tumortherapeutika gezielt und nebenwirkungsärmer an ihren Wirkort (bei der Behandlung von Lebermetastasen direkt in die Leber) zu bringen. co

» **Web: www.hancken.de**
www.gefaesszentrum-elbe-weser.de

110 Tonnen schwer

Schwergewicht am Haken: Schwimmkran „HHLA IV“ verlädt den weltweit größten Schiffspropeller in Waltershof.

Foto: HHLA / Dietmar Hasenpusch

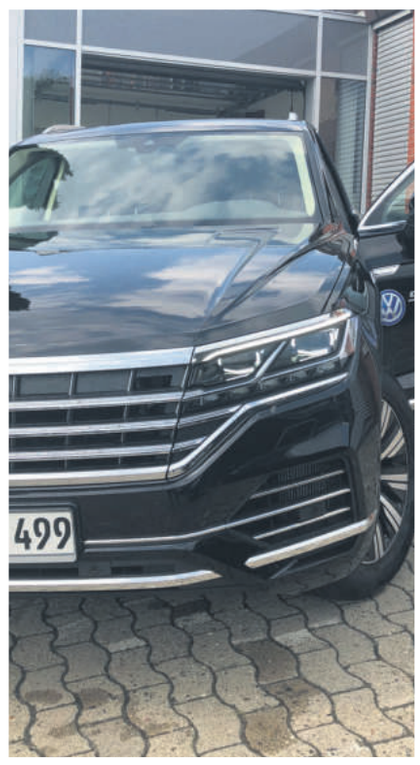
HHLA verlädt den weltgrößten Schiffspropeller in Waltershof

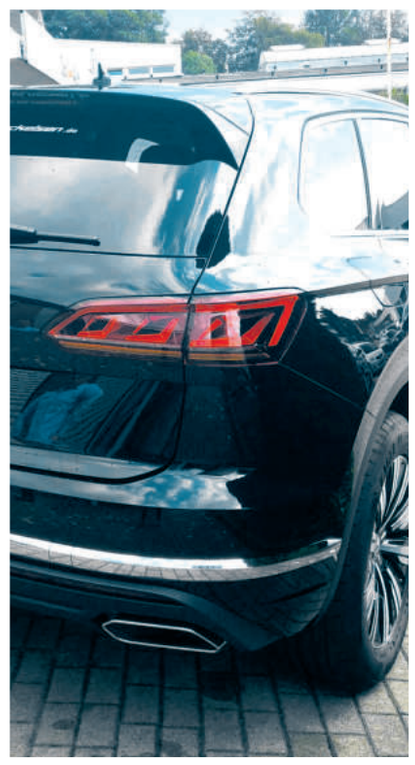
Die Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) hat jetzt den weltweit größten Schiffspropeller verladen. Der Schwimmkran „HHLA IV“ brachte den 110 Tonnen schweren Koloss in den Waltershofer Hafen, wo er auf das Containerschiff „Hyundai Supreme“ gehievt wurde. So einen mächtigen Schiffspropeller hatten die HHLA-Schwimmkräne bisher noch nie am Haken. Zwar werden die Spezialanfertigungen der Mecklenburger Metallguss GmbH (MMG) regelmäßig von der HHLA in Hamburg verladen, aber mit einem Gewicht von 110 Tonnen und einem Durchmesser von 10,50 Metern hat der neueste Propeller alles bisher Dagewesene übertroffen. MMG zählt zu den führenden Herstellern von Schiffspropellern. Allein über den Hamburger Hafen werden jährlich rund 100 MMG-Propeller für Werften in aller Welt verladen. Da die Verschiffung zumeist an Bord von Containerschiffen erfolgt und Containerbrücken in der Regel keine großen Schwergutlasten heben können, sind fast immer die Schwimmkräne „HHLA III“ oder „HHLA IV“ bei Verladungen über den Hamburger Hafen involviert.

Nach dem aufwendigen Schwertransport vom Produktionswerk in Waren an der Müritz über die Straße nach Hamburg wurde der neue Riesen-Propeller unweit des HHLA Container Terminals Tollerort am Hachmannkai bis zur Verladung zwischengelagert. An einem Sonntagmorgen nahm der Schwimmkran „HHLA IV“, der bis zu 200 Tonnen heben kann, den weltgrößten Propeller auf seine Transportplattform und brachte ihn zum Liegeplatz der „Hyundai Supreme“ im Waltershofer Hafen. Der Ausleger des Schwimmkrans hob den Propeller von der Wasserseite aus anschließend vorsichtig über die hoch aufragende Bordwand des knapp 300 Meter langen Containerschiffs. Eine heikle Aufgabe, bei der das Schwergewicht Zentimeter für Zentimeter in den Schiffsbauch herabgelassen wurde.

Das 5000-TEU-Containerschiff „Hyundai Supreme“ hat den Hamburger mitlerweile mit Ziel Fernost verlassen. Der 110 Tonnen schwere Propeller an Bord ist für den südkoreanischen Hafen Busan bestimmt. Von hier aus geht es weiter zur Schiffbauwerft Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering. Dort entsteht derzeit das erste von insgesamt elf neuen Containerschiffen für die Reederei MSC. Mit einer Kapazität von 23 000 Standardcontainern (TEU) werden die Neubauten die bisher größten Containerschiffe der Welt sein und die brauchen natürlich auch die weltgrößten Propeller.

ÜBER DIE HHLA: Die Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) ist ein führender europäischer Hafen- und Transportlogistikkonzern. Mit einem dichten Netzwerk aus Containerterminals in Hamburg, Odessa und Tallinn, exzellenten Hinterland-Anbindungen und damit verknüpften Intermodal-Drehscheiben in Mittel- und Ost-Europa ist die HHLA der logistische und digitale Knotenpunkt entlang der neuen Seidenstraße. Das Geschäftsmodell setzt auf innovative Technologien und ist der Nachhaltigkeit verpflichtet.





Leonard Bensberg, Verkaufsberater vom Autohaus Spreckelsen Stade, stellt den neuen Touareg vor.

Darf's ein bisschen mehr sein?

„Schiff" trifft als Bezeichnung für den neuen Touareg ziemlich ins Schwarze. Er ist groß, ja, aber das sind alle SUV im XXL-Format. Dafür kommt er in einem Design daher, das viel Liebe fürs Detail erahnen lässt. Mit neuem Kühlergrill, einer auffallenden Heckschürze und serienmäßigem LED-Licht zeigt er nach außen ein neues Gesicht, das sich innen ebenso wiederfindet. Das „innovision cockpit" wird bestimmt durch ein riesiges Display, das alles bietet, was das digitale Herz begehrt. Personalisierung und Sprachsteuerung sorgen ebenso wie die Vernetzung mit dem Internet für großen Komfort. Damit ist der Touareg auf dem aktuellen technischen Stand. „Für mich ist das größte Highlight dieses Fahrzeugs die Nachtsichtkamera, die bis zu 130 Meter voraus Personen oder Tiere erkennen kann", sagt Verkaufsberater Leonard Bensberg, der damit den Aspekt Sicherheit hervorhebt.

Wer Sicherheit, Leistung und Design schon fast als selbstverständlich für ein Auto in dieser Klasse sieht, der wird das Thema Komfort vielleicht genauer unter die Lupe nehmen wollen. Klar, mit seinen Drei-Liter-Motoren und 231 beziehungsweise 286 PS steht dem Fahrspaß sowohl in puncto Sportlichkeit als auch komfortables Cruisen nichts im Weg. Aber womit kann der neue Touareg die potenziellen Kunden noch überzeugen? „Die Sitze bieten durch viele verschiedene Verstelloptionen größtmöglichen ergonomischen

Im Autohaus Spreckelsen: Der neue VW Touareg überzeugt mit Design, Digitalisierung und Ergonomie – Leonard Bensberg über das neue VW Flaggschiff

Komfort", sagt Leonard Bensberg. Mit Blick auf die Zielgruppe der Langstreckenfahrer dieser Fahrzeuge hat sich VW gut beraten lassen, den Sitz optional mit so vielen individuellen Einstellmöglichkeiten auszustatten. Damit beim Fahrerwechsel nicht von der Lendenwirbelstütze bis zur Beinauflage alles wieder neu justiert werden muss, kann eine Memory-Funktion gewählt werden.

Sitze mit Massagefunktion

Ziel dieser 18-Wege-Einstellung ist es, den Rücken zu entlasten und ein Wohlfühlklima im Auto zu erzeugen. Apropos Klima, eine Sitzklimatisierung sorgt dafür, dass Beschwerden wie Verspannungen, Nackensteifigkeit, Müdigkeit oder Kopfschmerzen vermieden werden. Und wer so viel Wert auf seine Rückengesundheit legt, wird auch begeistert sein von der eingebauten Massagefunktion in den Sitzen. Hier wird hydraulisch gegen Punkte am Rücken des Fahrers gestempelt, was für die nötige Entspannung und Aktivierung der Rückenmuskulatur sorgt. Auch unabhängige Experten sind überzeugt und zeichneten den ErgoComfort-Sitz mit dem Gütesiegel der „Aktion Gesunder Rücken" aus.

Aber „der beste Sitz kann noch so gut sein. Auf die richtige Einstellung kommt es an", wie Bensberg sagt. Deshalb wird im Autohaus Spreckelsen praxisnahe Hilfe bei der optimalen Einstellung des Sitzes angeboten. Hilfe zur Kauf- oder Leasing-Entscheidung des neuen Touareg leistet am besten eine Probefahrt, die jederzeit vereinbart werden kann. bal

» **Web: www.spreckelsen.de**

Jetzt kommt „Straffer"

Die mit dem Gründer-Gen: „INNOTECH SummerSchool 2018" für innovative Jungunternehmer

Stefan Weiß (links) und Hanno Storz während der SummerSchool 2018 bereits ganz oben – auf dem Dach des hit-Technopark.

Auf dem Stundenplan der „INNOTECH SummerSchool" im hit-Technopark Hamburg stand es für Mittwoch von 9 bis 12 Uhr: Unternehmerpersönlichkeit. Was treibt Menschen an, sollte da von Fachleuten der Leuphana Universität Lüneburg geklärt werden, sich in jungen Jahren selbstständig zu machen. Ideen, Erfindungen oder Geschäftsmodelle umzusetzen, auf eigene Rechnung, auf eigene Gefahr, auf eigenes Risiko zu scheitern. Gibt es ein Unternehmer-Gen?

Die beiden SummerSchool-Absolventen Stefan Weiß und Hanno Storz waren sich bereits von dem Crashkurs sicher, das geschäftliche Glück in einer eigenen Firma zu finden. Die alles entscheidende Idee kam dem 29-jährigen leidenschaftlicher Sportler Weiß bereits in der Studienzeit an der Uni Kassel: Ein Sportband, ähnlich dem analogen Deuser-Band des früheren Physiotherapeuten der Fußball-Nationalmannschaft, wollte er entwickeln, mit einem elektronischen Innenleben zur Überprüfung der Fitness. Die erst noch schlummernde Idee entwickelte sich zwei Jahre später zu einem festen Plan, nachdem er als angestellter Ingenieur immer weniger Zeit fürs Training hatte. Weiß: „Mit einem einfachen Fitnessgerät wie einem Gummiband könnte man überall trainieren, auf dem Hotelzimmer, am Arbeitsplatz oder zu Hause im Wohnzimmer."

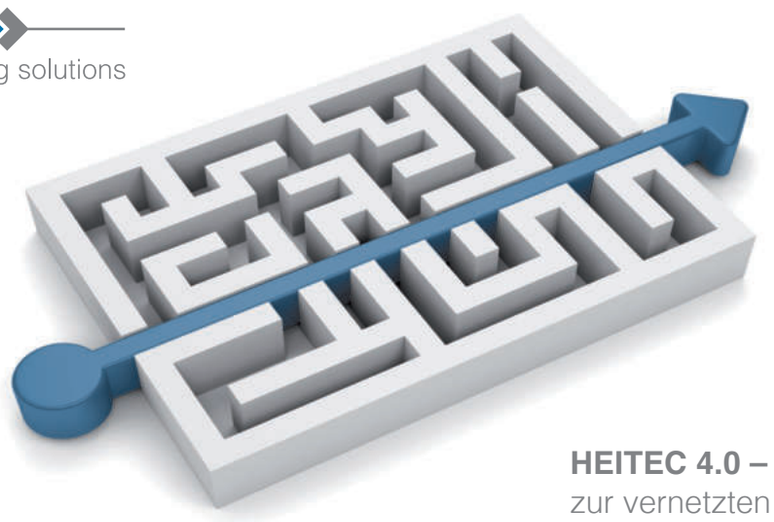
Aus dem theoretischen Plan ergab sich schnell die praktische Umsetzung. Mit Hanno Storz, Torben Hellmuth und Volker Valentin fand er drei weitere in Kassel ausgebildete Wirtschaftsingenieure, die Stefan Weiß' Business-Idee begeistert teilten. Einenhalb Jahre testeten sie Material und Elektronik, ehe sie vor einem Jahr den ersten Prototypen zusammenbauten. In der freien Zeit zwischen Studium und Job, zu Hause in der Garage. Kennt man das nicht von irgendwoher?

Serienreifes Gummiband

Mit dem inzwischen fast serienreifen Gummiband lassen sich Fitness- und Trainingsübungen für den gesamten Körper wie Nacken, Rücken oder Knie ausführen. Sie werden über unsichtbare Kontakte gemessen und in einer App dargestellt. Auf einem Smartphone zeigt sie dem Sportler nicht nur die Häufigkeit und die körperlichen Werte, sie sagt ihm auch, welche Übungen er falsch ausgeführt hat.

Das digitale Sportband – es wird den Produktnamen „Straffer" bekommen – schaffte den Sprung in das Exist-Förderprogramm für Hochschulen, und verschafft den jungen Gründern ein (bezahltes) Jahr zur Finalisierung des Vorhabens. 2019 werden sie in Kassel eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung gründen. Ihre guten Jobs als Ingenieure haben Stefan Weiß und Hanno Storz bereits gekündigt. Marktanalyse, Wettbewerbsanalyse, Kundensuche, Finanzplanung und Geldbeschaffung über Crowdfunding werden ihre zusätzlichen Aufgaben über den Vertrieb den innovativen Sportbandes hinaus werden. All das stand auch auf dem Stundenplan der „INNOTECH SummerSchool 2018", die TuTech, Leuphana Universität und hit-Technopark seit zwölf Jahren für Existenzgründer ausrichten und dafür die besten Experten als Lehrkräfte engagieren. Das Gründer-Gen müssen die Absolventen jedoch haben. pb

HEITEC
engineering solutions



HEITEC 4.0 – Schneller zur vernetzten Produktion
www.heitec.de/heitec40

Siemens Gamesa läutet die neue Steinzeit ein

Steine, die Energie speichern: In Hamburg testet der Windkraftkonzern eine neuartige Technologie

Von Daniel Hautmann

Die Baustelle auf dem Gelände der Aluminiumhütte in Altenwerder: Hier entsteht ein Steinspeicher-Prototyp mit Rückverstromung.

Immer mehr Windkraft, immer mehr Photovoltaik, immer mehr Wasserkraft erzeugt grünen Strom. Doch diese Ökostromquellen sind vom Wetter abhängig: Verdunkeln Wolken den Himmel oder herrscht Windstille, fließt kaum noch Strom aus Wind- oder Solarkraftwerken. Alle Welt sucht deshalb nach kostengünstigen Speichern, um überschüssige Energie einzulagern und bei Bedarf wieder abzurufen. Doch bislang stecken Technologien wie überdimensionale Batterien, spezielle Betonkugeln, die im Meer versenkt werden, oder Schwungradspeicher noch im Entwicklungsstadium – und sind meist irrwitzig teuer. Bislang. Der Windkraftkonzern Siemens Gamesa will nun förmlich den Stein der Weisen gefunden haben.

Gigantische, gut isolierte Steinhaufen sollen bei einem von Siemens Gamesa entwickelten Verfahren über ein Heizgebläse auf 600 Grad erwärmt werden und so überschüssige Energie in Form von Hitze speichern. Bei Strombedarf saugen Lüfter die heiße Luft aus dem Speicher und leiten sie in eine Dampfturbine, die wiederum einen Generator antreibt. Die Steine lagern in einem Hochbau aus Beton.

Sensoren beobachten die Steine

Um zu zeigen, dass das Verfahren prinzipiell funktioniert, betreibt Siemens seit einem Jahr eine Testanlage in Hamburg-Bergedorf. Dort werden vor allem die thermischen Voraussetzungen des Speicherverfahrens erprobt. Allerdings wird in der Testanlage noch nicht rückverstromt. „Der Fokus liegt auf der Anordnung der Steine“, erklärt Till Barmeier, Programmleiter bei Siemens Gamesa. Bislang sei eine zeppelinförmige Schüttung am vielversprechendsten – in ihr verteilt sich die Hitze am effektivsten.

Um zu sehen, wie gut die Hitze in die 25 Kubikmeter Steine kriecht, „blicken“ rund 250 Sensoren in die Schüttung hinein. Barmeier ist mit den bisherigen Ergebnissen zufrieden: „Die Energie lässt sich bei wirtschaftlich gestalteter Isolierung mehrere Tage speichern. Das Aufladen dauert etwa sechs Stunden und der Temperaturverlust beträgt weniger als fünf Prozent pro Tag.“ Siemens nennt die Technologie Electric Thermal Energy Storage, kurz ETES.

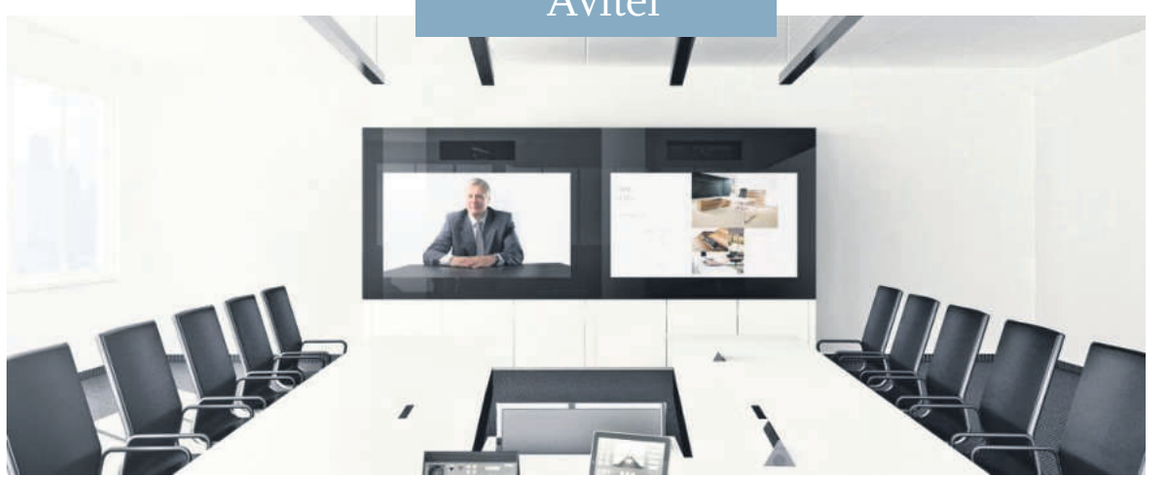
Bewährte Komponenten

Die Methode soll günstiger sein als alles, was es bislang an Speichertechnologien gibt. „Wir peilen im kommerziellen Einsatz einen Speicherpreis von weit unter zehn Cent je Kilowattstunde an, was viel günstiger als alle bekannten Batteriespeicher und anderen Technologien ist“, sagt Barmeier. Das einfache Prinzip verspreche einen äußerst kostengünstigen Aufbau, heißt es bei Siemens Gamesa. „Die Technologie unseres ETES-Speichers setzt bewusst auf größtenteils bewährte Technik“, sagt Barmeier. „Weil wir hier mit erprobten Komponenten und einer seriengefertigten Dampfturbine arbeiten, können wir innerhalb weniger Jahre eine praxistaugliche Lösung anbieten.“

Wärme treibt Turbine an

Der kleine Prototyp in Bergedorf bekommt derzeit einen großen Bruder im Hamburger Hafen. Auf dem Gelände einer Aluminiumhütte wird derzeit eine voll funktionsfähige Demonstrationsanlage aufgebaut – inklusive Rückverstromung. Mit an Bord bei der Entwicklung sind der Energieversorger Hamburg Energie und Wissenschaftler des Instituts für Thermofluiddynamik der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert die Speicherentwicklung im Rahmen ihres Projekts Future Energy Systems. Die Anlagendaten sind beeindruckend: Im Hafen speichern nach Fertigstellung dann 1000 Tonnen Gestein 36 Megawattstunden den Stromäquivalent. Die Turbine leistet 1,5 Megawatt und kann mit der gespeicherten Hitze rund 24 Stunden lang betrieben werden. Mit der gespeicherten Menge an Energie ließe sich ein Vierpersonenhaushalt rund neun Jahre lang versorgen. Den Wirkungsgrad der Anlage, die in der ersten Hälfte 2019 in Betrieb gehen soll, gibt Siemens Gamesa mit rund 25 Prozent an. Eine großtechnische Anlage mit einer Leistung von mehr als 100 Megawatt könnte sogar auf bis zu 45 Prozent kommen.

Avitel



Innovative Systemlösungen für audiovisuelle Kommunikation

Wer sich an seine Studien- oder Ausbildungszeit und die damaligen Konferenz- und Seminarräume erinnert, denkt an Präsentationen mit lichtschwachen und schlecht aufgelösten Bildern und an unklare Mikrofonbeschallung für den Referenten. In den vergangenen Jahren hat sich das in einem atemberaubenden Eiltempo verändert. Wer heute einen modernen Hörsaal, Konferenz- oder Seminarraum betritt, findet häufig eine technische Ausstattung mit Medientechnik der Superlative. Optimale Möglichkeiten der Präsentation, Information, Kollaboration und der Kommunikation. Ein kleines, aber feines Familienunternehmen aus dem hit-Technopark ist bei der aufwändigen Planung, der innovativen Umsetzung und der flächendeckenden Betreuung häufig ganz vorne dabei: die Avitel GmbH.

Die Avitel GmbH als Systemhaus für Medientechnik beschäftigt sich im Wesentlichen mit der technischen Ausstattung von Konferenzräumen, Seminarräumen, Schulungsraumen, Hörsälen und Foyers. Dabei kommt die gesamte medientechnische Gerätepalette wie Projektoren, Leinwände, Displays, Mikrofontechnik, Beschallung, Videokonferenz, Audiokonferenz und Digital Signage zum Einsatz. Die Kunden sind überwiegend kleine und große industrielle Unternehmen, Beratungsunternehmen, Banken und Versicherungen, Schulen, Universitäten und andere öffentliche Einrichtungen. Kurz: alle, die Medientechnik benötigen. Nachdem der Kunde seine Wünsche vorgetragen hat, erarbeiten Avitel und der Kunde ein Konzept zur Umsetzung. Wer soll mit wem kommunizieren, welche Projektoren und interaktiven Displays, welche Beschallung, Steuerung und Signalverarbeitung, welche Audio- und Videokonferenzsysteme werden benötigt. Danach gestaltet das zehnköpfige Avitel-Team mit weit gefächerter Ingenieur-Kompetenz die Pläne detailliert aus. Geschäftsführer Rolf Lemke: „Durch unsere jahrelange Erfahrung und durch strategische Partnerschaften können wir Lösungen anbieten, die den hohen Ansprüchen nach einfacher Bedienung, absoluter Zuverlässigkeit und Preiswürdigkeit gerecht werden.“ Und alles mit High-End-Geräten in High-End 4K-Geschwindigkeit und Auflösung.

„Wir bieten alle Leistungen aus einer Hand an“, sagt der Diplomingenieur stolz. Von der Beratung über die Installation, Inbetriebnahme und Dokumentation bis zum After-Sales-Service. Und er findet es auch gut, dass die Arbeit so komplex und so anspruchsvoll ist. „Sonst könnte es ja jeder. Aber wenn wir gehen, dann geht’s.“

1994 wurde Avitel als Vitec Hamburg gegründet. 1999 stieg Rolf Lemke ins Unternehmen ein. 2001 wurde der Firmensitz in den hit-Technologiepark verlegt. Sieben Jahre nach seinem Firmeneintritt übernahm Lemke 2006 das Unternehmen, benannte es in Avitel um und führte es von der analogen in die digitale Welt der Kommunikation. Die Technik hat sich radikal verändert, aber das Unternehmen setzt weiterhin auf Kompetenz, Bodenständigkeit und Zuverlässigkeit. pb

Ein starkes Signal gegen den Müll

Süderelbe AG managt „bio2pack“, das Netzwerk für alternative und umweltverträgliche Verpackungsmaterialien

Dr. Marc Köppen

Stephanie Druskath

Der Start ist gemacht: Beim Auftakttreffen des internationalen Kooperationsnetzwerks Biomaterialien und Bioverpackung „bio2pack“ der Süderelbe AG haben sich jetzt im Harburger Binnenhafen rund 30 zum Teil internationale Gäste über Herausforderungen und Impulse für Materialinnovationen in der Verpackungsbranche ausgetauscht. Die Süderelbe AG setzt sich in der südlichen Metropolregion Hamburg dafür ein, die Innovationskraft und Wertschöpfung der biotechnologischen Forschung zu erhöhen und eine Kommerzialisierung zu ermöglichen. Aus dieser Idee entstand „bio2pack“. Ziel ist die Entwicklung wertsteigernder Produkte und neuer Prozesse.

Der anspruchsvolle Weg dahin braucht vor allem ein gutes Netzwerk, das durch den seit Juni dieses Jahres bestehenden Projektverbund „bio2pack“ gewährleistet wird und im Zentralen Innovationsprogramm Mittelstand des Bundes (ZIM) gefördert wird. Die Teilnehmer der Auftaktveranstaltung sind einmütig der Auffassung, dass jetzt der rechte Zeitpunkt für neue, alternative Verpackungsmaterialien gekommen ist. Wer die aktuellen Berichte über schwimmende Plastik-Müllhalden in den Ozeanen verfolgt, wird dies bestätigen. Dr. Jürgen Glaser, Prokurist der Süderelbe AG, freut sich über den Erfolg des ersten Netzwerktreffens: „Wir sind begeistert, dass wir zum ersten Treffen der Kooperationspartner viele teils internationale Gäste aus Industrie und Forschung begrüßen durften. Das zeigt die dringende Notwendigkeit eines solchen Projektes. Die Qualität des Netzwerkes ist hoch, zu einzelnen Forschungsvorhaben wurden bereits viele wertvolle Vorarbeiten identifiziert, die Großes für die Zukunft von ‚bio2pack‘ versprechen. Gleichzeitig haben die Vorarbeiten dazu beigetragen, ein einzigartiges Programm mit großem Mehrwert für die Teilnehmer zu bieten. Wir sind froh über den intensiven inhaltlichen Austausch und die entstanden Impulse. Denn das macht das Netzwerk ‚bio2pack‘ aus.“

Derzeit sind 14 kleine und mittelständische Unternehmen sowie vier Forschungseinrichtungen am Netzwerk beteiligt:

- **Aus Deutschland:** 4e solutions GmbH, amynova polymers GmbH, BFSV Verpackungsinstitut Hamburg GmbH, FGW Fasergusswerk Polenz GmbH & Co KG, FreshPacking GmbH, Landpack GmbH, Uphoff GmbH / MWK Bionik GmbH, NFC GmbH Nettle Fibre Company, OceanBasis GmbH, RITTEC Umwelttechnik GmbH, Stone Paper Products GmbH. Forschungseinrichtungen: Forschungsinstitut für Leder und Kunststoffbahnen (FILK), Leuphana Universität Lüneburg, Technische Universität Dresden, Technische Universität Bergakademie Freiberg.
- **Aus Österreich:** Profümed GmbH und Vogelbusch Biocommodities GmbH
- **Aus Luxemburg:** Molecular Plasma Group

»bio2pack« wird von der Süderelbe AG umgesetzt. Das Netzwerkmanagement übernehmen die Projektmanager Dr. Marc Köppen und Stephanie Druskath. Die erste Förderphase endet im August 2019. Drei weitere Förderjahre sollen sich in der zweiten Phase anschließen. Stephanie Druskath: „Ein wichtiger Punkt: Das Netzwerk ist selbstverständlich offen für weitere Unternehmen, die in dieses Thema einsteigen wollen. Das Bewusstsein auch bei den Endverbrauchern steigt – der Markt fordert alternative und vor allem umweltverträgliche Verpackungsmaterialien.“ Um welche Ansätze es konkret gehen kann, erläutert sie an einem Beispiel: „Die TU Berg akademie Freiberg erforscht und entwickelt Verpackungsmöglichkeiten aus nachwachsenden Rohstoffen wie Aprikosenkernmehl mit Hilfe des 3D-Drucks.“

Über das ZIM-Kooperationsnetzwerk »bio2pack«

Das Netzwerk »bio2pack« wird im Rahmen des »Zentralen Innovationsprogramms Mittelstand (ZIM)« vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert. In einem integrierten Ansatz sollen ökologisch verträgliche Lösungen nach dem „cradle-to-cradle“-Prinzip in den Innovationsfeldern „Transportverpackungen“, „Verbundmaterialien“, „Fertigungstechnik“ und „Beschichtung“ mit gegenseitiger Unterstützung und im Verbund mit renommierten Forschungseinrichtungen entwickelt und umgesetzt werden. Die Vernetzung zwischen den Partnern und mit den Forschungseinrichtungen soll auch bei der späteren Vermarktung der entwickelten Produkte und Verfahren genutzt werden. Ziel des Netzwerks ist es, ein transparentes, innovatives Lösungsportfolio als Alternative zu herkömmlichen, erdölbasierten Kunststoffen aufzubauen.

KOLUMNE

IT & Social Media

Von **VANESSA ARP** Mediaberaterin digital

Google MyBusiness: Pushen Sie Ihr örtliches Ranking

Ob „Autowerkstadt Buxtehude“, „Friseur Stade“ oder „Tischlerei Harburg“: Mehr als ein Drittel aller Suchanfragen bei Google haben einen lokalen Bezug. Hinzu kommt, dass in Deutschland mehr als 60 Prozent aller Nutzer mobil im Internet surfen und das häufig unterwegs. So wird das nächste Restaurant oder Schuhgeschäft gesucht, ein Souvenirladen in der Nähe oder eine Autowerkstatt, die am nächsten liegt. Für Unternehmen, die überwiegend Kunden in ihrem näheren Einzugsgebiet ansprechen, ist die Präsenz in den lokalen Suchergebnissen damit besonders wichtig.

Was ist Google MyBusiness?

Mit Google MyBusiness bietet das US-Unternehmen einen kostenfreien Service für Unternehmen an, sich in den sogenannten lokalen Suchergebnissen zu präsentieren. Lokale Suchergebnisse werden für Nutzer eingeblendet, die nach Unternehmen und Orten in der Nähe ihres eigenen Standortes suchen. Die Ergebnisse können sowohl in der Google-Suche als auch auf Google Maps angezeigt werden. Das Ranking ergibt sich dabei aus der Relevanz des Eintrages (also wie sehr stimmt die Suchanfrage mit den Leistungen eines Unternehmens überein), der Entfernung des Suchenden zum Firmenstandort sowie aus der öffentlichen Bekanntheit eines Unternehmens.

Welche Vorteile?

Kunden erhalten bei ihrer Suche auf den ersten Blick die wichtigsten Firmen-Infos angezeigt wie zum Beispiel Öffnungszeiten, Angebote oder auch Fotos vom Unternehmen. Infos wie Telefonnummer oder Routenplaner können beim mobilen Surfen direkt mit nur einem Klick genutzt werden. Der Google-Eintrag ermöglicht es Kunden, ein Unternehmen zu bewerten oder Fragen zum Leistungsangebot zu stellen. Das schafft Vertrauen und bindet Kunden. Auch wenn viele Inhaber diese Funktion aus Angst vor schlechten Bewertungen kritisch sehen: Selbst eine schlechte Bewertung, die professionell beantwortet wird, wirkt sich positiv auf das Unternehmens-Image aus.

Über eine Statistik lässt sich sehr einfach auswerten, welche Resonanz ein Google-Eintrag hat. Sie gibt beispielsweise Auskunft zu Fotoaufrufen und darüber, mit welchen Begriffen gesucht wurde, wann und wie oft Nutzer das Unternehmen telefonisch kontaktierten, wie oft eine Route zum Standort geplant wurde, wo Nutzer gesucht haben (Google-Suche oder Google Maps). Daraus lassen sich wertvolle Infos fürs eigene Geschäft und zur Optimierung des Google-Eintrages ableiten.

digital KONKRET
digital@business-people.de

Wie wird ein Google-Eintrag erstellt?

Sofern Sie noch keinen Google-Eintrag haben, können Sie sich einen auf www.google.com/business einrichten. Voraussetzung ist ein gültiges Google-Konto (www.myaccount.google.com). Häufig bestehen bereits Google-Einträge zu Unternehmen, die Google automatisch angelegt hat. Diese können nach einer Verifizierung übernommen werden. Sie haben Fragen? Gerne unterstützen wir Sie bei der Erstellung und Optimierung Ihres Google-MyBusiness-Eintrages.

» **Kontakt: 0 41 41/936-274, E-Mail: arp@tageblatt.de**

Der neue Touareg.

Wir bringen die Zukunft in Serie.

Der neue Touareg setzt mit seiner kraftvollen Silhouette, seiner dynamisch abfallenden Dachlinie und seinen innovativen IQ.LIGHT – LED-Matrix-Scheinwerfern[1] neue Maßstäbe in Sachen Design. Eine neue Dimension des Komforts erwartet Sie auch im Innenraum. Zum Beispiel durch sein neuartiges geschwungenes Innovision Cockpit[1], das ganz einfach per Touch-, Gesten- oder Sprachsteuerung bedienbar ist. Genießen können Sie auch das farbige Ambientepaket[1] mit direkter und indirekter Beleuchtung.

Informieren Sie sich bei uns über den neuen Touareg und vereinbaren Sie eine Probefahrt.

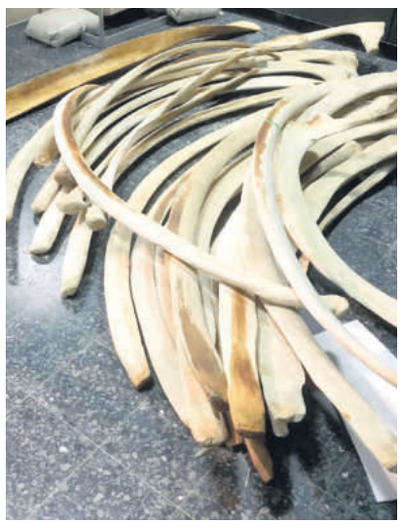
[1] Optionale Sonderausstattung. Abbildung zeigt Sonderausstattungen. Stand 09/2018. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

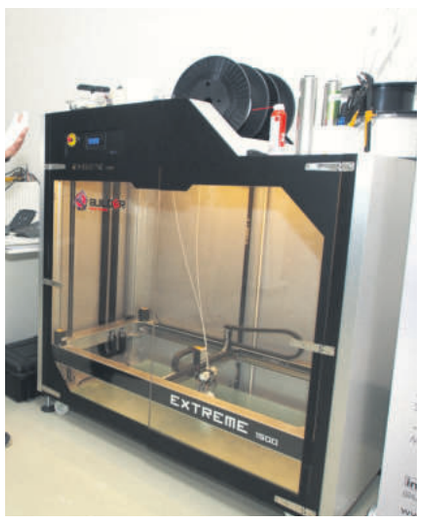
Volkswagen

Ihr Volkswagen Partner

Autohaus Spreckelsen GmbH & Co. KG
Schiffertorsstraße 11
21682 Stade
Tel. +49 4141 79490

Dieter Bielert in Aktion: Für das Naturkundemuseum Hamburg scannte er binnen zwei Wochen 268 Knochen eines Finnwal-Skeletts ein – für wissenschaftliche Untersuchungen am Bildschirm.





Mit diesem Hand-Scanner lassen sich die Daten von bis zu acht Meter langen Objekten erfassen.

Coco Chanel und der 3D-Pionier

Seit zwölf Jahren im Geschäft: Dieter Bielert verkauft, druckt, scannt und berät

digital KONKRET
digital@business-people.de

Als das Buchholzer ISI-Zentrum für Gründung, Business & Innovation der Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Harburg (WLH) vor etwa fünf Jahren eröffnet wurde und wenig später zu einem Tag der offenen Tür einlud, war Dieter Bielert einer der Stars: Mit seinem 3D-Drucker, der aus Papier Lage für Lage ein zuvor eingescanntes Objekt im dreidimensionalen Kleinformat entstehen ließ, führte er eine neue Technologie vor, deren revolutionäres Potenzial von vielen Unternehmen selbst heute noch unterschätzt wird. Bielert ist sozusagen ein heimatnaher 3D-Pionier. Mittlerweile lässt Airbus Flugzeugteile ausdrucken, das Fraunhofer-Institut IAPT in Bergedorf druckt Bremssättel für Luxusautos in Serie aus und die Maschinenbaubranche stellt sich sukzessive auf neue Zeiten ein. Und Dieter Bielert? Er verkauft erfolgreich 3D-Drucker, erledigt Druckaufträge in seiner Werkhalle am ISI-Zentrum und ist bundesweit als Berater unterwegs. Sein jüngster Auftritt: eine unterhaltsame 3D-Druck-Einführung vor Kosmetik-Spezialistinnen im Hyatt Düsseldorf – auf Einladung von Coco Chanel.

„Eine Agentur hatte angefragt, ob ich mir vorstellen könnte, den etwa 100 geladenen Damen im Hyatt 3D-Druck zu erklären. Vorgabe: Ich musste in schwarz-weißer Kleidung erscheinen. Alle Damen im Hyatt waren ebenfalls schwarz-weiß gekleidet. Auf der Bühne stand ein Rahmen mit Vorhang, dahinter ein Podest mit einem Drucker – und ich.“ Für die Zuhörerinnen, die von Coco Chanel zu einem Verkaufsmotivations-Workshop an den Rhein eingeladen worden waren und die künftig auch den ersten in 3D-Druck gefertigten Kajalstift verkaufen sollen, hatte Dieter Bielert nicht nur einen Drucker, sondern auch 3D-gedruckte Coco-Chanel-Logos mitgebracht. Hightech zum Anfassen. Solche Auftritte sind natürlich eher die Ausnahme, aber wenn er aus seinem beruflichen Leben erzählt, erscheint die eigentlich technische Welt des 3D-Drucks plötzlich in buntesten Farben.

3D-Druck aus Maisstärke

Der 3D-Druck aus Papier ist längst Geschichte. Bielert: „Die Herstellerfirma konnte am Ende keinen neuen Drucker auf den Markt bringen.“ Heute entstehen die Objekte aus verschiedenen Kunststoffen, teils sogar auf Basis von Mais- und Kartoffelstärke. Er sagt: „Das Material ist biologisch abbaubar, aber man muss ehrlicherweise sagen: Das dauert wirklich lange.“ Die Objekte sind von herkömmlichem Kunststoff haptisch kaum zu unterscheiden.

268 schwere Knochen

Obwohl das Geschäft des umtriebigen Jesteburgers eigentlich der Verkauf der Geräte ist, so nimmt der Bereich der 3D-Dienstleistungen (Auftrags-Scan und -Druck) und des 3D-Consultings mittlerweile die Hälfte seiner Arbeitszeit aus. Dieter Bielert: „Ich habe die Scanner und Drucker ja hier – also können sie auch eingesetzt werden.“ Die Aufträge sind völlig unterschiedlich. Mal geht es um den Druck von Gebäudemodellen für ein Maklerunternehmen, mal um Propeller-Bauteile für die Hamburger Schiffsversuchsanstalt. Ein Hersteller medizinischer Instrumente ließ alle Produkte einscannen, um ein digitales Archiv für die Steuerung der CAD-Fertigung anlegen. Und das Naturkundemuseum Hamburg ließ mal eben die 268 schweren Knochen eines ausgewachsenen Finnwals einscannen – als digitale Grundlage für wissenschaftliche Untersuchungen. Bielert: „Das dauerte zwei Wochen.“

Ehefrau in Originalgröße

Doch es geht auch noch spezieller: Ein Unternehmer, frisch verheiratet, will seiner Ehefrau ein Denkmal setzen und eine lebensgroße Marmorstatue anfertigen lassen. Der Bildhauer arbeitet in Indien. Als Vorlage für den Meister hat Dieter Bielert die Dame einscannen lassen und sie dann lebensgroß ausgedruckt – so kann der Bildhauer die korrekten Maße vom Kunststoffmodell abnehmen. Das Ausdrucken dauerte etwa eineinhalb Wochen. Mittlerweile ist das 3D-Objekt nach Indien verschifft. Bielert: „Es gibt auch Kundinnen, die bei mir eine Schneiderpuppe mit den exakten persönlichen Maßen bestellen. Die werden eingescannt – passt.“ Eine weitere Einsatzmöglichkeit bietet sich für das Handwerk. Konstruktive Planungsdaten beispielsweise für Heizungsmontagen lassen sich so konvertieren, dass die Anlage komplett als 3D-Modell ausgedruckt werden kann. Zur Fehlervermeidung vorgeschaltete Testmontagen in der Werkstatt können entfallen. Für ein Buchholzer Unternehmen hat Dieter Bielert so ein Modell ausgedruckt – heute betreibt der Kunde einen eigenen 3D-Drucker. Die Geräte kosten zwischen 1200 und etwa 20 000 Euro – je nach Größe und Ausstattung. Für 3D-Scanner werden teils weitaus höhere Beträge fällig: Wer beispielsweise bis zu acht Meter lange Objekte scannen möchte, der muss für einen Präzisions-Scanner schon mal 50 000 Euro investieren. Oder einen Scan-Auftrag erteilen.

Groß wie eine Telefonzelle

Die Beispiele zeigen: Das Einsatzfeld für den 3D-Druck ist vielfältig und keineswegs immer hochtechnologisch. Und: Die Drucker sind mittlerweile so groß, dass die Zeit der Miniaturen abgehakt werden kann. Der lebensgroße 3D-Druck eines Menschen erfordert entsprechende Drucker. Zwei große Geräte sind in Buchholz im Einsatz: mit 1100 mal 500 mal 820 Millimeter und mit 700 mal 700 mal 1900 Millimeter Innenraum, also fast so groß wie eine Telefonzelle. Da lässt sich auch ein Lkw-Spoiler ausdrucken, den kürzlich ein Kunde bestellte.

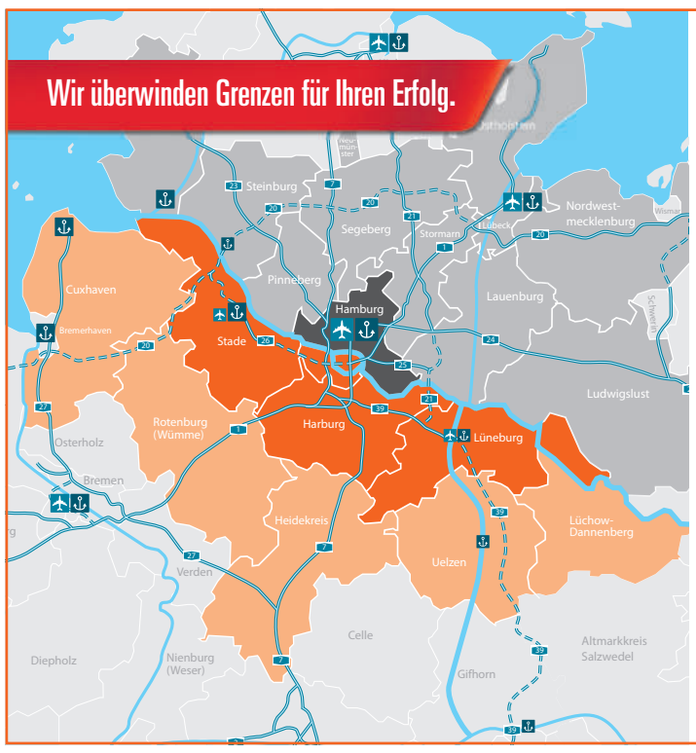
Im nächsten Schritt plant Dieter Bielert nun mittelfristig den Einstieg in den Metall-Druck. Hier sind allerdings erheblich strengere gesetzliche Vorgaben zu beachten, da beim Verschweißen beispielsweise von Titangranulat ganz andere Prozesse in Gang gesetzt werden – mit höheren Temperaturen und besonderen Anforderungen an die Technik. Allerdings: „Mittlerweile sind die ersten Tischgeräte für Metalldruck entwickelt“, weiß Dieter Bielert.

YouTube-Kompetenzkanal 3D

Der Jesteburger 3D-Experte plant jetzt zunächst einen anderen Coup: „Ich möchte einen YouTube-Kompetenzkanal 3D starten und zeigen, was geht. Technologisch ist so viel möglich, nur die meisten Unternehmen wissen das nicht.“ Die technischen Voraussetzungen inklusive 3D-Kamera hat er bereits geschaffen. Befragt, nach dem Stand der Entwicklung seiner Branche, gibt Dieter Bielert ein passendes Beispiel: „Wenn wir uns mal die Entwicklung des Fernsehens anschauen, dann gab es den Zeitpunkt als von Schwarzweiß auf Farbe umgeschaltet wurde. Da etwa stehen wir heute beim 3D-Druck – da ist also noch ganz viel Luft nach oben.“ wb

» **Web: www.3d-picture.net**

Norddeutsches Wirtschafts-Wunder
Dranbleiben! Mitmachen! www.aga.de
Handel und Dienstleistung erbringen ein wahres Wirtschaftswunder
Allein bei uns im Norden erwirtschaften im Großhandel, Außenhandel und im unternehmensbezogenen Dienstleistungssektor über 190.000 Unternehmen jährlich mehr als 480 Mrd. Euro. Hier arbeiten 1.700.000 Menschen und hier lernen Azubis in mehr als 40 Berufen. Der AGA unterstützt diese Unternehmen unbürokratisch juristisch, betriebswirtschaftlich und politisch: **www.aga.de**
Norddeutschlands größter Unternehmensverband für Handel und Dienstleistung
AGA Unternehmensverband
Mehrwert durch Kooperationen: **www.teammittelstand.de**
SKW Schwarz Rechtsanwälte · SCHOMERUS · relog · giftGRÜN · top concepts · BIOBOB · VGA · AGA Versorgungswerk · inw · NORDAKADEMIE · FOM Hochschule · HVV



Süderelbe AG
Metropolregion Hamburg
Starker Wirtschaftsstandort.
Exzellente Netzwerke.
Erfolgreiche Projekte &
Individuelle Beratung.
www.suederelbe.de

Vor Ort sein und Verantwortung tragen!

PORTRÄT Brüne Lüdemann verstärkt das Team der Unternehmensbetreuer bei der Volksbank Lüneburger Heide eG

Das Team der Unternehmensbetreuung Volksbank Lüneburger Heide eG für den Bereich Lüneburg: Brüne Lüdemann (von links) mit Marc-Oliver Mahnke, Ralf Rybaczok und Anja Pangert.

Ich möchte für meine Kunden ein verlässlicher, vertrauter Partner sein, mit ihnen zusammen Projekte entwickeln und umsetzen“, sagt Brüne Lüdemann. Dabei spielt der Bezug zum örtlichen Umfeld eine wesentliche Rolle. „Bei meiner Entscheidung für die Volksbank haben ihre regionale Orientierung, ihre Nähe zu den Menschen den Ausschlag gegeben. Und ihre Rechtsform als Genossenschaft: frei von politischer Einflussnahme, selbstverwaltet, selbstverantwortlich, allein den Mitgliedern, also sich selbst gehörend.“ Seit dem 1. Juli 2018 ist der 36-Jährige im Team der Unternehmensbetreuung in Lüneburg aktiv.

Brüne Lüdemann wuchs als ältestes von fünf Kindern einer Landwirtsfamilie in Verden auf. Nach seiner Schulzeit engagierte er sich als Zivi im Rettungsdienst des Roten Kreuzes. Es folgte die Ausbildung zum Sparkassenkaufmann und -fachwirt und die Tätigkeit als Privat- und Gewerbekundenberater in Verden. Das BWL-Studium in Stralsund schloss er als Dipl.-Betriebswirt (FH) ab. Schon in seiner Studienzeit war er als Projektleiter in einer studentischen Unternehmensberatung tätig. Erste Sporen in der Firmenkundenberatung einer großen Bank erwarb er sich in Hamburg, während des Studiums zunächst als Praktikant, später als Trainee und schließlich in verantwortlicher Beraterposition. Nach dem Wechsel zu einem benachbarten Institut betreute er als Seniorberater mittelständische Firmenkunden in und um Hamburg.

Inzwischen hatte Brüne Lüdemann geheiratet, eine Familie gegründet und war aus der Großstadt in das Umland südlich von Hamburg gezogen. Leben und arbeiten in der Region, das entsprach auch der Vorstellung seiner Ehefrau Manja. Sie stammt aus Stralsund und fühlt sich auch in Niedersachsen heimisch. Seit drei Jahren wohnt die Familie – die beiden Töchter sind anderthalb und vier Jahre alt – im eigenen Haus in Radbruch. „Man erfährt mehr von den Menschen, wenn man vor Ort wohnt. Ich verstehe besser, was meine Kunden bewegt, und ich fühle mich dadurch stärker in der Verantwortung.“ Das sieht er auch als wichtigen Vorteil seiner Volksbank: Sie ist an vielen Orten mit Filialen präsent. „Nähe bedeutet gelebte Nachbarschaft, und die zeichnet auch unsere Regionalbank aus.“

„Wir gehen dahin, wo unsere Kunden sind“

In Lüneburg arbeitet Brüne Lüdemann mit seinen Kollegen Marc-Oliver Mahnke und Ralf Rybaczok – beide seit langen Jahren engagierte Unternehmensbetreuer – und den Assistentinnen Anja Pangert und Sabrina Scheller zusammen. „In den vergangenen Jahren haben sich die Investitionen unserer Kunden ausgeweitet“, sagt Marc-Oliver Mahnke. „Unser Rat und unsere Unterstützung wird zunehmend nachgefragt – auch von etlichen neuen Unternehmen, die mit uns zusammenarbeiten wollen.“ Das ist auch der Grund für die personelle Verstärkung des Betreuerteams am Wachstumsstandort Lüneburg. Mehr Kapazität, mehr Kompetenz, mehr Flexibilität – „das kommt bei unseren Kunden an“, so Marc-Oliver Mahnke. Die genaue Kenntnis der Betriebsstruktur und der Produktionsbedingungen sind die Basis für gegenseitiges Vertrauen und langjähriges erfolgreiches Zusammenwirken.

„Wenn unvermittelt Fragen auftauchen und sich spontan Gesprächsbedarf ergibt, vereinbaren wir kurzfristig einen Termin, beim Kunden oder in einer Filiale“, sagt Brüne Lüdemann. „Dazu können wir auch weitere Spezialisten heranziehen, zum Beispiel wenn es um Fördermittel oder um das Auslandsgeschäft geht.“ jm

- Neue Beratungswege bieten sich in der gerade eröffneten Filiale Ilmenau-Garten, nahe beim Lüneburger Bahnhof. Hier kann der Unternehmensbetreuer per Videoübertragung direkt zum Gespräch mit seinem Kunden dazugeschaltet werden.
  Ihre Präsenz unterstreicht die Volksbank auch mit den verlängerten Öffnungszeiten, Montag bis Freitag von 9 bis 19 Uhr, sowie mit modernen Beratungsräumen und neuester Technik.
  In der Filiale Ilmenau-Garten will die Bank testen, wie das neue Konzept bei ihren Kunden ankommt. „Wir gehen dahin, wo unsere Kunden sind“, fasst Marc-Oliver Mahnke die Philosophie des Hauses zusammen.

Foto links: Birgit Honé, niedersächsische Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und regionale Entwicklung, mit Dr. Dirk Niermann. Foto rechts: Dr. Gunnar Merz, Vorstandsvorsitzender des CFK Valley e.V., im Autoklav des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt DLR, in dem CFK-Bauteile mit einer Länge bis zu 20 Metern und 5,8 Metern Durchmesser unter Druck ausgehärtet werden.

Fotos: MB/Deuchler

Zur Visite im CFK-Valley

Stade: Ministerin Birgit Honé würdigt internationales Kompetenznetzwerk CFK Valley e.V. als Impulsgeber für Niedersachsens Wirtschaft

Die niedersächsische Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung, Birgit Honé, hat den CFK Valley e.V. in Stade als Impulsgeber für die Niedersächsische Wirtschaft gewürdigt. Bei einem Besuch in Stade sagte sie: „Das CFK Valley ist ein Kompetenznetzwerk mit internationalem Know-how und damit ein Impulsgeber für die Wirtschaft in Niedersachsen. Dieses Netzwerk mit regionalen, nationalen und internationalen Partnern zeigt, was technologisch möglich ist. Das stärkt die Region weit über die klein- und mittelständischen Unternehmen hinaus.“ Der CFK Valley e.V. sei eine niedersächsische Erfolgsgeschichte. „Wir haben maßgeblich dazu beigetragen, dass Arbeitsplätze geschaffen und erhalten werden“, sagte Dr. Gunnar Merz, Vorstandvorsitzender des CFK Valley e.V. „Dies wollen wir mit Unterstützung der Landesregierung fortsetzen.“

Der CFK Valley e.V. wurde 2004 mit Unterstützung der niedersächsischen Landesregierung gegründet. Das Kompetenzzentrum hat sich inzwischen zu einem international anerkannten Innovationsnetzwerk entwickelt, das Außenstellen in Belgien, Japan, Korea, China und Indien unterhält. Die bisherige Erfolgsgeschichte des 2016 von der ESCA zertifizierten europäischen Exzellenzclusters CFK Valley e.V. umfasst neben zahlreichen Technologieentwicklungen und erfolgreichen Firmenansiedelungen, die Unterstützung von Unternehmen, die sich zu Weltmarktführern entwickelt haben. In allen Fällen ist damit die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen verbunden. „Für die Stadt Stade und ihre rund 48 000 Einwohner hat der innovative Industrie- und Wissenschaftsstandort eine besondere Bedeutung“, betonte Bürgermeisterin Silvia Nieber.

Ein aktuelles Beispiel hierfür ist das in diesem Jahr mit Fördermitteln des Landes Niedersachsen aus dem EFRE-Fonds der Europäischen Union eingerichtete „Kompetenzzentrum Neue Materialien und Produktion“ (KNMP) beim CFK Valley e.V.. Projektleiter Dr. Joachim Henning informiert und unterstützt zusammen mit zwei regionalen Projektpartnern kleine und mittlere Unternehmen in den Landkreisen Stade, Harburg, Lüneburg, Uelzen und Lüchow-Dannenberg bei der Einführung von Innovationen von der Entwicklung bis zum Prototypenbau. Projektpartner sind die Süderelbe AG in Harburg und das Laboratorium Fertigungstechnik der Helmut-Schmidt-Universität in Hamburg.

Flugzeugbau der Zukunft

Die Ministerin informierte sich über den aktuellen Stand der weltweit führenden Leichtbauproduktionstechnologie im Industriemaßstab bei den Innovationspartnern von Airbus: dem Zentrum für Leichtbauproduktionstechnologie (ZLP) des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) und dem FuE-Bereich Automatisierung und Produktionstechnik des Fraunhofer-Instituts für Fertigungstechnik und Angewandte Materialforschung (IFAM). Aktuelle Forschungsschwerpunkte der Fraunhofer-Experten sind die Verknüpfung von automatisierten Prozessen und Produktionsanlagen mit dem Digitalen Zwilling sowie die Effizienzsteigerung durch Einsatz mobiler, hochpräzise arbeitender Industrieroboter. „Mit frei fahrenden CNC-Fräsrobotern stoßen wir bereits in den Genauigkeitsbereich von Portalanlagen vor“, erklärte Dr. Dirk Niermann, Abteilungsleiter Automatisierung und Produktionstechnik des Fraunhofer IFAM im CFK NORD, „wobei mobile Roboter wesentlich flexibler sind und eine höhere Produktivität erzielen, da mehrere von ihnen simultan am selben Großbauteil arbeiten.“

Das DLR forscht mit seinem Zentrum für Leichtbauproduktionstechnologie (ZLP) in Stade aktuell unter anderem an der Reduktion der kostenkritischen Fertigungslaufzeit für Multimaterial-Leichtbauanwendungen mithilfe von parallelem Robotereinsatz. „Wir haben bereits eine Senkung von 38 Prozent erreicht“, berichtete der stellvertretende Leiter des ZLP, Christian Krombholz, „diesen Wert werden wir noch weiter steigern.“

GRÜNDER STAR

Stader Gründerstar

Preisverleihung in Buxtehude

Potenzielle Gründer sollten sich diesen Termin vormerken: Am Donnerstag, 18. Oktober, wird der Stader Gründerstar gekürt – dieses Mal ist wieder Buxtehude als „Austragungsort“ der mit 1000 Euro dotierten Gründerpreisverleihung an der Reihe. Ab 18 Uhr findet im Kulturforum am Hafen, Hafenbrücke 1, das rahmenbildende Gründerforum statt. Im Mittelpunkt steht natürlich die Preisverleihung, aber wer sich derzeit mit Gründungsgedanken trägt, kommt hier auch schnell an wichtige und hilfreiche Informationen von regionalen Experten: An verschiedenen Thementischen geht es um die Punkte Businessplan, Recht, Steuern, Finanzierung, Gründung durch Frauen, Unternehmensnachfolge und Versicherungen. Beim Gründer-Talk kommen zudem Preisträger der vergangenen Jahre zu Wort und berichten, was aus ihren Aktivitäten geworden ist. Der Eintritt ist frei, eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

- Der Stader Gründerstar wird vom Stader Gründungsnetzwerk verliehen. Dazu gehören die IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum, die Handwerkskammer Braunschweig-Lüneburg-Stade, die Hansestadt Stade, die Wirtschaftsförderung im Landkreis Stade GmbH und die Hansestadt Buxtehude, die turnusmäßig die diesjährige Veranstaltung ausrichtet. wb

» **Web: www.stader-gruendungsnetzwerk.de**

Karten-verlosung

Zum WM-Lauf am 13. und 14. Oktober verlost Business & People wieder drei mal zwei Karten an Leser, die sich für Rallycross interessieren. Einfach eine Mail mit Name, Adresse und Telefonnummer an gewinnspiel@business-people-magazin.de senden. **Stichwort: Estering 2018**. Die Karten gelten für beide Renntage und berechtigen zum Zugang des Zuschauerbereiches sowie des Fahrerlagers. Einsendeschluss ist der 5. Oktober. Die persönlichen Daten werden ausschließlich für das Gewinnspiel genutzt und anschließend gelöscht.

Rolf-Jürgen Lützow, Zweiter Vorsitzender des ACN e.V., vor der Brücke unter dem Startsektor: Er betont die wirtschaftlichen Vorteile des Rennbetriebes für die Region. Foto: Wolfgang Becker

Rallycross in Buxtehude

Rennbetrieb als Wirtschaftsfaktor in der Region

B&P-GESPRÄCH Rolf-Jürgen Lützow, Zweiter Vorsitzender des ACN, über einen Aspekt, der oft unterschätzt wird – Kartenverlosung für die Weltmeisterschaft

Der Estering in Buxtehude ist eine renommierte Rennstrecke im weltweiten Rallycross-Betrieb und zugleich ein Politikum in Buxtehude. Derzeit kämpft die ehrenamtliche Führungsmannschaft des Automobil Club Niederelbe e.V. vor Gericht um den Erhalt der Änderung zur Betriebsgenehmigung, die letztes Jahr durch den Landkreis verfügt wurde. Es ging darum, die jährlich genehmigten zwölf Betriebstage auszuweiten, um die Strecke auch abseits des Rennbetriebes wirtschaftlich zu Gunsten der notwendigen Investitionen nutzen zu können. Anfragen gibt es regelmäßig, aber derzeit müssen Firmen wie Mercedes & Co., die Präsentationen oder Tests durchführen wollen, häufig draußen bleiben. Schlecht für den Verein, der dringend Mieteinnahmen für anstehende Sanierungsprojekte benötigt. Grund: Der Bund für Umwelt- und Naturschutz (BUND) hat gegen die vom Landkreis Stade bereits erteilte Erweiterung der Betriebsgenehmigung um weitere 40 Tage geklagt und in erster Instanz Recht bekommen. Es könnte sogar sein, dass dem ACN weitere Restriktionen drohen. Doch der Estering ist nicht nur eine Rennstrecke, sondern mittlerweile auch ein Wirtschaftsfaktor in der Region. Fast eine Million Euro hat der ACN in den vergangenen sieben Jahren für die Ertüchtigung und den Erhalt des Rundkurses vor den Toren Buxtehudes ausgegeben. Rolf-Jürgen Lützow, Zweiter Vorsitzender: „Wir liegen hier im Wasserschutzgebiet und haben hohe Auflagen für Bau und Betrieb, beispielsweise auch, wenn es um die Befestigung und Versiegelung von Flächen geht. Wir beschäftigen Sicherheitsdienste während der Veranstaltungen, Caterer sind gefragt, Imbiss- und Grillstände sowie Getränkestände werden aufgebaut, die Tribünenbauer kommen zum Einsatz. Wir leihen LED-Wände, Zelte, mobile Toiletten, Stromerzeuger und Spezialfahrzeuge, beschäftigen Druckereien und Werbehersteller. Das kommt einiges zusammen. Und wir sind immer bemüht, das Geld hier in der Region auszugeben. Am liebsten in Buxtehude."

Derzeit nur zwölf Veranstaltungstage pro Jahr

Darüber hinaus beschäftigt der Verein einen Mitarbeiter auf Minijob-Basis, der auf dem Gelände regelmäßig klar Schiff macht. Nicht zu vernachlässigen sind zudem indirekte Effekte durch Hotelbuchungen, Restaurantbesuche und die Nutzung von Einzelhandelsangeboten durch Gäste, die die Rennen besuchen. Lützow: „Rund um die Rennwochenenden ist alles voll! All das wirkt sich positiv auf die Region aus." Unabhängig vom Rennbetrieb wird die Strecke beispielsweise auch von VW regelmäßig für Testzwecke genutzt. Zwölf Betriebstage pro Jahr stehen dem ACN derzeit insgesamt zur Verfügung.
Höhepunkt des Jahres ist die Ausrichtung des deutschen Laufes der FIA-Rallycross-Weltmeisterschaft. Die WM besteht aus zwölf Läufen, die weltweit ausgetragen werden. Der deutsche Lauf findet am 13. und 14. Oktober zum fünften Mal auf dem Estering in Buxtehude statt. Auch für 2019 sind die Verträge mit der FIA (vertritt die Sportler) und der IMG (vermarktet die Rechte) bereits unterschrieben. Lützow: „Es gibt im Automobilsport sechs verschiedene Weltmeisterschaften, auf derselben Prädikatsebene wie die Formel 1. Wir richten das Rennen im Bereich Rallycross aus – da spielen wir von Anfang an in der obersten Liga mit. Und wir sind übrigens der einzige Verein weltweit, der so etwas leistet. Allein im Zuge des WM-Laufs setzen wir rund eine halbe Million Euro um." Lützow würde sich freuen, wenn die sportlichen und wirtschaftlichen Aspekte in der Debatte über den Estering stärker zum Tragen kämen. Gerade erst wurde die Lärmdiskussion durchgestanden, nun gehe es um die vermeintlichen Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt des FFH-Gebietes Estetals. Und er kündigt an, dass die Rallycross-Weltmeisterschaft ab 2020 auf Elektroantrieb umgestellt wird, was in der Rennszene übrigens heftig umstritten ist. Sowohl aus Lärm- als auch Emissionsgründen dürfte dies jedoch eine gute Nachricht für die Kritiker sein. wb

» **Web: www.estering.de**

Sparkasse Harburg-Buxtehude
STADER BUXTEHUDER ALTLÄNDER TAGEBLATT besser in den Tag

Wirtschaftstreff
WIR IM SÜDEN

ZEIGEN SIE, WAS SIE KÖNNEN!

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

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

Das Hotel Lindtner in Harburg ist am Montag, 19. November, der Treffpunkt für die mittelständische Wirtschaft in der Süderelbe Region. Melden Sie sich jetzt an und nutzen Sie Ihre Chance!

Mehr Informationen im Internet unter: www.wirtschaftstreff-hamburg.de – oder unter Telefon: 04161 / 714 335

www.wirtschaftstreff-hamburg.de

digital KONKRET
digital@business-people.de

Von A wie Artificial Intelligence bis Z wie Zukunftslösungen

WLH lädt zum „Treffpunkt Innovation" ins ISI-Zentrum

WLH-Projektleiterin Anne Schneider organisiert den Treffpunkt Innovation. Foto: WLH

Wie können Innovationen dabei helfen, Unternehmen fit für die Zukunft zu machen? Der „Treffpunkt Innovation" gibt Antworten auf diese Frage. Auf Initiative der Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg GmbH (WLH) bringt die Fachveranstaltungsreihe Wirtschaft und Wissenschaft zusammen und informiert aus erster Hand über Branchentrends Erkenntnisse aus Forschung und Entwicklung. Renommierte Referenten geben Einblicke in ihre Fachgebiete und zeigen auf, wie es Unternehmen gelingen kann, immer einen Schritt voraus zu sein. Die Teilnahme am „Treffpunkt Innovation" ist kostenfrei, eine Anmeldung ist erforderlich.

Die neunte Staffel hat bereits begonnen. Hier die weiteren Termine zum Vormerken:
5. FEBRUAR 2019: „Big Data & Künstliche Intelligenz – Vertrauen, Vertrauenswürdigkeit und Verantwortung". Die Referentin Dr. Judith Simon ist Professorin für Ethik in der Informationstechnologie an der Universität Hamburg. Die Philosophin und Psychologin konzentriert ihre aktuelle Forschung auf erkenntnistheoretische, ethische und politische Herausforderungen im Zusammenhang mit Datenanalyse, künstlicher Intelligenz und Digitalisierung im Allgemeinen.
26. MÄRZ 2019: „Zukunftslösungen für intelligente Verpackungen – Ressourcenschonend, nachhaltig und irgendwie smart". Der Referent Dr. Sascha Peters zählt mit seiner Agentur für Material und Technologie „Haute Innovation" in Berlin zu den renommiertesten Material- und Technologieexperten in Europa. Als Wissenschaftler, Innovationsberater, Produktentwickler und Designer hält er weltweit Vorträge und leitet Workshops zu smarten Materialien und additiver Produktion sowie Innovationen im Bereich Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung.
21. MAI 2019: „Digitale Öffentlichkeit – Maschinen als Moderatoren, Menschen als Messgrößen". Referent Dr. Christian Stöcker ist Professor an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg und verantwortet den neuen Studiengang „Digitale Kommunikation". Zuvor leitete er das Ressort Netzwelt bei Spiegel online, wo bis dato jeden Sonntag seine Kolumne „Der Rationalist" erscheint. Der promovierte Psychologe und ausgebildete Kulturkritiker ist Moderator sowie Buchautor und mit dem Preis für Wissenschaftspublizistik von der Deutschen Gesellschaft für Psychologie ausgezeichnet.
Die Vorträge beginnen jeweils um 17 Uhr. Veranstaltungsort ist das ISI – Zentrum für Gründung, Business und Innovation, Bäckerstraße 6, in Buchholz. Im Anschluss an die Vorträge gibt es Gelegenheit zum Gedankenaustausch und Netzwerken.
■ **DER PROGRAMM-FLYER** mit allen Terminen und weiteren Informationen steht unter www.wlh.eu zum Download bereit. Anmeldung bei der WLH unter 0 41 81/92 36-0 sowie unter info@wlh.eu.

„Wie schaffen wir es als Sparkasse, in diesen Zeiten relevant zu bleiben?“

INTERVIEW Im 175. Jahr der Unternehmensgeschichte rückt mit Sonja Hausmann zum ersten Mal eine Frau in den Vorstand der Sparkasse Harburg-Buxtehude ein

Mit dem Vorsitzenden Andreas Sommer (51) und Sonja Hausmann (46) ist der Vorstand der Sparkasse Harburg-Buxtehude jetzt wieder komplett. Beide stehen auch für einen Generationswechsel in Zeiten, die für Banken und Sparkassen insgesamt durchaus eine Herausforderung sind. Foto: Wolfgang Becker

Ihre Ausbildung absolvierte Sonja Hausmann, im niedersächsischen Sulingen geboren, bei der Kreissparkasse Grafschaft Diepholz. Darauf folgten Lehrgänge an der Sparkassenakademie in Hannover und am Lehrinstitut der Deutschen Sparkassenakademie in Bonn. Nach Stationen in der Sparkasse Osnabrück und der Kreissparkasse Verden, wo sie bis 2016 als Regionaldirektorin für den Bereich Firmenkunden tätig war, leitete die Finanzexpertin den Firmenkundenbereich bei der Kreissparkasse Fallingbostel in Walsrode. Im Sommer ist sie mit ihrem Mann nach Jesteburg gezogen, am 1. August hat sie ihren neuen Posten im Vorstand der Sparkasse Harburg-Buxtehude angetreten. Mit ihr sprach B&P-Redakteur Wolfgang Becker.

Als erste Frau im Vorstand der Sparkasse Harburg-Buxtehude schreiben Sie sozusagen Geschichte, denn das hat es in 175 Jahren noch nicht gegeben. Hat das für Sie eine Bedeutung?
Ganz ehrlich? Für mich ist das nicht wirklich wichtig. Denn ich nehme für mich in Anspruch, dass ich für diese Stelle ausgewählt worden bin, weil ich genau das kann, was ich hier tun muss. Aber ich denke, dass ich Menschen begegnen werde, denen das durchaus wichtig ist.

Für die Frauen, die in der Sparkasse arbeiten, ist es ja durchaus ein positives Signal, wenn eine Führungsposition von einer Frau besetzt wird. Gibt es da schon Rückmeldungen?
Noch ist das etwas früh, aber ich hoffe schon, dass es etwas auslöst, weil es genug Frauen gibt, die könnten, aber sie müssen eben auch machen. Wenn ich dazu beitragen kann, dass sich jemand mehr zutraut, dann kann das Unternehmen nur profitieren.

Was sind Ihre Hauptaufgaben?
Vertrieb, Markt, Region und Geschäftsfeld. Ich habe hier ein sehr gut bestelltes Feld übernommen – auch mit dem neuen Beratungscenter in Buchholz, das so revolutionär anders ist als man es von einer Sparkasse erwartet. Das muss sich etablieren und angenommen werden. Was wir hier im Bereich der privaten Kunden machen, werden wir auch auf den gewerblichen Bereich übertragen.

Das Beratungscenter der Zukunft in Buchholz haben wir in der Juni-Ausgabe von B&P vorgestellt. Sie treten Ihre neue Aufgabe in einer Zeit an, in der sich so gut wie alle Banken und Sparkassen mit dem Filialthema auseinandersetzen – mit oft ganz unterschiedlichen Ansätzen. War das in Walsrode auch spürbar?
Die Gedanken bewegt man auch dort, nur ist das Umfeld ganz anders – nicht so städtisch. Die Filialen sind auch viel kleiner. Und die Themen sind andere. Der Nenner ist aber überall gleich: Wie kann ich die Menschen begeistern und zusammenbringen.

Es geht am Ende immer um die Beziehung von Mensch zu Mensch. Gibt es da neue Ansätze, die Sie mitbringen? Wie schafft man das?
Das ist überall so. Vielleicht gelingt es, da noch einmal etwas neu zu entzünden. Am Ende funktionieren motivierte Mitarbeiter in alten Räumen besser als demotivierte Mitarbeiter in neuen Räumen. Wenn die Kollegen, die dort arbeiten, Spaß an ihrer Arbeit haben, dann ist viel erreicht. Das Fachliche war nie in irgendeiner Sparkasse, die ich kennengelernt habe, ein Problem.

Das heißt: Vertriebsarbeit bei der Sparkasse hat auch eine große psychologische Komponente. Wie bringe ich Mitarbeiter, die vielleicht schon 20 Jahre und länger im Job sind, dazu, noch einmal richtig durchzustarten und die neuen Chancen zu nutzen?
Ich habe in meinem Berufsleben nur selten Kollegen kennengelernt, die nicht wollen. Oft fehlt nur die Traute, vertraute Pfade zu verlassen. Bislang ist es mir immer gut gelungen, Mitarbeiter mit auf den Weg zu nehmen.

Es gilt nun also, 175 Jahre Kultur neu zu betrachten . . .
. . . und das Gute zu behalten! Ganzheitliche Beratung und fachliches Können sind ja keine neuen Erfindungen. Ich habe in meiner Vita immer Kunden beraten und betreut – und das nie sein lassen können. Weil es einfach Spaß macht, mit Menschen zu arbeiten. Und oft ticken wir Menschen ja so: Wenn es Spaß macht, machen wir mehr daraus.

Haben Sie in Walsrode auch Ihren Schwerpunkt im Vertrieb gehabt?
Ja, allerdings lag der Fokus mehr im Bereich der gewerblichen Kunden, mit dem Thema Private Banking inklusive der privaten Seite dieses Geschäftsfeldes.

Im Hamburger Süden treffen Sie nun auf einen dichteren Markt, allein schon im Bereich der Firmenkunden. Wie lange nehmen Sie sich Zeit, um diese vielen neuen Kunden, aber auch die Vertreter aus den gesellschaftlichen Institutionen und der Politik kennenzulernen?
Das ist eine ganz schwierige Frage, denn das Schiff Sparkasse fährt ja weiter – das Kennenlernen muss also auch nach innen stattfinden. Ich denke, wir werden am Jahresende sehen, dass wir auf einem guten Weg sind. So lange nehme ich mir die Zeit, hier richtig anzukommen.

In bestimmten Zyklen rücken immer mal wieder neue Trendthemen in den Vordergrund – so wie vor zehn bis 15 Jahren die ganzheitliche Beratung in der Kundenbetreuung. Sehen Sie da aktuell auch einen entsprechenden, sich abzeichnenden Wandel?
Mich bewegt vor allem eine Frage: Wie schaffen wir es als Sparkasse, in diesen Zeiten relevant zu bleiben? Wie erreichen wir die Kinder, die Jugendlichen, die jungen Familien – ohne die Älteren zu verlieren. Und wie bekommen wir die Kollegen mit auf diesen Weg. Stichwort Digitalisierung. Es verändern sich ja auch unsere Kunden: Da sitzt plötzlich nicht mehr der Patriarch, der vielleicht als Elektriker ein Unternehmen gegründet hat, sondern die nächste Generation, die Volkswirtschaft studiert hat und ganz andere Ansätze mitbringt.

Da geht es dann wieder um die Beziehung.
Genau. Im Privatkundenbereich, im Filialgeschäft da sind ganz tolle Grundsteine gelegt. Da sind wir sehr gut unterwegs, da verstetigen sich die begonnenen Prozesse. Dasselbe möchte ich jetzt noch einmal im gewerblichen Kundenbereich machen, in passender Form. Das steht auf der nächsten Evolutionsstufe.

Gründungsspezialist mit dem Hang zum Norden

Christof Starke ist neuer Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Landkreis Stade GmbH

Geboren in Bochum, studiert in Dortmund, gearbeitet in Hannover und nun Wirtschaftsförderer im Landkreis Stade: Mit Christof Starke hat die Wirtschaftsförderung im Landkreis Stade GmbH jetzt einen neuen Geschäftsführer, der schon einige berufliche Stationen hinter sich hat und von Haus aus Raumplaner ist. „Ich habe an der Technischen Universität Dortmund Raumplanung studiert. Als junger Diplomingenieur bin ich nach dem Studium dann sofort in den Bereich Wirtschaftsförderung eingestiegen und war zwei Jahre lang Gründungsbeauftragter im ‚dortmund-project‘, das von der Unternehmensberatung McKinsey gesteuert wurde.“
Die Westfalenmetropole Dortmund hatte 2000 eine konzertierte Aktion gestartet, um die fast 100 000 Jobs zu kompensieren, die durch den Niedergang der Montanwirtschaft verloren gegangen waren. Einem Bericht der Westfälischen Rundschau zufolge, war Dortmund die erste Stadt, die einen Schulterschluss wagte und gemeinsam mit McKinsey, Thyssen-Krupp AG und weiteren Partnern eine Initiative zur Stärkung der Wirtschaft startete. Ziel: Die Entwicklung Dortmunds zu einem führenden Standort für technologieorientierte Branchen wie Informationstechnologien, Logistik, Mikro-, Nano- und Biotechnologie voranzutreiben, wie die WR berichtet. Dem Vernehmen nach waren nach zehn Jahren 71 000 neue Jobs entstanden. In diesem pionierhaften Umfeld sammelte Christof Starke seine ersten Berufserfahrungen als Wirtschaftsförderer.

Er ist der neue Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Stade GmbH: Christof Starke.

Foto: Wolfgang Becker

Mit Starke, der jetzt in die Fußstapfen von Michael Seggewiß tritt, kommt ein Mann nach Stade, der das Thema Gründung aus dem Effeff kennt. In Hannover war er ebenfalls in diesem Bereich aktiv und arbeitete für die Wirtschaftsförderungsgesellschaft hannoverimpuls zuletzt als Bereichsleiter Gründung und Entrepreneurship: „Ich finde es sehr spannend, mit jungen Unternehmern und potenziellen Gründern zu arbeiten, um Wege zu finden, die das Geschäft voranbringen“, sagt der 45-Jährige, der mit seiner Familie derzeit noch in Hannover wohnt, aber ganz klar den Hang nach Norden hat: „Wir fühlen uns im Norden einfach wohl.“

Berufliche Vita

Seine lange Station in Hannover ist auch aus einem anderen Blickwinkel interessant, denn die Wirtschaftsförderungsgesellschaft arbeitete sowohl für die Stadt als auch für das Umland. „In den Bereichen Gründung, Wachstum und Internationalisierung haben wir es damals geschafft, alle Akteure zusammenzubringen und ein gemeinsames Konzept für die Region zu entwickeln“, berichtet Starke von dieser Phase seines Berufslebens. Von 2017 bis 2018 war er danach für das vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte RKW-Kompetenzzentrum in Eschborn tätig und an der Entwicklung von Lösungen für mittelständische Unternehmen zu den Herausforderungen der Zukunft beteiligt. Stichwort: Digitalisierung des Mittelstandes. Das RKW ist deutschlandweit in Landesvereinen organisiert, wurde bereits 1921 als „Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit in Industrie und Handwerk“ in Berlin gegründet und wird seit 1925 vom Bund gefördert. Ziel ist die Unterstützung mittelständischer Unternehmen in puncto Fachkräftesicherung, Innovationen und Unternehmensentwicklung. Was Christof Starke an seinem Job als Wirtschaftsförderer besonders gefällt: „Die Nähe zu den Unternehmen. Das schätze ich sehr.“ wb

Hamburgs Wirtschaftssenator Frank Horch (links) und Hamburgs Erster Bürgermeister, Peter Tschentscher, informieren die Presse vor dem Senatsgehege im Hamburger Rathaus über die Personalie. Foto: Wolfgang Becker

Aller Ehren wert

Hamburgs Wirtschaftssenator Frank Horch gibt sein Amt aus persönlichen Gründen auf

Von Wolfgang Becker

Es war die wohl schwerste Stunde in seiner politischen Karriere: Hamburgs Wirtschaftssenator Frank Horch (parteilos) hat im Beisein von Bürgermeister Peter Tschentscher angekündigt, dass er sein Amt spätestens zum Jahresende aufgeben wird – aus persönlichen Gründen. Dem Vernehmen nach will sich Horch (70) um seine erkrankte Ehefrau kümmern – er setzt damit genau das um, was er bereits frühzeitig in persönlichen Gesprächen angekündigt hat. Mit dem passionierten Segler Horch verliert der Hamburg Senat einen aufrechten Hanseaten, einen ausgewiesenen Hafenexperten und einen Mann, von dem nicht wenige Hamburger sagen, er sei ihr „Lieblingssenator“.
Sieben Jahre lang führte Horch, von Haus aus Schiffbauingenieur, die Wirtschaftsbehörde und war in dieser Funktion auch für die Themen Verkehr und Innovation zuständig. Für den Hamburger Süden hat die Ankündigung einen besonderen Aspekt, denn Horch lebte vor seiner Berufung durch Olaf Scholz in Buxtehude und verbrachte den überwiegenden Teil seiner beruflichen Karriere in Harburg – zunächst bei der damaligen Phoenix AG, ab 1993 bei ThyssenKrupp Maschinenbau, die nach dem Verkauf an die Possehl-Stiftung zur Harburg-Freudenberger Maschinenbau GmbH wurde und derzeit eine neue Fabrik an der Schlachthofstraße in Harburg baut. Nach einem Abstecher bei Blohm + Voss wurde Horch 2008 Präses der Handelskammer Hamburg und schließlich 2011 von Scholz in den Senat berufen. Kurz: Die Kontakte zur südlichen Metropolregion, insbesondere zur Wirtschaft, sind exzellent und waren vielfach hilfreich, wenn es um bilaterale Fragen ging.
„Aufhören soll man, wenn es am Schönsten ist“, sagte Horch den versammelten Journalisten vor dem Senatsgehege im Hamburger Rathaus. Der Spagat zwischen den familiären Verpflichtungen und den Herausforderungen des Amtes sei nicht mehr zu schaffen – deshalb habe er den Bürgermeister gebeten, ihm zum Jahresende von seinen Aufgaben zu entbinden. Horch: „Es ist mir immer eine Ehre gewesen, für Hamburg zu arbeiten.“ Er dankte für die Unterstützung, die er als Quereinsteiger sowohl von den Kollegen im Senat als auch von den beiden Ersten Bürgermeistern erfahren habe. Und er dankte den Mitarbeitern in seiner Behörde für die loyale Zusammenarbeit. Die fast acht Jahre im Amt hätten ihn sehr bereichert. Dass ihm der Abschied aus dem Amt durchaus schwer fällt, war nicht zu übersehen.
Tschentscher drückte sein Bedauern aus und dankte im Namen des Senats „sehr herzlich für die geleistet Arbeit“. Horch wird noch so lange im Amt bleiben, bis ein Nachfolger gefunden ist. Die ersten Namen wurden spekulativ noch am Tag der Bekanntgabe des Rücktritts gehandelt. Bis Redaktionsschluss lag keine Personalentscheidung vor.

Dr. Ulla Saari von der Tampere University of Technology in Finnland ist für ein halbes Jahr Gastwissenschaftlerin am Institut für Personalwirtschaft und Arbeitsorganisation an der Technischen Universität Hamburg (TUHH). Ulla Saari ist die erste Wissenschaftlerin an der TUHH, die den ECIU (European Consortium of Innovative Universities) Research Mobility Fund in Höhe von 5000 Euro nutzt. Mit dem Fond fördert die ECIU, ein enger Zusammenschluss forschungsstarker Universitäten weltweit, die Kooperation und den wissenschaftlichen Austausch zwischen den ECIU-Mitgliedsuniversitäten. Ziel ist die Stärkung der Forschung in den Bereichen Wissenschaft, Technologie und Innovation.

Wilfried Seyer scheidet aus Altersgründen zum Jahresende aus der Geschäftsführung der Wirtschaftsförderung im Landkreis Harburg GmbH (WLH) aus. Die Gesellschafter und der Aufsichtsrat der WLH einigten sich auf Herrn **Jens Wrede** (53) als neuen Geschäftsführer. Wrede leitet derzeit die Wirtschaftsförderung Wesermarsch GmbH und hat dort erfolgreich die Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung umgesetzt. „Überzeugt hat Herr Wrede insbesondere mit seiner breiten Erfahrung aus führenden Positionen in Wirtschaftsunternehmen, unterschiedlichen Stationen der Wirtschaftsförderung und des Wissenschafts- und Technologietransfers“, so Manfred Cohrs, Vorsitzender des Aufsichtsrates der WLH. Wrede ist Diplom-Kaufmann. Die Bestellung zum Geschäftsführer der WLH GmbH ist zum 1. Januar 2019 vorgesehen.

Foto: Jens Wrede

Ein neues Gesicht beim Citymanagement Harburg e.V.: Der Verein, Träger des Business Improvement Districts (BID) Sand-Hölertwiete, hat mit **Gundula Niegot** eine neue BID-Koordinatorin eingestellt. Sie ist damit Ansprechpartnerin für Anlieger und Gewerbetreibende in diesem Teil Harburgs. Die gebürtige Wilhelmsburgerin, die in Eißendorf lebt, hat ihren Schreibtisch in der Harburg-Info in der Hölertwiete und sich zugleich als Multitalent entpuppt: Gundula Niegot studierte Freizeit- und Tourismuswissenschaften beim Hamburger Freizeitforscher Horst W. Opaschowski sowie Psychologie und Soziologie/Stadtentwicklung. Außerdem ist sie Werbekauffrau – alles Themen, die im Citymanagement zum Zuge kommen. Als BID-Koordinatorin ist sie vor allem dienstags an den Vormittagen in der Harburg-Info anzutreffen. In ihrem Hauptjob ist sie halbtags im Veranstaltungsmanagement des Freilichtmuseums am Kiekeberg tätig. Als Autorin hat sie zudem den Reiseführer „Hamburg – Rundgänge durch die Geschichte“ veröffentlicht.

Sehen & gesehen werden . . .

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

Bereits seit 2009 bringt **Dr. Cordula Braun** (zweite von links) ihre wissenschaftliche und praxisbezogene Expertise als Lehrbeauftragte für besondere Aufgaben im Studiengang Physiotherapie DUAL ein. Die von ihr gestalteten Lerninhalte und Module im Bereich der Manuellen Therapie und der evidenzbasierten Praxis sind prägend für diesen Studiengang, mit dem der Fachbereich Gesundheit 2006 an der hochschule 21 begründet wurde. Jetzt ist die promovierte Dozentin zur Professorin berufen worden. Im Rahmen einer Feierstunde überreichte Hochschulpräsident **Prof. Dr. Steffen Warmbold** (rechts) die Urkunde mit der Denomination „Professorin für Physiotherapie mit den Schwerpunkten muskoskelettales System und evidenzbasierte Praxis“. Es gratulieren Geschäftsführer **Dr. Rolf Jäger**, Vizepräsidentin **Prof. Dr. med. Barbara Zimmermann**.

Foto: hochschule 21

Der 23-jährige **Florian Jäger**, Student im Masterstudiengang Internationales Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Universität Hamburg (TUHH), wurde für das renommierte Wirtschaftswissenschaften-Talents Programm (WiWi-Talents Programm) ausgewählt. Seit 2005 unterstützt das Hochbegabtenprogramm Studierende der Wirtschaftswissenschaften und angrenzender Fachbereiche, um den Fach- und Führungskräftenachwuchs mit Unternehmen überregional zu vernetzen. Herausragende Leistungen im Studium, eine zielorientierte Karriereplanung, Praxis- und Auslandserfahrungen sowie soziales und gesellschaftliches Engagement sind die Voraussetzungen für die Aufnahme in das WiWi-Talents Programm. TUHH-Student Florian Jäger konnte sich zusammen mit 16 weiteren talentierten Studierenden in der 27. Runde des bundesweiten WiWi-Talents Hochbegabtenprogramms durchsetzen.

Foto: TUHH

Vor mehr als zehn Jahren haben der CFK Valley e.V. und die PFH Private Hochschule Göttingen gemeinsam die Stiftungsprofessur „Stabilität der Faserverbundwerkstoffe“ eingerichtet. Nun haben die Partner ihre Zusammenarbeit verlängert. Inhaber des Lehrstuhls bleibt der Mann der ersten Stunde: **Prof. Dr.-Ing. Richard Degenhardt**. Damit unterstützt der CFK Valley weiterhin die Lehre in den europaweit einzigartigen Bachelor- und Master-Studiengängen „Verbundwerkstoffe/Composites“ sowie Forschung rund um carbonfaserverstärkte Kunststoffe (CFK) und andere Faserverbundwerkstoffe am PFH Hansecampus Stade. **Prof. Dr. Bernt R. A. Sierke**, geschäftsführender Gesellschafter der PFH-Trägergesellschaft, **Dr. Gunnar Merz**, Vorstandsvorsitzender des CFK Valley, und Hochschulpräsident **Prof. Dr. Frank Albe** unterzeichneten die entsprechende Vereinbarung. Das Foto zeigt (von rechts) die Beteiligten mit dem Leiter der Stader Wirtschaftsförderung, **Thomas Friedrichs** (Hansestadt Stade/CFK Valley).

Foto: PFH

Prof. Dr. Kathrin Fischer von der Technischen Universität Hamburg (TUHH) ist zur neuen Vorsitzenden der Wissenschaftlichen Kommission Logistik im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft (VHB) gewählt worden. Neben ihrer Tätigkeit am Institut für Quantitative Unternehmensforschung und Wirtschaftsinformatik an der TUHH unterstützt die Wissenschaftlerin in diesem Amt in den nächsten zwei Jahren verstärkt die Förderung der Logistik in der betriebswissenschaftlichen Forschung und Lehre. Die Wissenschaftliche Kommission setzt sich aus 150 Mitgliedern zusammen, die in ihren Forschungs- und Lehrinhalten den Themenschwerpunkt Logistik repräsentieren. In wissenschaftlichen Tagungen stellen die Mitglieder ihre aktuellen Forschungsergebnisse vor und es werden Ideen zur Lehre und Weiterbildung diskutiert. Darüber hinaus unterstützt die Kommission den wissenschaftlichen Nachwuchs in der Logistik.

Foto: TUHH

Unter dem Namen Cassia Harburger Berge hat sich in Harburg ein neues BNI-Chapter gegründet. Die 22 Mitglieder, alle aus unterschiedlichen Branchen, treffen sich einmal wöchentlich im Berghotel Hamburg Blick in Hausbruch, Wulmsberg 12, zum gemeinsamen Frühstück und zum Austausch von Geschäftsempfehlungen. Aktueller Chapter-Direktor ist **Michael Heitefuß**, zuständig für neue Gewerbekunden beim Autohaus Tobaben in Harburg. BNI steht für Business Network International und wurde 1985 in den USA gegründet. Ziel ist es, im vertrauten Kreis der Mitstreiter Geschäftsempfehlungen und Kontakte weiterzugeben und letztlich den unternehmerischen Erfolg durch diese Form des Empfehlungsmarketings zu steigern. Das Chapter Cassia kommt jeweils dienstags ab 6.30 Uhr (Ende um 8.30 Uhr) zusammen. Für Interessenten: Die Branchen Elektro, Sanitär und Steuerberatung sind noch offen.

Foto: Niels Kreller

Superstimmung an der Riesenpfanne: Der CDU-Landtagsabgeordnete **André Bock** (Mitte) gab beim traditionellen Sommerfest des Kreisverbandes der CDU-Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung (MIT) im Gasthof Zur Eiche in Ollsen Einblick in die politische Arbeit in Hannover. Laut Bock, der unter anderem Vorsitzender des Kulturausschusses im Landtag ist, hat sich die Große Koalition von CDU und SPD in Hannover schnell und gut zusammengerauft. Themen wie Inklusion, Sprachförderung, sonderpädagogischer Unterstützungsbedarf und die Steigerung der Attraktivität des Lehrerberufs habe man gemeinsam angepackt. Wirtin **Claudia Albers** (von links) und der MIT-Vorsitzende **Wilfried Uhlmann** packten ebenfalls an und passten auf, dass nichts anbrennt . . .

Foto: MIT-Kreisverband Harburg Land