

wirtschaft

ZWISCHEN NORD- UND OSTSEE

Einkaufen auf allen Kanälen

› Titelthema: Handel im Wandel

› Wirtschaft im Gespräch:
Philipp Krupke,
CDH im Norden

› IHK-Jahresthema:
Rohstoffabbau in
Schleswig-Holstein



Die Bäderregelung ist elementar für den Tourismus

Die geltende und längst etablierte Bäderregelung mit der entsprechenden Sonntagsöffnung ist für eine Tourismusdestination wie Schleswig-Holstein und insbesondere für touristische Hochburgen wie die Insel Sylt oder die Lübecker Bucht elementar wichtig und nicht wegzudenken. Vor allem Übernachtungs- und Tagesgäste nutzen die Möglichkeit, am Wochenende entspannt das Einkaufsangebot zu erleben. Dies gehört zu einem Urlaub ebenso dazu wie kulturelle Veranstaltungen und die schöne Natur.

Gerade in Zeiten des harten touristischen Wettbewerbs ist der Dienstleistungs- und Serviceaspekt für alle touristisch geprägten Regionen in Schleswig-Holstein von hoher Bedeutung. Insofern dürfen wir die Erwartungshaltung unserer Gäste insbesondere in diesem Punkt nicht enttäuschen. Damit geht natürlich auch einher, dass ein nicht zu unterschätzender Umsatzanteil der Sylter Betriebe insbesondere an den verkaufsoffenen Sonntagen erzielt wird. Hinzu kommen positive Effekte auf andere Branchen, wie zum Beispiel die im Citybereich angesiedelten Gastronomiebetriebe, deren Besucherfrequenz in nicht unerheblichem Maße von der Attraktivität der Innenstadt abhängt. Somit geht es hier für die Wirtschaft auch um eine ernsthafte, existenzielle Frage und nicht zuletzt um die Sicherung von Arbeitsplätzen auf Sylt.

Nur eine funktionierende Wirtschaft kann sich als gewichtiger Faktor in die touristische Entwicklung einbringen und sich über öffentliche Abgaben wie etwa die Gewerbesteuer an den Gemeindelasten beteiligen. Vielfach wird in der Argumentation für eine Sonntagsruhe darauf verwiesen, dass diese „Zeit für Familie und Freunde“ sowie „eine Pause vom Alltag“ bedeute. Diese Werte sind zweifelsfrei wichtig. Sie bleiben auch im Rahmen der Sonntagsöffnung in Form eines alternativen Freizeitausgleichs beziehungsweise entsprechender Personalplanungen erhalten und werden nicht infrage gestellt. Finanzielle Anreize und Sondervergütungen für die Sonntagsarbeit werden von den Mitarbeitern zudem ebenfalls gerne angenommen.

Der öffentlichen Berichterstattung zufolge gilt die Bäderregelung und Sonntagsöffnung derzeit in 78 Orten in Schleswig-Holstein. Gemessen an der Anzahl aller Gemeinden im Land macht dies gerade einmal einen Anteil von 8,6 Prozent aus. Somit ist die Bäderregelung in Bezug auf eine befürchtete allgemeine Gefährdung der Sonntagsruhe nicht die Regel, sondern weiterhin eher die Ausnahme. Vergessen sollte man in diesem Zusammenhang nicht, dass vor Inkrafttreten der in



Foto: Hellner

Karl Max Hellner ist Geschäftsführer des Sylter Modehauses Hellner Moden GmbH & Co. KG und Vorsitzender des Vereins Sylter Unternehmer.

Schleswig-Holstein geltenden Bäderregelung im Jahre 2008 eine Zustimmung der Gewerkschaften und Kirchen auch für die Sonntagsöffnung erfolgte. <<

Was ist Ihre Meinung?

Schreiben Sie der Redaktion:
redaktion@ihk-sh.de

Schmieden bei Dreh-Norm ◀ Als nördlichste Schraubenfabrik Deutschlands fertigt Dreh-Norm mit 45 Mitarbeitern in Barmstedt Speziialschrauben und -muttern sowie Standardteile mit unüblichen Abmessungen und Werkstoffen. 1981 in Hamburg als Schraubenhändler gegründet, entwickelte sich das Unternehmen zu einem der führenden Warmpresswerke der Branche mit rein industrieller Ausrichtung. Die Kunden stammen wesentlich aus den Branchen Schiffbau und maritime Zulieferer, Energietechnik, Maschinen- und Getriebebau sowie Kraftwerkstechnik. Im Abmessungsbereich von 10 bis 450 Millimeter Durchmesser und Längen von bis zu 5.500 Millimeter werden jährlich über 1.000 Tonnen Stahl verarbeitet. Das Foto zeigt den im Unternehmen ausgebildeten Schmied Phillip Prätorius. ◀◀



Mein Standpunkt	1
Wirtschaft im Bild	2
Neues im Norden	
Zitat des Monats	4
Köpfe der Wirtschaft	5
Titelthema – Handel im Wandel	
Multi-Channel-Strategien: Einkaufen auf allen Kanälen	6
Online-Shops: sieben Praxistipps	8
Nachhaltigkeit: Engagement überzeugt Kunden	10
Zahlungssysteme: Zukunftstrend kontaktloses Zahlen	12
Einzelhandelsstandorte: Center und City versöhnen	13
Wirtschaft im Gespräch	
Philipp Krupke, Hauptgeschäftsführer des Wirtschaftsverbands für Handelsvermittlung und Vertrieb in Hamburg	14
Unternehmen und Märkte	
Horizon Hobby GmbH: neues Mekka des Modellbaus	16
D+H Mechatronic AG: mit Mittelstandspreis ausgezeichnet	19
Flensburger Schiffbau-Gesellschaft: auf Expansionskurs	20
Aus dem IHK-Bezirk	
Regionalteile Lübeck (mit Bekanntmachung), Flensburg und Kiel	21
IHK Schleswig-Holstein	
Gesundheitswirtschaft: Branchenforum 2012	38
>> Standort Schleswig-Holstein	
Interview: Rückblick auf die Fehmarnbelt Days	40
Bäderverordnung: Planspiele am Sonntag	41
>> Impulse und Finanzen	
Factory Outlet Center: beliebt und umstritten	42
Gründungsprojekt myplan: Wer kann Unternehmer?	44
>> Zukunft mit Bildung	
Ausbildung im Handel: um Talente werben	46
>> Technik und Trends	
Rohstoffe: Sand im Getriebe	48
>> Globale Märkte	
Auslandsmarkt Frankreich: Schlüsselfaktor Vertrieb	50
>> Recht und Steuern	
Realsteuerhebesätze: steigende Steuerlast	51
Veranstaltungen der IHK	52
Die IHK gratuliert	53
Treffpunkt Wirtschaft	
mit Rätsel der Wirtschaft	54
Hart am Wind	
Grünner & Baas, Kolumne	56
Titelbild: iStockphoto/bokan76	



Foto: iStockphoto/kzenon

Handel im Wandel

Titelthema < Die Handelsbranche ist vielfältigen Veränderungsprozessen ausgesetzt. Die „digitale Revolution“ stellt Händler vor Herausforderungen und birgt Chancen. Auch das Konsumentenverhalten wandelt sich: Nachhaltigkeit nimmt einen immer höheren Stellenwert ein. Lesen Sie im Titelthema außerdem über kontaktlose Zahlungsmittel, Tipps für den perfekten Online-Shop, generationenfreundliches Einkaufen und Synergien zwischen Citylagen und Einkaufszentren.

Philipp Krupke, CDH-Wirtschaftsverband

Interview < Handelsvermittler sind selbstständige Vertriebsprofis, die ihre Dienste anderen Unternehmen anbieten. Die *Wirtschaft* sprach mit Philipp Krupke, dem Hauptgeschäftsführer des Wirtschaftsverbands für Handelsvermittlung und Vertrieb in Hamburg (CDH) e. V. über Erfolge, Herausforderungen und strukturelle Entwicklungen in der Handelsbranche und innerhalb seines Berufsstands.



Foto: CDH



Foto: Bernd Sterzl/pixelio.de

Sand im Getriebe

Rohstoffabbau < Genehmigungsverfahren werden schwieriger und langwieriger, die wachsende Flächenkonkurrenz kommt hinzu: Rohstoffabbauende Unternehmen, die etwa Sande und Kiese gewinnen wollen, werden in Schleswig-Holstein häufig vor Probleme gestellt. Immerhin ist die Kommunalisierung der Regionalplanung vom Tisch.



Foto: Wirtschaftsförderungsrat

Bei der Unterzeichnung: Schleswig-Holsteins Wirtschaftsminister Reinhard Meyer (rechts) und Hamburgs Wirtschaftsminister Frank Horch (Mitte) mit Vertretern der Wirtschaftsförderer

Wirtschaftsförderungsrates und Geschäftsführer der WAS Wirtschafts- und Aufbaugesellschaft Stormarn GmbH, betont: „Der Norden Deutschlands ist ein einheitlicher Wirtschaftsraum. Die Erweiterung der Metropolregion Hamburg trägt dieser Tatsache Rechnung und die Wirtschaftsförderer werden gemeinsam die wirtschaftliche Entwicklung unserer Region vorantreiben.“

2006 haben sich die Wirtschaftsförderer der Metropolregion im Wirtschaftsförderungsrat der Metropolregion zusammengeschlossen. In ihm werden die Aktivitäten der Wirtschaftsförderungsgesellschaften insbesondere im Clustermanagement und im Standortmarketing koordiniert. **red** <<

Website der Metropolregion
www.metropolregion.hamburg.de

› **Metropolregion Hamburg**

Wirtschaftsförderer erweitern Kooperation

Die Wirtschaftsförderer in der Metropolregion Hamburg haben ihre Zusammenarbeit auf eine neue vertragliche Basis gestellt. Durch die jüngst unterzeichnete Verein-

barung wird der Wirtschaftsförderungsrat um die Wirtschaftsförderungen Lübecks, Neumünsters, Ostholsteins, Südwestmecklenburgs und Nordwestmecklenburgs sowie des Landes Mecklenburg-Vorpommerns erweitert. Ebenfalls beigetreten sind die neugegründete Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft des Kreises Segeberg mbH sowie die EGNO Entwicklungsgesellschaft Norderstedt mbH. Norbert Leinius, Sprecher des

› **Maritime Roadshow der IHK Nord**

Ressourcen der Meere nutzen

Die maritime Wirtschaft verbindet den Standort Deutschland mit den Weltmärkten. Trotzdem wird ihre Bedeutung für die Volkswirtschaft oft unterschätzt. Die IHK Nord arbeitet mit einer Roadshow daran, dies zu ändern.

Die Arbeitsgemeinschaft von 13 norddeutschen Industrie- und Handelskammern organisierte schon 2010 eine Veranstaltung in Augsburg. 2011 mach-

te die maritime Roadshow in Frankfurt am Main Station. Die Roadshow 2012 fand im September in der IHK Berlin statt – Thema war die Energie- und Rohstoffgewinnung durch die maritime Wirtschaft.

Maritime Technologien und die Nutzung mariner Rohstoffe sind für Dr. Eric Schweitzer, Präsident der IHK Berlin, Top-Themen: „Einerseits profitiert die Wirtschaft von den wertvollen Ressourcen der Meere und dem wachsenden Beitrag der Offshore-Windenergie für die Energieversorgung. Andererseits sichert der Forschungs- und Wissenschaftsstandort Berlin mit seinen innovativen Unternehmen die Basis für eine erfolgreiche Weiterentwicklung maritimer Zukunftstechnologien.“ Der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Hans-Joachim Otto, sieht viele Herausforderungen für die Branche. Aber der Maritime Koordinator der Bundesregierung betont vor allem deren Chancen: „Die Windenergiebranche ist

nicht nur unverzichtbar für die Energiewende, sie ist auch ein wichtiger Wachstumsbereich.“

Auch Rohstoffe sind ein maritimes Zukunftsthema – sie stehen am Anfang aller Wertschöpfungsketten. Dr. Andrea Koschinsky-Fritsche von der Jacobs University Bremen referierte über den zentralen Pazifik, in dem viele Länder wie Deutschland sich Meeresboden gesichert haben, um dort verschiedenste Rohstoffe wie Erz abbauen zu können.

Otto Lamotte, Vorsitzender der IHK Nord, zog eine positive Bilanz: „Schon heute verfügen Berlin und Brandenburg über einen guten Zugang zu den Wachstumspotenzialen der maritimen Wirtschaft, aber die Zusammenarbeit kann noch weiter ausgebaut werden. Unsere Roadshow bringt die Akteure zusammen.“ **red** <<

Mehr unter
www.ihk-nord.de
 (Dokument-Nr. 72397)

“ Zitat des Monats

„Je mehr die Alternativen schwinden, desto mehr ähnelt die Politik einem Auto, das keinen Fahrer braucht.“

*Leitartikler Thomas Schmid,
 Tageszeitung DIE WELT
 vom 5. Oktober 2012*



Köpfe der Wirtschaft

Die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young hat zum 16. Mal die besten mittelständischen Unternehmer Deutschlands gewürdigt. Den Ehrenpreis für Familienunternehmen erhielt **Stefan Dräger**, Vorsitzender des Vorstands der Drägerwerk AG & Co. KGaA. Seit über 120 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt das Familienunternehmen hochinnovative Medizin- und Sicherheitstechnik. Verantwortung für Menschen, Heimat und Umwelt gehören zum Selbstverständnis des Unternehmens.



Die Hauptversammlung der Deutsch-Finnischen Vereinigung e. V. hat Ende September 2012 **Karl-Wolfgang Eschenburg**, Geschäftsführer der Havemann Holz GmbH aus Lübeck, zu ihrem neuen Vorsitzenden gewählt. Er löst Claus-Achim Eschke ab, der 15 Jahre die Geschicke des Vereins geleitet hat. Zu den Aufgaben des Vereins zählt die Förderung des deutsch-finnischen Austausches auf den Gebieten Kultur, Sport, Wirtschaft und Bildung.



Hans-Werner Imig, bislang Leiter der Flensburger Filiale der Deutschen Bundesbank, wurde in den Ruhestand verabschiedet. Imig, dessen Karriere bei der Bundesbank in Nordrhein-Westfalen begann, kam im November 1999 an die Förde. Wenige Tage nach seiner Verabschiedung wurde die Filiale geschlossen. Die übrigen Mitarbeiter gingen in den Ruhestand, wurden in andere Filialen versetzt oder wechselten zu anderen Arbeitgebern.



Die Wirtschaftsjunioren Deutschland haben auf ihrer Bundeskonferenz in Nürnberg die beiden Flensburger Unternehmer **Franziska Leupelt** (31) und **Hauke Gosau** (34) in den Bundesvorstand gewählt. Leupelt wird zum 1. Januar 2013 Ressortinhaberin des Bereichs Unternehmertum. Gosau übernimmt die Aufgaben des Aktionsteams. Neuer Bundesvorsitzender wird der Leipziger Sándor Mohácsi. Leupelt und Gosau haben damit die Chance, an der weiteren inhaltlichen Ausrichtung des größten deutschen Verbandes junger Unternehmer und Führungskräfte mitzuwirken. Zentrales Thema des kommenden Jahres wird die Arbeitslosigkeit sein.



Die Aufsichtsräte des Provinzial NordWest Konzerns haben **Dr. Thomas Niemöller** (42) in den Vorstand des Versicherers berufen. Niemöller übernimmt die Bereiche IT, IT-Koordination, Betriebsorganisation und Prozessmanagement, die in einem eigenen Ressort gebündelt werden. Aufgrund der konzernweiten Ausrichtung wird Niemöller Vorstandsmitglied der Westfälischen Provinzial Versicherung, der Provinzial Nord Brandkasse sowie der Provinzial NordWest Lebensversicherung.



Olof Persson, Konzernchef von Volvo, hat das Amt des Präsidenten der Deutsch-Schwedischen Handelskammer angetreten. Der frühere Konzernchef von Vattenfall, Lars G. Josefsson, gibt nach acht Jahren sein Amt als Präsident der Handelskammer ab, bleibt aber Mitglied des Vorstandes. Auch wenn Deutschland traditionell Schwedens größter Handelspartner ist, sieht Persson Potenziale, die bilateralen Geschäftskontakte weiter auszubauen.



Fotos: Manfred Büll, Jan Möller/Sportschatz, Dräger, Deutsch-Finnische Handelskammer/Christian Busse, Provinzial, Deutsch-Schwedische Handelskammer

2500 Referenzen

sprechen eine deutliche Sprache



Das individuelle Bau-System

- Entwurf und Planung
- Schlüsselfertig
- Festpreis
- Fixtermin
- 40 Jahre Erfahrung
- Alles aus einer Hand

Wir beraten Sie gern persönlich:

**Dipl. Ing. Fr. Bartram
GmbH & Co. KG**

Postfach 12 61 · 24591 Hohenwestedt
Telefon 04871 / 778-0 · Fax 778-105
eMail info@bartram-bau.de

MITGLIED GÜTEGEMEINSCHAFT BETON

BARTRAM
BAU-SYSTEM

www.bartram-bau.de



Einkaufen auf allen Kanälen

Multi-Channel-Strategien ◀ Immer mehr Konsumenten kombinieren unterschiedliche Informations- und Kaufkanäle. „Multi-Channel“ heißt der Trend, der für den Handel zunehmend an Bedeutung gewinnt. Für Unternehmen bedeutet dies: auf möglichst vielen Kanälen präsent und stets für die Kunden erreichbar sein.

Die Umsätze durch E-Commerce im deutschen Einzelhandel steigen von Jahr zu Jahr. Lagen sie 2009 noch bei rund 22 Milliarden Euro, so waren es 2011 bereits 26 Milliarden, so die Statistik des Handelsverbandes Deutschland (HDE). Für 2012 erwartet der Verband einen Anstieg auf 29,5 Milliarden Euro. Nach Angaben des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) erwirtschaften deutsche Unternehmen bereits jetzt jeden sechsten Euro im Internet. Damit liegt der Online-Anteil am Gesamtgeschäft des deutschen Einzelhandels ak-

tuell bei rund fünf Prozent.

Neben dieser Entwicklung spielt vor allem die Verzahnung unterschiedlicher Informations- und Verkaufskanäle eine wachsende Rolle. Untersuchungen belegen, dass die Mehrzahl der Konsu-

umenten ihre Kaufentscheidungen heute nicht mehr allein im Internet oder im stationären Handel trifft. Für die Studie „Customer-Journey-Typologie 2012“ des Instituts für Handelsforschung GmbH (IFH) und der AZ Direct GmbH wurden mehr

Foto: ClipDealer/limbi007



» Mobile Commerce

Shopper per Smartphone

Mobile Commerce – kurz M-Commerce – ist die „elektronisch gestützte Abwicklung von Geschäftstransaktionen auf Basis der Nutzung mobiler, mit dem Internet verbundener Endgeräte“ wie Smartphones, Tablets, PCs und Notebooks (Quelle: www.wirtschaftslexikon.gabler.de). Die Basis dafür ist der Verkauf im Internet (E-Commerce). Laut der Unternehmerbefragung „Trend in Prozent“ des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. gehen 72 Prozent von stärkerem Wachstum für M-Commerce-Umsätze in 2012 aus. 84 Prozent stimmten zu, dass M-Commerce ein wichtiger Teil der Multi-Channel Strategie des Handels werden wird. Stephan Tromp, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland (HDE), erklärt dazu, dass „gerade der Trend zum Shoppen per Smartphone von der heimischen Couch aus deutlich macht, dass ein smartphonefähiger Online-Auftritt für Handelsunternehmen heutzutage von zentraler Bedeutung ist.“

Auch Hartmut Lösch, Leiter der Unit Mobile Commerce der Fachgruppe Mobile beim BVDW, betont, dass der Handel sich diesem Wachstumstrend nicht verschließen könne und den Vertriebskanal zusätzlich zum Onlinehandel weiter ausbauen müsse. Dabei wünschen sich 59 Prozent der Konsumenten, dass Online-Shops so optimiert werden, dass sie einfaches Shopping per Smartphone unterstützen, wie eine Studie des E-Commerce-Centers Handel feststellt. Das US-Marktforschungsunternehmen Forrester rechnet damit, dass in den nächsten Jahren 79 Millionen Europäer über das Handy einkaufen werden. Die Gründe für den Erfolg von M-Commerce sind vor allem der Verbreitungsgrad von mobilen Endgeräten sowie die einfache Handhabung und die große Akzeptanz der Kunden.

mg ◀◀

Website Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.
www.bvdw.org

als 4.000 Personen zu ihrem Informations- und Kaufverhalten befragt. 65 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass sie sich zunächst stationär über ein Produkt informieren und dieses anschließend im Internet kaufen. Ebenso viele Konsumenten gehen den umgekehrten Weg. Bevor sie einen Kauf im Internet oder im Geschäft vor Ort tätigen, informieren sich zudem 79 Prozent der Befragten in Print-Katalogen oder ähnlichen Publikationen. Rund 30 Prozent gaben an, sich erst in einem Geschäft oder einem Online-Shop umzusehen und ihren Kauf anschließend via Telefon oder Post zu tätigen.

Neue Umsatzpotenziale <

Gefragt nach den Vorteilen der jeweiligen Kaufkanäle, gaben die meisten Verbraucher an, dass sie im stationären Handel vor allem die persönliche Beratung, die Ruhe bei der Kaufentscheidung sowie die Möglichkeit schätzen, die Ware zunächst vor Ort in Augenschein nehmen zu können. An Online-Shops gefällt ihnen vor allem, dass sie hier rund um die Uhr einkaufen und sich schnell und umfassend über Preise und Produkte informieren können.

Auch die wachsende Verbreitung von Smartphones beeinflusst das Verbraucherverhalten. Dabei kaufen die Kunden nicht nur über die mobilen Geräte ein, viele nutzen sie auch zur Informationssuche in den Geschäften vor Ort. „Das ist einerseits eine große Herausforderung für alle stationären Händler, smartphonefähige Angebote aufzubauen. Andererseits ist es aber auch eine große Chance, den neuen Kanal effizient zu nutzen und neue Umsatzpotenziale zu heben“, so Stephan Tromp, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des HDE.

Für IFH-Geschäftsführer Dr. Kai Hudedt entwickelt sich das Multi-Channel-Management daher zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. „Unternehmen sind gut beraten, ihre eigenen Marketing-, Informations- und Sales-Channels bestmöglich im Sinne der Kundengewinnung und -bindung aufeinander abzustimmen und diese mit den Kanälen zu verzahnen, die ihre Zielgruppen nutzen“, sagt er. Dies erkennen auch immer mehr Händler. Etwa 20 Prozent der deutschen Einzelhändler haben

Multi-Channel-Strategien. Mehr als 56 Prozent von ihnen erwarten für das laufende Jahr steigende Umsätze.

Trend bei Geschäftskunden <

Doch nicht nur Privatverbraucher kombinieren beim Einkauf unterschiedliche Kanäle. Auch in den B2B-Bereich hat der Trend Einzug gehalten. Eine aktuelle Umfrage des E-Commerce-Centers Handel (ECC) unter 1.047 Unternehmen ergab, dass 32,9 Prozent der Bestellungen in Online-Shops eine persönliche Beratung vorausgeht. Umgekehrt haben sich etwa 72 Prozent der Geschäftskunden vor dem Einkauf im Geschäft über ein Printmedium zu den Produkten informiert, online waren es 61 Prozent.

Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich hierdurch für die Unternehmen? „Der Multi-Channel-Handel definiert das Verhältnis zwischen Handel und Kunden ein Stück weit neu. Dem Kundenbeziehungsmanagement kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Daneben sind neue Kompetenzen gefragt, etwa in den Bereichen Logistik, Zahlverfahren oder Recht“, sagt HDE-Pressereferent Stefan Hertel. „Und schließlich muss die Marketingstrategie angepasst werden.“ Der Händler müsse sich darauf einstellen, dass etwa Smartphones es dem Kunden erheblich erleichtern, Preise und Produkte miteinander zu vergleichen. „Das eröffnet aber natürlich auch neue Chancen für die Händler, auf eigene Angebote aufmerksam zu machen und neue Kunden hinzu zu gewinnen“, so Hertel. Entscheidet sich ein Unternehmen für eine Multi-Channel-Strategie, sei es wichtig, alle Kanäle ernsthaft zu besetzen: „Eine Alibi-Mobilanwendung oder Platzhalter-Homepage bringt nichts und verärgert die Kunden womöglich nur. Die Händler müssen hier von Anfang an mit professionellen Lösungen einsteigen. Dabei geht es auch um Dinge wie die gute Auffindbarkeit in Suchmaschinen und die anwenderfreundliche Gestaltung der Seite.“ <<

Autorin: Andrea Henkel
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
henkel@flensburg.ihk.de

Institut für Handelsforschung GmbH
www.ifhkoeln.de

Beilagenhinweis: Dieser Ausgabe liegen Beilagen der Firmen Switcom GmbH & Co. KG (Lübeckteil), Dell Halle GmbH, Halle und rbp media GmbH, Wiesbaden (Gesamtteil) bei. Wir bitten unsere Leser um Beachtung!



Wir lösen den Knoten:

wirtschaftlich +
individuell bauen

**Schlüsselfertiger Industriebau
Bauunternehmen & Fertigteile**

- über 50 Jahre Erfahrung ●
- Lösungen aus einer Hand**

Oskar Heuchert Bauunternehmung
Kieler Straße 203 · 24536 Neumünster
Fon 04321 / 30 083 - 0 Fax 30 08 -15

www.heuchert-bau.de

Nicht einfach Hallen!

30 Jahre Ideen in Stahl



Lassen auch Sie sich inspirieren
www.hansen-hallen.de
oder Fotobroschüren anfordern
info@hansen-hallen.de

Wir bieten:

- kostenlose Beratung
- Planung und Ingenieurdienstleistungen
- schlüsselfertige Generalübernahme



H. Hansen & Co. GmbH
Lüneburger Straße 41
21385 Amelinghausen
Telefon 04132 / 17 12
Telefax 04132 / 71 56



nicefive
EVERY PRODUCT TELLS A STORY



Josephine Bentzen
Designerin, Kopenhagen






Besteck € 29,90
in den Warenkorb

mehr Designprodukte:
www.nicefive.de

Foto: iStockphoto/hocus-focus



Sieben Praxistipps

Online-Shops ◀ Im Rahmen der Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce“ haben das E-Commerce-Center Handel und das Unternehmen Hermes sieben Praxistipps für einen gelungenen Online-Shop herausgearbeitet. Basis war eine Befragung von mehr als 10.000 Konsumenten.

Versand und Lieferung ◀ In Sachen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung hat sich der Erfolgsfaktor „Versand und Lieferung“ als besonders relevant herausgestellt. Es gilt, den Kunden insbesondere im Rahmen des Bestell- und Lieferprozesses zufrieden zu stellen. Hier waren den Befragten die Punkte „Informative Bestätigungsmail“ und „Auswahl verschiedener Versandoptionen“ besonders wichtig.

Kleine Maßnahmen ◀ Auch einfache Maßnahmen können große Wirkung erzielen. Eine informative Bestätigungsmail, die etwa Bestellnummer, Lieferdatum und Kontaktmöglichkeiten enthält, ist eine effektive Möglichkeit, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Gute Website-Gestaltung ◀ Sie ist ein wesentlicher Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit des Onlineshops. Basiselemente sind ein ansprechendes Design, Übersichtlichkeit, gute Filterfunktionen sowie umfassende Infos über Unternehmen und Produkte. Zudem schätzen es Kunden, wenn Produkte detailgetreu dargestellt werden. Hier helfen Zoomfunktion, 360-Grad-Ansichten, Video- und 3-D-Präsentationen. Weitere wichtige Instrumente sind Produktempfehlungen und Kundenbewertungen.

Thematische Inhalte ◀ Die Darstellung ergänzender Inhalte ist nicht selten

wichtiger als das Produkt selbst. Neben Produktbeschreibungen sind thematische Inhalte oder Anwendungsbeispiele eine gute Möglichkeit, Kunden auf die Angebote aufmerksam zu machen und gleichzeitig die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen zu verbessern.

Bezahlverfahren ◀ Sie werden immer wichtiger und können als vertrauensbildende Maßnahme dienen. Die Transparenz aller Kosten und das Angebot präferierter Zahlungsmethoden sind aus Verbrauchersicht wichtige Kriterien.

Sicheres Gefühl ◀ Eine Absicherung durch unabhängige Dritte (etwa Gütesiegel) hält mehr als die Hälfte der Befragten für absolut oder sehr wichtig. Darüber hinaus legen die Kunden großen Wert auf Datensicherheit.

Beratung und Service ◀ Konsumenten erwarten auch im Web eine hohe Erreichbarkeit von Servicemitarbeitern und einen ausführlichen Servicebereich. Hier helfen ausführliche Kontaktangaben mit Kontaktformular, Call Center und FAQs. Weitere Instrumente sind Live-Chats, ein Rückruf-Service oder 24-Stunden-Hotlines. **red** ◀◀

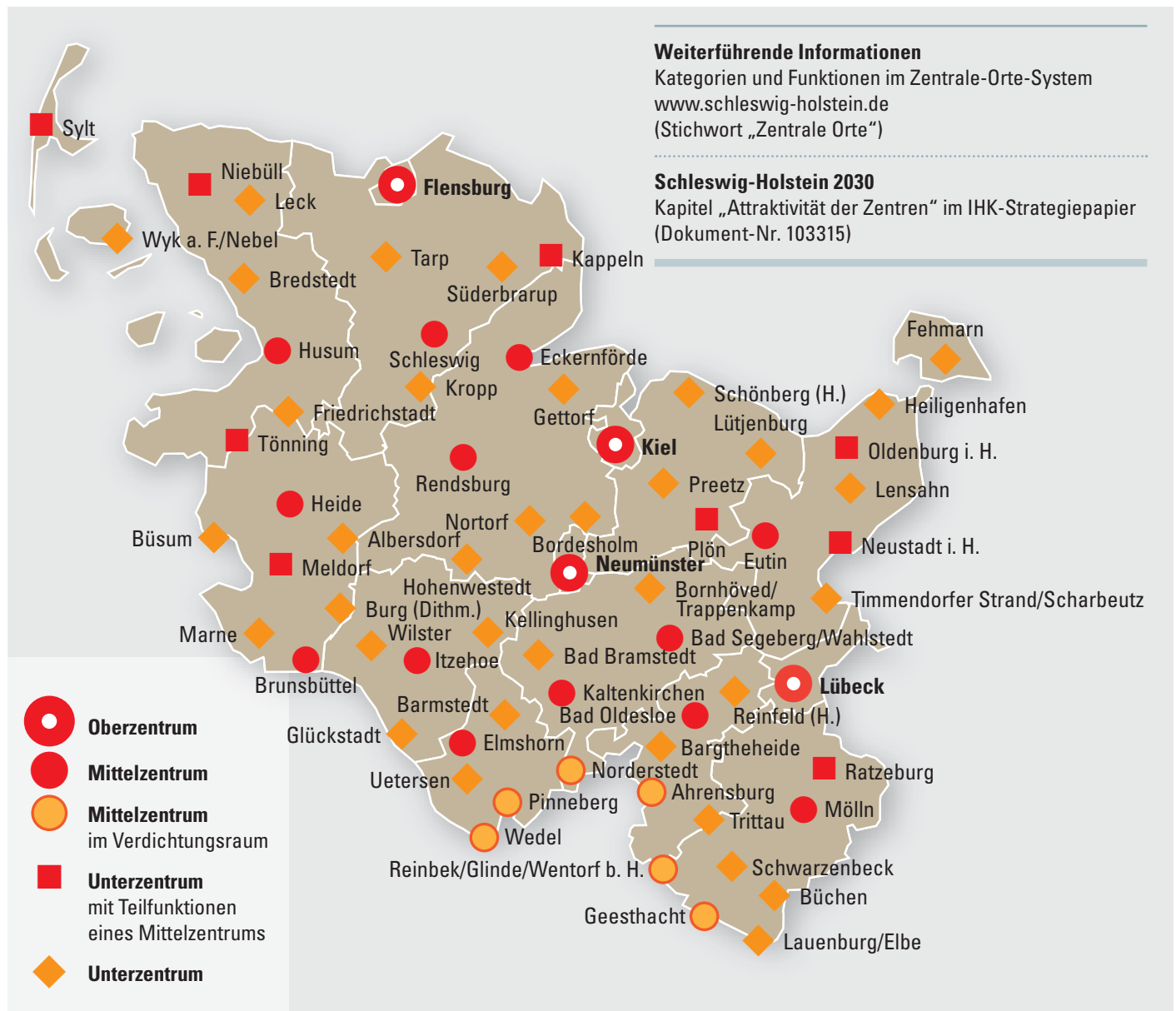
Mehr unter
www.ecc-handel.de

> Landesplanung

Zentrale Orte in Schleswig-Holstein

Die Zentren des Landes haben entsprechend ihrer Einstufung nicht nur eine herausragende Bedeutung für die Versorgung mit Gütern, sondern ebenso für ein attraktives Bildungs-, Kultur- und Freizeitangebot. Der Einzelhandel trägt entscheidend zur Vitalität und urbanen Vielfalt von funktionsfähigen Innenstädten bei. Ohne Einzelhandel büßen Zentren den wichtigsten Besuchsanlass ein. Die

Banalisierung des Angebots und die Verödung werden beschleunigt. Die Folge: Viele Funktionen können nicht mehr erfüllt werden. Die IHK Schleswig-Holstein bekennt sich zum Zentrale-Orte-System des Landesentwicklungsplans und zu den Zentren des Landes Schleswig-Holstein. Unsere Karte gibt einen Überblick über die Ober-, Mittel- und Unterzentren des nördlichsten Bundeslandes. red <<



Quelle: Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein, Stand 1.10.2009, Grafik: Atelier Schmidt-Römhild/Werner-Knopp



Kerkenberg - Aluminiumgussqualität seit über 40 Jahren

Kerkenberg GmbH - Eisenbahnstr. 17 - 58739 Wickede (Ruhr) Tel.: +49(0)2377-2317 Fax: +49(0)2377-1040 E-mail: info@kerkenberg.de - www.kerkenberg.de

Engagement überzeugt Kunden

Nachhaltigkeit im Handel ◀ Laut einer aktuellen Studie des Instituts für Handelsforschung (IFH) legt rund ein Viertel aller Verbraucher bei der Wahl der Einkaufsstätte Wert auf Nachhaltigkeit. Auch Unternehmen erkennen dies zunehmend. Bei einer Umfrage unter Einzelhändlern für den Handelskonjunkturindex gaben 80 Prozent an, dass Nachhaltigkeit für ihre Kunden immer wichtiger wird.

In den letzten Jahren ist die Relevanz von Nachhaltigkeit deutlich gestiegen“, bestätigt Bettina Willmann, Bereichsleiterin Forschung & Konzepte am IFH. So habe sich allein der Umsatz durch Fairtrade-Produkte innerhalb von drei Jahren mehr als verdoppelt. Lag dieser 2008 noch bei rund 200 Millionen Euro, waren es 2011 bereits mehr als 400 Millionen. Dies liege vor allem an einem gesellschaftlichen Wertewandel, der insbesondere auf zahlreiche Naturkatastrophen der letzten Jahre, aber auch auf wirtschaftliche Probleme wie die Finanzkrise zurückzuführen sei. „Das Vertrauen gegenüber der Wirt-

schaft hat im Laufe der Zeit abgenommen“, so Willmann. Bei den Verbrauchern mache sich daher zunehmend eine Sehnsucht nach alten Unternehmertugenden breit.

Strategien umsetzen ◀ Schon jetzt habe sich der Handel gut auf die Bedürfnisse der Kunden in Sachen Nachhaltigkeit eingestellt. Dies gelte vor allem für den Lebensmittelhandel, so Willmann. „Viele Händler, darunter auch Discounter, haben bereits eigene Bio-Eigenmarken“, sagt sie. Trotzdem gebe es noch immer Luft nach oben, wie der CSR-Tracker zeigt. Während knapp die Hälfte der befragten Endkonsumenten den Herstellern ein erhöhtes Engagement in Sachen Nachhaltigkeit einräumt, sehen dies beim Einzelhandel nur 16 Prozent. Dies liege vor allem daran, dass die Kunden die gekauften Produkte eher mit dem Hersteller verbinden als mit dem Händler. „Hier kann der Handel viel über Eigenmarken und umfassende Kommunikation tun“, sagt Willmann. Dazu bedarf es nicht unbedingt teurer Werbekampagnen. Laut der Studie informieren sich 35 Prozent aller Verbraucher direkt im Geschäft über die Nachhaltigkeit von Waren und Dienstleistungen. 33 Prozent tun dies durch Presse und Werbung, 31 Prozent über Unternehmenswebsites. Dies biete auch kleinen und mittleren Unternehmen die Chance, sich zu positionieren. Zu-

dem seien diese durch familieneigenes Management nah am Kunden und könnten auch durch die Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern punkten.

Daneben komme aber auch der Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten eine große Bedeutung zu. „Die Unternehmen stehen unter einer immer strengeren Beobachtung durch NGOs und Verbraucher“, sagt Willmann. Gute Vorsätze und theoretische Leitlinien reichen daher nicht aus. Die Strategien müssen auch konsequent gelebt werden. ◀◀

Autorin: Andrea Henkel
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein, henkel@flensburg.ihk.de



Foto: iStockphoto/kenon

dem seien diese durch familieneigenes Management nah am Kunden und könnten auch durch die Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern punkten.

Daneben komme aber auch der Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten eine große Bedeutung zu. „Die Unternehmen stehen unter einer immer strengeren Beobachtung durch NGOs und Verbraucher“, sagt Willmann. Gute Vorsätze und theoretische Leitlinien reichen daher nicht aus. Die Strategien müssen auch konsequent gelebt werden. ◀◀

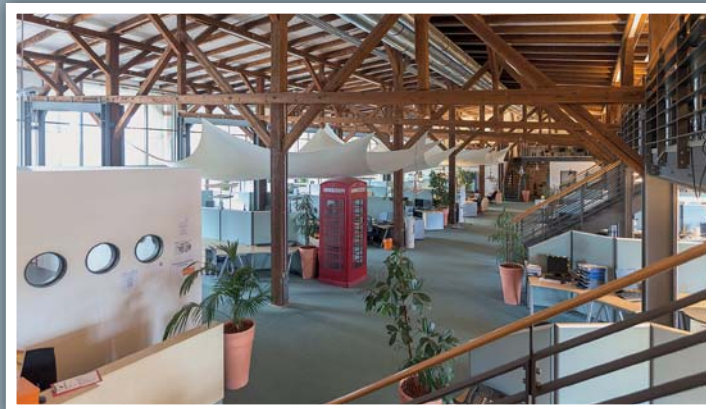
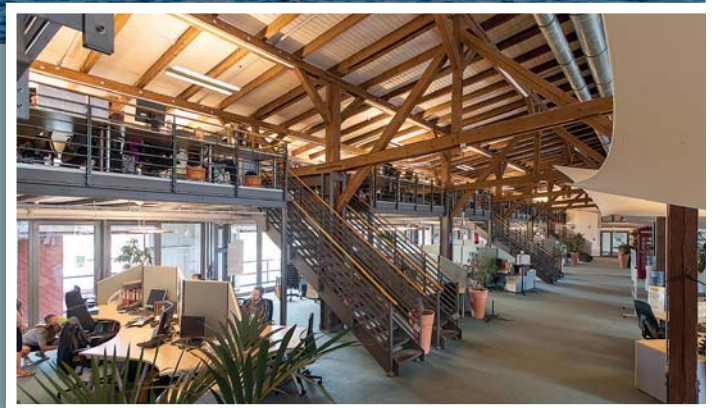


NUTZEN SIE DIESE SELTENE CHANCE

Ca. 1.074 m² Großraumfläche im Herzen Lübecks –
TOP in Lage und Ausstattung

Eine der attraktivsten Großraumflächen Lübecks in einzigartiger Lage ist wieder verfügbar:

- // Ca. 1.074 m² Nutzfläche
- // Modernste Netzwerk- und Kommunikationsinfrastruktur
- // Historisches Flair mit Blick auf Altstadt und Wasser vom Balkon
- // In fußläufiger Entfernung zur City und kurzer Anbindung an A1, A20 und Hbf
- // Sehr gute Parkmöglichkeiten
- // Großzügige Deckenhöhe
- // Die Emporen (ca. 243 m²) sind voll als Arbeitsbereiche nutzbar
- // Vorbereitet für Einbruchmeldeanlage
- // Zwei moderne und neuwertige Pantrys
- // **Mehr unter**



ImmobilienScout24
47786416

Homepage
WWW.MEDIADOCKS.DE/VERMIETUNG

Kontakt
MARTIN CIMDINS

Fon
+49-451-2803 **2162**

E-Mail
CIMDINS@MEDIADOCKS.DE

Web
WWW.MEDIADOCKS.DE



Zukunftstrend kontaktloses Bezahlen

Zahlungssysteme im Wandel ◀ Kontaktlose Zahlungsmittel sind im Handel auf dem Vormarsch. Noch bezahlen allerdings 57,2 Prozent der Kunden ihre Einkäufe im Einzelhandel mit Bargeld. Kartenbasierte Systeme, ob mit Pin, Unterschrift oder im Internet, machen 39 Prozent aus.

Dabei bietet gerade das Internet noch mehr Bezahlmöglichkeiten. Neben Kreditkarte und Rechnungskauf gibt es etwa Paypal und Click&Buy, bei denen die persönlichen Daten nicht an den Händler weitergegeben werden, sowie bei den Überweisungssystemen unter anderem GiroPay und Sofortüberweisung.

Entscheidend verändern wird sich das elektronische Lastschriftverfahren. Bleibt bei der Identifizierung per PIN alles beim Alten, wird das Bezahlen per Unterschrift und im In-

ternet durch eine SEPA-Verordnung (Single Euro Payments Area) des Europäischen Parlaments in 2016 komplizierter. Hier muss der Kunde künftig bei jedem Kauf seine kompletten Daten angeben. Vereinfachen kann er dies nur durch eine globale Einverständniserklärung.

Foto: manwalk/pixelio.de

Schneller und bequemer ◀ Stärker verbreitet wird sich wohl das kontaktlose Bezahlen, ähnlich der Technik, die bereits vielerorts in Kantinen anzutreffen ist. Hierbei hält der Käufer eine Karte in kurzer Entfernung an einen NFC-Reader, ein Nahfeld-Lesegerät. Von Vorteil ist dies vor allem bei kleinen Beträgen, etwa am Kiosk. Während der Kunde Warteschlangen umgeht, erzielt der Händler eine höhere Durchlaufhäufigkeit. Laut einer jährlichen Studie der EHI Retail Institute GmbH, einem wissenschaftlichen Institut des Handels, will in Zukunft ein Drittel aller befragten Händler diese Methode einführen.

International einsetzbar sind beim kontaktlosen Bezahlen bereits die Kreditkarten von Visa (PayWave) und Mastercard (PayPass). Die aufzuladende Sparkassen-Geldkarte Girogo ist hingegen nur in Deutschland gültig. Nachteil hier: Bei Kartenverlust ist das Geld verloren. Die Obergrenzen für kontaktlose Zahlen liegen bei 25 Euro (Kreditkarte) beziehungsweise 20 Euro (Girogo). Da kein Kontakt stattfindet, können die sensiblen Daten nicht durch „Skimming“ gelesen und kopiert werden.

Auch Smartphones sollen künftig zu kontaktlosen Zahlungsträgern werden. Schon jetzt wird an Lösungen gearbeitet, die es ermöglichen, den dafür nötigen Chip direkt in das Handy zu integrieren. ◀◀

Autorin: Martina Gremler
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
gremler@flensburg.ihk.de

› Generationenfreundliches Einkaufen

„In Service investieren“

Der Einzelhandelsverband Nord hat den Ratzeburger Marktkauf Süllau mit dem Zertifikat für „Generationenfreundliches Einkaufen“ ausgezeichnet. Die *Wirtschaft* sprach mit Juniorchef **Hendrik Süllau** über die Herausforderungen des demografischen Wandels.

Wirtschaft: Was bedeutet der demografische Wandel für den Lebensmitteleinzelhandel?

Hendrik Süllau: Die Veränderung der Kundenstruktur sorgt für ein Umdenken in der deutschen Handelslandschaft. Die ältere Generation fühlt sich nicht alt, hat aber gesteigerte Bedürfnisse hinsichtlich der Ser-

vicebereitschaft. Um diesen Bedürfnissen wie erhöhter Übersichtlichkeit, breiteren Gängen oder Sitzgelegenheiten nachzukommen, muss der moderne Supermarkt Warenpräsentationsfläche abgeben und darf erhöhte Investitionskosten in Serviceinfrastruktur wie eine Kunden-WC-Anlage nicht scheuen.

Wirtschaft: Was haben Sie konkret getan, um Kunden aller Generationen gerecht zu werden?

Süllau: Für die Zertifizierung musste ein bestimmter Maßnahmenkatalog erfüllt werden. Punkte, die wir an unserem Markt verbessern mussten, waren etwa die Auslobung der behindertengerechten Kassen, das Ausschildern von Mutter/Kind-Parkplätzen oder das Bereitstellen von Sitzgelegenheiten im Markt. Es waren viele Kleinigkeiten, die insgesamt aber eine für alle Generationen angenehmere Einkaufsatmosphäre geschaffen haben.

Wirtschaft: Was macht einen modernen Lebensmittelmarkt in punkto Generationengerechtigkeit in Zukunft aus?

Süllau: Der moderne Supermarkt sollte zwei Aspekte vereinen: Zum ersten einen zeitgemäßen Auftritt hinsichtlich Sortiment und Design, zum zweiten einen Service, der auch der älteren Generation das angestrebte Einkaufserlebnis ermöglicht – sei es durch Barrierefreiheit, Einkaufshilfen wie Lupen oder aber durch klassische Produktbegleitung vom Mitarbeiter. Am wichtigsten bleibt auch in Zukunft das Vorhandensein eines Ansprechpartners für jegliche Probleme. ◀◀

Interview: Jan Philipp Witt
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
witt@ihk-luebeck.de

Center und City versöhnen

Einzelhandelsstandorte < Einkaufszentrum und Innenstädte in räumlicher Nähe gelten als Wettbewerber. Bei einem begrenzten Kaufkraftvolumen schneiden sich beide ihr Stück vom Kuchen ab. Für den jeweils anderen Standort bleibt nur ein entsprechend kleinerer Anteil übrig. Doch ein Brückenschlag ist möglich: Zwei Händler berichten, wie sie an beiden Standorten erfolgreich sind.

Tilo Eggemann (links) und Knud Hansen



Foto: IHK

Denn nicht das Einkaufszentrum oder die Innenstadt generieren den Umsatz, sondern die Händler, die ihre Ladenlokale hier oder dort betreiben. Es gibt Beispiele von Unternehmern, die an beiden Standorten präsent sind – und zwar betriebswirtschaftlich erfolgreich. Die *Wirtschaft* sprach mit Knud Hansen, Inhaber der Sporthaus Nis Knudsen KG und Geschäftsführer der Sport-Profimarkt GmbH sowie Tilo Eggemann, Geschäftsführer der Jens Petersen GmbH und Betreiber mehrerer Monolabel Stores, darunter „Street One“ und „Tommy Hilfiger“. Mit ihren Geschäften sind sie Nachbarn in der Kieler Fußgängerzone. Und im CITTI-Park, einem Einkaufszentrum im Kieler Stadtteil Hassee, sind ihre Geschäftsstandorte nur durch eine Etage getrennt.

Bei der Frage, warum sie an beiden Standorten präsent sind, sind sich Hansen, Vizepräsident der IHK zu Kiel, und Eggemann – beide engagiert im Kieler IHK-Arbeitskreis Handel – schnell einig: Hier wie dort schätzen sie die vergleichsweise hohe Kundenfrequenz. Auch bedeute die Präsenz an zwei Standorten eine bessere Risikoverteilung. „Die räumliche Nähe der Standorte bietet zudem eine höhere Mitarbeiterflexibilität bei Engpässen“, fügt Eggemann hinzu. Während Hansen an beiden Standorten mit ähnlichen Sortimenten und Serviceleistungen arbeitet, spricht Eggemann mit seinen verschiedenen Markenstores naturgemäß unterschiedliche Kunden an.

Leicht fällt es beiden, Vorteile und Charakteristika von Center und City zu beschreiben. „Das Thema Parkplätze ist bei den Kunden sehr dominant. Kostenlose Plätze bietet das Center“, sagt Hansen. Auch das große Werbebudget durch die Pflichtbeiträge aller Mieter sei betriebswirtschaftlich gesehen ebenso ein Pluspunkt für das Center wie ein zentral gesteuerter und sich damit ergänzender Mietermix. An der Innenstadt schätzen beide die „ausbaufähige“, wie beide unisono betonen, urbane Atmosphäre, mit „Kultur, Schiffen, Straßenkünstlern“, insgesamt mit mehr Eindrücken für den Kunden. Auch deshalb registrieren sie dort einen höheren Anteil an kaufwilligen Touristen als im Center.

Gegenseitig befruchten < Sporthaus-Chef Hansen berichtet, dass einige seiner Handelskollegen verwundert waren, als er, der traditionelle Innenstadthändler und Fürsprecher einer

starken und funktionsfähigen Innenstadt, vor sechs Jahren seinen Standort im Center eröffnet hat. Am eigenen Beispiel konnte er jedoch zeigen, dass einfach dafür gesorgt werden muss, dass man sich mit zwei Standorten nicht kannibalisiert, sondern sich durch gemeinsame Ansprache weiter gefasster Zielgruppen und eines größeren Kundeneinzugsbereichs befruchten kann. Eggemann ergänzt: „Als ich den ‚Tommy-Store‘ im CITTI-Park 2010 übernahm, war diese Botschaft schon gesät. Heute wird verstanden, dass alle mehr davon haben, wenn man gemeinsam den Standort Kiel als Shopping-Hochburg bewirbt, etwa an verkaufsoffenen Sonntagen.“

Wünsche an Verwaltung und Politik? Natürlich die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt sicherstellen. Und Parkplätze. Vor allem aber sehen die Händler die Notwendigkeit, in die City zu investieren – sowohl in die gewerblichen Verkaufsflächen als auch in die öffentlichen Räume und Gebäude. Knud Hansen: „Das Management einer Innenstadt kann ohne erkennbare Strategie nicht mit dem Management eines guten Centers konkurrieren.“ <<

Autor: Björn Ipsen
Federführer Handel und Stadtentwicklung
der IHK Schleswig-Holstein, ipsen@kiel.ihk.de

Mehr unter
www.intersportknudsen.de
www.petersen-gmbh.de

**Schneller, sicherer,
kostengünstiger –
die externe Archivierung**

A. Denker

Infos unter www.akten.net
oder ☎ 0 43 31 - 4 59 00-0



A. Denker GmbH & Co. KG
Büsumer Straße 111 • 24768 Rendsburg

„Emotionen bleiben wichtig!“

Vertriebsunternehmer < Vertrauen und Kontakte sind ihr wichtigstes Kapital: Über aktuelle Entwicklungen im Bereich der selbstständigen Vertriebsprofis sprach der Federführer Handel und Stadtentwicklung der IHK Schleswig-Holstein Björn Ipsen mit **Philipp Krupke**, dem Hauptgeschäftsführer des CDH-Wirtschaftsverbands im Norden.



Wirtschaft: Herr Krupke, als Hauptgeschäftsführer des Wirtschaftsverbands für Handelsvermittlung und Vertrieb im Norden betreuen Sie Handelsvertretungen, Vertragshändler, Franchisenehmer und andere selbstständige Vertriebsprofis im B2B-Vertrieb aus Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg. Hat sich die Geschäftslage für diese Vertriebsunternehmen in den letzten Jahren verändert?

Philipp Krupke: Die Antwort ist selbstverständlich sehr branchenabhängig. Im Lebensmittelbereich zum Beispiel, in dem der größte Teil des Absatzes über eine kleine Zahl großer Handelskonzerne geschieht, hat die Zahl der Handelsvertreter, Vertragshändler und ähnlicher Absatzmittler in den letzten Jahren beständig abgenommen. Es ist für die Hersteller einfacher, die wenigen Konzernzentralen durch wenige Angestellte zu betreuen. Auch im Textileinzelhandel sind bereits ähnliche Tendenzen festzustellen. Im Bereich der Industrierausrüstung nimmt die Bedeutung der Handelsvertretungen und Vertragshändler eher zu. Absatzmittler sind dort meist hochqualifizierte Ingenieure, deren Leistung äußerst gefragt ist. Aber durch die Wirtschaftsentwicklung in Deutschland und insbesondere in den anderen EU-Ländern erleben Handelsvertretung und Vertragshandel gerade auch in bisher rückläufigen Branchen wie etwa Nahrungsmittel und Bekleidung eine merkwürdige Renaissance. Zum einen drängen immer mehr Firmen aus dem europäischen Ausland auf den deutschen umsatzstarken Markt. Zur Markteinführung verlassen sie sich meist auf die Erfahrungen und Kontakte der deutschen Handelsvertretungen und Vertragshändler. Aber auch im deutschen Markt etablierte Marken, die auf den Vertrieb durch Angestellte umgestellt hatten, kehren gerade vielfach zu Handelsvertretern oder Vertragshändlern zurück. Die Wirtschaftskrise beschert unseren Mitgliedern also eine gewisse Renaissance. Und der Vertrieb über Franchisesysteme wächst ohnehin seit Jahren.

Wirtschaft: Das bedeutet also, dass sich Ihr Verband vor Mitgliedern nicht retten kann?

Krupke: Leider nicht. Die Konzentrationsbewegungen auf Auftraggeber- und Abnehmerseite sind auch an den Vertriebsprofis nicht vorbeigegangen. Die Vertriebsunternehmen wachsen beständig, führen also immer mehr Vertretungen, haben immer mehr Mitarbeiter und bearbeiten immer größere Gebiete. Dadurch nimmt die Zahl der Handelsvertretungsunternehmen auch in den Branchen mit sehr guter Branchenkonjunktur beständig ab. Das merken wir natürlich auch bei den Mitgliederzahlen: Obwohl unser Organisationsgrad immer noch weiter steigt, sinkt die Zahl unserer Mitgliedsunternehmen. Diese werden nur immer größer. Eine Handelsvertretung etwa ist nur noch in den seltensten Fällen eine Unternehmung eines Einzelkämpfers.

Wirtschaft: Wie kommt es zu dieser Strukturänderung bei den Vertragsmittlern?

Krupke: Die Auftraggeber – Hersteller, Lizenznehmer, Importeure oder auch Großhändler – legen immer größeren Wert darauf, für möglichst große Vertriebsgebiete möglichst wenige Vertragspartner zu haben. Daher wachsen die Unternehmen der selbstständigen Vertriebsprofis immer weiter, um möglichst große Gebiete betreuen zu können. Gerade außerhalb Europas ansässige Hersteller suchen Vertriebspartner für ganz Europa oder aber zumindest für ganz Deutschland oder die deutschsprachigen Gebiete. Auf der anderen Seite haben auch die Abnehmer gerne möglichst



Foto: CDH

Zur Person

Philipp Krupke, Jahrgang 1975, ist seit 2004 Mitglied der Hauptgeschäftsführung des Wirtschaftsverbandes für Handelsvermittlung und Vertrieb in Hamburg (CDH) e. V. und seit 2006 dort Hauptgeschäftsführer. Zuvor besetzte Krupke die Geschäftsleiterpositionen beim SoVD Sozialverband Deutschland, Landesverband NRW, zuletzt als stellvertretender Landesgeschäftsführer NRW. <<



Foto: KfW-Bildarchiv/Frank Homann

etriebsunternehmen, etwa indem sie gegenseitig für verschiedene Produkte als Haupt- beziehungsweise Untervertreter tätig sind. Auch so lassen sich die Anforderungen auf Auftraggeber- und Abnehmerseite erfüllen und das Unternehmen bleibt sogar noch flexibler für Fälle von Änderungen im Vertretungsprogramm.

Wirtschaft: Warum ist das System der selbstständigen Vertriebsunternehmer so erfolgreich?

Krupke: Ein selbstständiger Vertriebsunternehmer verkauft insbesondere seine persönlichen Verbindungen in den jeweiligen Zielmarkt. Trotz der fortschreitenden Digitalisierung bleibt gerade im Vertrieb der persönliche Kontakt zwischen Lieferant (oder dessen Vertriebsmittler) und Kunden ein unheimlich wichtiger Faktor. Auf persönlichem Kontakt lassen sich ganz andere Vertrauensverhältnisse aufbauen als durch digitale Darstellungen von Fakten. Emotionen bleiben unverändert wichtig! Gerade für Marktneueinführungen sind die Kontakte der selbstständigen Vertriebsmittler daher oft der erfolgversprechendste Weg.

wenige Ansprechpartner. Daher sind oft Vertriebsunternehmen mit einer großen Produktpalette besonders erfolgreich im Markt. Dies ist aber nur mit entsprechender Personalstärke darzustellen. Vertriebsunternehmen, die – warum auch immer – nicht weiter wachsen wollen, kooperieren daher oft mit anderen Ver-

Wirtschaft: Und nach der Markteinführung wird der Vertrieb dann wieder eingegliedert?

Krupke: Tatsächlich geschieht dies leider oft. Aber auch für den Fortbestand einer Geschäftsbeziehung gelten die Argumente der persönlichen Bindung und der möglichst geringen Ansprechpartnerzahl für den Einkauf. Auch ist der selbstständige Vertriebsprofi, der den Erfolg oder Misserfolg seiner Bemühungen zu 100 Prozent im eigenen Geldbeutel spürt, oft motivierter als der angestellte Außendienstmitarbeiter. Daher beobachten wir schon immer, dass viele Firmen, die auf einen eigenen Vertrieb durch Angestellte umgestellt haben, diesen bereits nach kurzer Zeit wieder an den gerade entlassenen selbstständigen Vertriebsprofi zurückgeben. Dieses Lehrgeld in Form von zwischenzeitlichen Umsatzrückgängen wird leider immer wieder bezahlt. <<

Interview: Björn Ipsen
Federführer Handel und Stadtentwicklung der IHK Schleswig-Holstein
ipsen@kiel.ihk.de

Währungen direkt und sofort handeln!

Bei uns bekommen Sie real-time handelbare Kurse sowie:

- kompetente Beratung und aktuelle Prognosen
- persönliche Ansprechpartner
- Termingeschäfte und Optionen
- auch exoten Währungen.

Rufen Sie uns an – Tel. 0461 8602 8788.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

10903.0312

Filiale Flensburg
Tel. 0461 8602 0

deutschland@sydbank.dk
sydbank.de

Sydbank

Vorführung eines Modellhubschraubers bei Horizon



Foto: Jens Hinrichsen

Neues Mekka des Modellbaus

Horizon Hobby GmbH ◀ Für viele Fans von funkgesteuerten Modellfliegern, -autos und -schiffen hat Elmshorn an Bedeutung gewonnen. Nach der Eröffnung der neuen Europa-Zentrale vor einem Jahr steuert das US-amerikanische Unternehmen Horizon Hobby von hier aus sein Europageschäft.

Medienproduktionen

Ihr Druckpartner im Norden!

vonZ
Werbewerkstätten
 Feldbehnstraße 59
 25 451 Quickborn
 Tel. 04106 - 12 100
 Fax 04106 - 12 10 10

www.vonZ.de

Mehr als 750.000 Modelle und Ersatzteile lagern in dem 8.000 Quadratmeter großen Vertriebszentrum – und werden zu Händlern und Privatkunden in ganz Europa verschickt. Am Standort sind 50 Mitarbeiter beschäftigt.

Entscheidenden Anteil daran, dass die Stadt im Kreis Pinneberg innerhalb weniger Jahre zum Mekka für Modellbau-Fans aufgestiegen ist, haben Birgit und Jörg Schamuhn. Nach der Wiedervereinigung verließ der studierte Luft- und Raumfahrttechniker und Tornado-Pilot die Bundeswehr – und startete eine zweite Karriere im Marketing eines namhaften Modellbau-Unternehmens. Mit seiner Frau, die Informatik studiert hatte und als IT-Beraterin tätig war, gründete er nebenberuflich die Firma JSB und übernahm den Vertrieb von chinesischen Industrieakkus für den Modellbau. „Die haben wir in der Garage gelagert und verschickt“, erzählt Birgit Schamuhn schmunzelnd.

Aus dem Nebenerwerb entstand schnell eine Geschäftsidee: Um mit eigenen Modellen auf dem Markt Fuß zu fassen, kaufte JSB die Firmen Astra in Tschechien und Scorpio in Italien und übernahm kurz darauf den Vertrieb des englischen Modellbau-Herstellers Ripmax. „Ich kann mich gut an die erste Spielzeugmesse 1999 in Nürnberg erinnern“, sagt Birgit Schamuhn. „Unser Stand war einen Quadratmeter groß.“ Mit dem Angebot von Horizon Hobby, den Modellvertrieb für Deutschland und Österreich zu übernehmen, starteten die Elmshorner Unternehmer richtig durch. Im Zuge der weltweiten Expansion integrierte das US-Unternehmen 2008 die Firma JSB. Birgit Schamuhn wurde Geschäftsführerin für das Europageschäft, ihr Mann Jörg verantwortet seitdem das weltweite Marketing.

Filigrane Modelle ◀ Die Eröffnung der neuen Europazentrale ist der vorläufige Höhepunkt im stark wachsenden Freizeit-Segment. Zu den Verkaufsschlagern gehören funkgesteuerte Indoor-Helikopter. „Die sprechen sowohl den Zehnjährigen an, der dadurch vom Computer wegwkommt, als auch den Anwalt, der sich in der Freizeit auf eine andere Art konzentrieren möchte“, erzählt Birgit Schamuhn. Das Steuern der filigranen Modelle erfordert Geschick – und Konzentration.

Mit neuartigen Fernsteuerungen, die sich eigenständig einen Frequenzbereich suchen, mit Technologien, die das Fliegen von aufregenden Manövern unterstützen und haltbareren Kunststoffmodellen hat ein neues Zeitalter begonnen. „Modellbau wie früher gibt es heutzutage kaum noch“, sagt die Geschäftsführerin. Das zeitaufwändige Basteln mit Balsaholz vor dem ersten Abheben oder nach einem missglückten Flugmanöver gehört der Vergangenheit an. Schamuhn: „Die Leute wollen einfach Spaß haben und keine komplizierten Bauanleitungen lesen.“ ◀◀

Autor: Jens Neumann
 Freier Journalist
redaktion@ihk-sh.de

Horizon Hobby GmbH
www.horizonhobby.de



Autoversicherung Jetzt wechseln

Holen Sie sich jetzt bei uns Ihr Angebot und überzeugen Sie sich. Wir bieten:

- niedrige Beiträge
- Top-Schadenservice
- gute Beratung in Ihrer Nähe

Kündigungs-Stichtag 30.11.

Gleich informieren.
Wir beraten Sie gerne!

Kundendienstbüros

Daniela Bievor

Tel. 0451 66902, Fax 0451 6110560
Arnimstr. 12 B, 23566 Lübeck

Sabine Küster

Tel. 0451 8104184, Fax 0451 8104185
Krepelsdorfer Allee 42-44, 23556 Lübeck

Heidi Orminski

Tel. 0451 5821370, Fax 0451 5821377
Ratzeburger Allee 111-125, 23562 Lübeck

Petra Schweiger

Tel. 0451 4505405, Fax 0451 4505870
Fackenburger Allee 9, 23554 Lübeck

Jutta Peters

Tel. 04521 7900883
Fax 04521 7900884
Lübecker Straße 44
23701 Eutin

Jutta Grimmelsmann

Tel. 04321 2720
Fax 04321 22231
Hauptstr. 30
24536 Neumünster

Sandra Rebenstorf

Tel. 0431 35531
Fax 0431 35537
Holtener Str. 352, 24106 Kiel

Birgit Vermehren

Tel. 0431 726677
Fax 0431 726629
Schönberger Str. 24, 24148 Kiel

Anke Feldes

Tel. 04351 667755
Fax 04351 667757
Langebrückstr. 26
24340 Eckernförde

Bärbel Schulz

Tel. 04331 22927
Fax 04331 21889
Friedrichstädter Str. 50
24768 Rendsburg

Andreas Beu

Tel. 0461 9403111
Fax 0461 9403110
Ochsenweg 17
24941 Flensburg

Bettina Tempich-Braunhart

Tel. 0461 13093
Fax 0461 180092
Bismarckstr. 40, 24943 Flensburg

Anke Feldes

Tel. 04621 27627
Fax 04621 20193
Am Lornsenpark 6
24837 Schleswig

Ines Vohr

Tel. 0481 78769126
Fax 0481 78769125
Bahnhofstraße 22a, 25746 Heide



HUK-COBURG
Aus Tradition günstig

B Werbeagentur
Braemer GmbH

Begeisterung steckt an.



www.werbeagentur-braemer.de

„Mit uns wäre Ihnen das nicht passiert.“

sauer + rogge
HR COMMUNICATIONS



... Texte, die ankommen!

- Website-Texte
- Suchmaschinen-optimierung
- Fachartikel
- Pressemeldungen
- Broschüren
- Flyer, Folder
- Mailings
- Stellenanzeigen

info@sauerundrogge.de • 04102/70 78 44

GESCHÄFTSDRUCKSACHEN · PLATTENDIREKTDRUCK · DIGITALDRUCK · SATZ
KONTURENSCHNITT · OFFSETDRUCK · WERBEMITTEL · TEXTILDRUCK · UVDM

SPARWOCHE!

VOM 1. OKTOBER – 15. NOVEMBER 2012

BUCHEN UNTER: [HTTP://MENNE.DE/SPARWOCHE](http://menne.de/sparwochen)

RAPSACKER 10 · 23556 LÜBECK
KANALSTR. 68 · 23552 LÜBECK
TELEFON 0451 75 000

DRUCKHAUS
MENNE GmbH

SIEVERTSEN // WERBUNG

Rader Insel 68 · 24794 Borgstedt
www.sievertsen-werbung.de
Tel: 0 43 31 - 3 70 00
info@raderinsel.de

Leuchttransparente
Beflockung · Siebdruck
Logos · Fahnen · Messebau
Messeplanung · KFZ-Beschriftung
Wegeleit- und Beschilderungssysteme
Digitaldruck · Corporate design · Folienschriften

HAWZ Hanseatische Außenwerbung GmbH
Wir setzen Sie ins richtige Licht!



Wegeleitbeschilderung
Pylone und Spanntuchanlagen
Einzelbuchstaben auch in Vollplexi
Leuchttransparente und Werbebanner
Umrüstung von Neonanlagen auf LED
Aufmaß und Visualisierung/Entwurf
Bauantragsstellung
Produktion/Beschaffung
Montage/Wartung

Sabower Höhe 6
23923 Schönberg
Telefon: 0049 (0)38828 3412 - 0
Fax: 0049 (0)38828 3412 - 20
E-Mail: hawz@lichtwerbung.info
Web: www.lichtwerbung.info

Ihr Partner für bundesweite Werbeaktionen - seit über 15 Jahren

H&K WERBETECHNIK
digitale und herkömmliche Werbetechnik

Marienstr. 1A
23554 Lübeck
Tel: 0451 / 421 55
Fax: 0451 / 421 66




Licht- und Außenwerbung
Planung und Beratung
Individuelle Lichtlösungen




Fahrzeugwerbung und -folierung
Großformatiger Digitaldruck
Individualanfertigungen

www.hkservice.de / hkservice@t-online.de

↔ **Firmenticker**

Nik Software, ein 1995 aus der Universität zu Lübeck heraus gegründetes Unternehmen für digitale Fotografie und Bildverarbeitung, ist von Google gekauft worden. Damit erweist sich eine weitere Firmenausgründung der Universität als international erfolgreich. Mitbegründer Manuel Wille, heute Vice President of Engineering, studierte an der Lübecker Uni Informatik. Dr. Thomas Binder, Research Manager der Firma, war wissenschaftlicher Mitarbeiter am Uni-Institut für Neuro- und Bioinformatik und nimmt weiterhin Lehraufgaben am Institut für Mathematik wahr. Für die Uni Lübeck belegt der Kauf von Nik Software den erfolgreichen Technologietransfer.

Ein weltweit einzigartiges Modul, mit dem die emissionsfreie Energiegewinnung durch Osmose erstmals auch wirtschaftlich attraktiv wird, hat die **Dauborn MembranSysteme** für Wasserbehandlung GmbH mit Sitz in Ratzeburg entwickelt.

Das Modul DKS (Dauborn Kraft Stack) soll in Osmosekraftwerken zum Einsatz kommen und wird nun erstmals unter den Bedingungen einer späteren Serienfertigung in der notwendigen Normgröße entwickelt und produziert. Das Land Schleswig-Holstein fördert die Entwicklung eines Prototyps im Rahmen des Förderprogramms „Umweltinnovation“ mit 200.000 Euro.



> D+H Mechatronic AG

Mittelstandspreis geht nach Stormarn

Im Rahmen einer Galaveranstaltung in Düsseldorf mit über 400 Gästen wurden die Gewinner des 18. bundesweiten Wettbewerbs um den „Großen Preis des Mittelstandes“ ausgezeichnet. Einer der elf Preisträger ist die D+H Mechatronic AG aus Ammersbek im Kreis Stormarn, die weltweit zu den führenden Unternehmen auf dem Gebiet des Rauchabzugs und der natürlichen Lüftung zählt.

Die seit 1994 von der Oskar-Patzelt-Stiftung verliehene Auszeichnung hat sich aufgrund ihrer hochkarätigen Jury und ihrer strengen Kriterien zum renommiertesten Wirtschaftspreis für mittelständische Unternehmen aller Größen und Branchen entwickelt. Neben einer hervorragenden wirtschaftlichen Gesamtsituation müssen sich die Kandidaten durch die Schaffung sicherer Arbeits- und Ausbildungsplätze, vorbildliche Modernisierungsleistungen, gemeinsame und Spitzenleistungen in Service, Kun-

ternehmen aller Größen und Branchen entwickeln. Neben einer hervorragenden wirtschaftlichen Gesamtsituation müssen sich die Kandidaten durch die Schaffung sicherer Arbeits- und Ausbildungsplätze, vorbildliche Modernisierungsleistungen, gemeinsame und Spitzenleistungen in Service, Kunst und Marketing auszeichnen. Bundesweit 3.589 Unternehmen hatten sich um den diesjährigen Preis beworben, elf davon können sich über einen Preis freuen. Sieger in der Wettbewerbsregion Schleswig-Holstein und Hamburg ist die D+H Mechatronic AG, die sich gegen 108 hervorragende Unternehmen durchsetzen konnte.

Die Jury begründete ihre Entscheidung unter anderem mit den Innovationsleistungen, die das 1968 gegründete Ammersbeker Unternehmen zu einem der weltweit führenden Anbieter auf dem Gebiet des Rauchabzugs und der natürlichen Lüftung machten. Heute ist D+H mit 130 Service- und Vertriebspartnern in über 50 Ländern vertreten. 2011 erwirtschafteten die 195 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die 27 Auszubildenden am Standort Ammersbek einen Umsatz von 32 Millionen Euro.

Ein weiteres entscheidendes Kriterium für die Preisvergabe war das vorbildliche Engagement der D+H Mechatronic AG für die Integration älterer Mitarbeiter und die gezielte Nachwuchsförderung.

red <<

Mehr unter
www.mittelstandspreis.com
www.dh-partner.com



Foto: Boris Löffert



REETSCHAU
WEISSENHAUS

EXKLUSIV FÜR BETRIEBE



Wirklich Weihnachten: Vertraut in kleiner Runde essen. Entspannt in großer Zahl feiern! Die Reetscheune Weissenhaus bietet Betrieben ein besonderes X-Mas-Paket: Weihnachtsbuffet in persönlichem Kreis, Tanz und Unterhaltung in ausgelassener Menge. Erst unter sich mit kreativer Bootshaus-Küche von Alexander Dehn, dann gemeinsam mit Musik vom DJ. Getränke und Service inklusive. Preis pro Person: 98 Euro.

DONNERSTAG, 13. DEZ., 19.30 UHR

INFORMATIONEN & ANMELDUNG:
 REETSCHAU WEISSENHAUS TEL. 04382 - 9262 1716
WWW.WEISSENHAUS.NET

Anzeige

Weissenhaus: Wirklich Weihnachten – mit „Business goes Christmas“

Weissenhaus, Sie haben Ihren festen Platz im Kalender und stehen doch jedes Jahr überraschend vor der Frage: Was gibt's dieses Mal? Weihnachtsfeiern sind so eine Sache – für jene, die sie organisieren, insgesamt für alle, die daran teilhaben: Festliche Stimmung kurz vor Weihnachten? Weit gefehlt, stattdessen Stress mit den Terminen. All denen greift Weissenhaus jetzt mit Stil unter die Arme und macht Platz für entspannte Vorfreude: **Am Donnerstag, 13. Dezember, 19:30 Uhr**, können Betriebe ihre Weihnachtsfeier in die Reetscheune Weissenhaus verlegen: Vertraut in kleiner Runde essen. Entspannt in großer Zahl feiern!

Für eine Pauschale **von 98,- Euro pro Person** gibt es kreative Küche vom Buffet: Alexander Dehn und sein Bootshaus-Team sorgen für eine weihnachtliche Speisen- und Getränke-Auswahl. Und nach dem Essen in feierlicher Firmenrunde kann der Kreis auch größer werden: Ein DJ sorgt für die Musik – und bei Tanz und Party im festlichen Ambiente des aufwändig restaurierten ehemaligen Jungviehstalls gelingt das Networking mit den anderen Unternehmen aus der Region von ganz alleine. „Business goes Christmas“ – **Informationen & Anmeldung: Reetscheune Weissenhaus, Tel.: 0 43 82/92 62 17 16; www.weissenhaus.net.**

Modellzeichnung der neuen Inselfähre für CMAL



Zeichnung: FSG/Caledonian Maritime Assets Limited

RoRo-Marktführer auf Expansionskurs

Flensburger Schiffbau-Gesellschaft ◀ Zwei Schwergut-Transportschiffe für den niederländischen Auftraggeber Rolldock, zwei Seismik-Schiffe für WesternGeco und eine Fähre für Caledonian Maritime Assets: Die Flensburger Schiffbau-Gesellschaft hat 2012 weitere innovative Aufträge erhalten.

In Fachkreisen gilt ihr Name als Synonym für innovative Schiffsdesigns, unbedingte Zuverlässigkeit und hohe Kundenorientierung: Die Flensburger Schiffbau-Gesellschaft beweist, dass wettbewerbsfähiger Schiffbau in Nord-europa nach wie vor möglich ist. Mitte der 90er-Jahre begann das 1872 gegründete Unternehmen, sich ganz auf den Spezialschiffbau zu konzentrieren. Der Durchbruch gelang mit einer Serie von RoRo-Schiffen – Frachtfähren also – für einen türkischen Auftraggeber. Heute ist die Werft im Bau hochspezialisierter Schiffe breit aufgestellt: Neben RoRo-Schiffen hat sie auch RoPax-Schiffe (Fähren),

Der Kunde soll eine Lösung seines Problems bekommen.

spezielle Marinefahrzeuge sowie Schwergut- und Offshore-Schiffe im Programm. In das Offshore-Segment ist die FSG erst 2011 eingestiegen – und kann bereits jetzt beeindruckende Vertriebserfolge vorweisen: Die beiden für Rolldock zu bauenden Schwergutschiffe sollen Schwerlasttransporte insbesondere für die Öl- und Gasindustrie durchführen, während die an WesternGeco abzuliefernden Seismik-Schiffe als „Plattformen“ für die Technik zum Auffinden und Untersuchen von Öl- oder Gasquellen dienen sollen.

Im Gegensatz zu Rolldock und WesternGeco hat das schottische Unternehmen Caledonian Maritime Assets

Limited (CMAL) in Flensburg ein eher kleines Schiff in Auftrag gegeben: Nur 116 Meter ist die RoPax-Fähre lang, die 2014 abgeliefert werden soll und dann zwischen dem schottischen Festland und der Hebrideninsel Lewis bis zu 700 Fahrgäste sowie 143 Pkw (oder 20 Lkw) befördern wird. Das Anforderungsprofil jedoch hat es in sich: Die Fähre soll zwei Vorgängerschiffe ersetzen und damit höchsten Zuverlässigkeitsansprüchen gerecht werden. Verspätungen oder gar Ausfälle müssen unbedingt vermieden werden, hätten sie doch unmittelbare Auswirkung auf die Versorgung der Insel.

Die FSG hat der CMAL ein maßgeschneidertes Fährschiffdesign vorgelegt: Die Fähre wird mit einem innovativen, diesel-mechanischen/diesel-elek-



Hidden Champions
Weltklasse aus dem Norden

trischen Antriebskonzept ausgestattet. Sind alle Hauptmaschinen verfügbar, wird das Schiff rein diesel-mechanisch betrieben – ohne Umwandlungsverluste wie bei einem diesel-elektrischen Konzept. Steht eine der Hauptmaschinen nicht zur Verfügung, springt ein E-Motor ein – das Schiff fährt nun auf einer Welle diesel-elektrisch. Wartungsarbeiten an der Maschinenanlage sind ohne Einfluss auf die Einsetzbarkeit des Schif-

fes möglich. Damit vereint das Konzept höchste Effizienz mit einem Optimum an Zuverlässigkeit. Das hat CMAL mit der Auftragserteilung honoriert: „Dieser Entscheidung liegt eine detaillierte Bewertung von qualitativ hochwertigen Angeboten verschiedener Werften zugrunde. In der Angebotsphase haben die Flensburger bewiesen, dass ihr Angebot jenes mit den größten wirtschaftlichen Vorteilen in allen Belangen ist“, erklärt der schottische Auftraggeber.

Mit ihrer konsequenten Kundenorientierung hat sich die FSG zum Weltmarktführer im RoRo-Bereich hochgearbeitet – eine Position, von der aus sie jetzt weitere Marktsegmente erschließt. Der Kunde soll eine Lösung seines Problems bekommen – und eben nicht „nur“ ein Schiff. Ein hervorragend ausgebildetes Team an Ingenieuren (verteilt auf Büros in Flensburg und Hamburg) sowie modernste Fertigungstechnik sorgen dafür, dass die erarbeiteten Konzepte in qualitativ hochwertige Schiffe umgesetzt werden – und dies stets „on time and on budget“.

Autor: Frederik Erdmann
IHK Flensburg, Standortpolitik
erdmann@flensburg.ihk.de

Website der FSG
www.fsg-ship.de

**Impressum:**

Eine Anzeigen-Sonderveröffentlichung
der Max Schmidt-Römhild KG,
Mengstr. 16, 23552 Lübeck,
Telefon: (04 51) 7031-01, Fax: (0451) 7031-280

Redaktion:

Basisinformation:
Promotion- und Eventagentur Birgit Zwicklinski
Unternehmensinformationen:
Die Textbeiträge in diesem Special wurden
von den werbenden Unternehmen verfasst.



Fachmesse für Energieeffizienz und Umwelttechnik

Mittwoch, 07.11., von 10 – 18 Uhr
Donnerstag, 08.11., von 10 – 18 Uhr

Messethemen u.a.:

Sparen und Beeindrucken mit
Licht, Geschäftsraumbelichtung,
Gebäudetechnik, Gebäude-
und Energiemanagement,
Green-IT, Effizienzpotenziale für
kleine und mittlere Unternehmen,
Vor-Ort-Energieberatung

Fachforum:

- **Energieeffizienz in Unternehmen**
Am 7. Nov. um 10.15 Uhr
- **Anspruchsvoll sanieren und gestalten: Aktuelle Erfahrungen mit Innendämmung**
Am 8. Nov. um 10 Uhr
- **Energiewende für Gebäude – Ein Einsatzfeld für KWK?**
Am 8. Nov. um 14 Uhr

Partner der Messe

Landes-
hauptstadt Kiel



www.slu-sh.de

www.messe.ag

Fachmesse „Stadt-Land-Umwelt Schleswig-Holstein“ geht in die dritte Runde

Im Kieler Ostseekai treffen am 7. und 8. November erneut kommunale Entscheidungsträger, Unternehmer aus Schleswig-Holstein, Wohnungswirtschaft und Anbieter innovativer Umwelttechnik aufeinander. Angesichts steigender Energiepreise bietet die Energieeffizienz für nahezu jedes mittlere und kleinere Unternehmen die Möglichkeit, den Kostendruck zu reduzieren und somit die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Im arbeitsintensiven Alltag fehlt es jedoch vielen Unternehmen oft an Zeit, um die geeignetsten Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten zu identifizieren und anschließend zu realisieren. Die Aussteller der Messe Stadt-Land-Umwelt unterstützen die Unternehmen

beim Finden dieser Einsparpotenziale sowie bei der wirtschaftlichen Erschließung. Angefangen mit Einsparungen bei Papier, Druck- und Portokosten bis zur Wärmerückgewinnung, bieten Fachvorträge wichtige Informationen für künftige Kosteneinsparungen. Zu den Vortragsthemen gehören u.a. am Mittwoch 11 Uhr: LED Lichttechnik – Eine Chance für uns alle, 12 Uhr: Smart Grid – Ausbau intelligenter Netze, 13 Uhr: Energiekonzept 2.0: Energien clever koppeln – Betriebskosten senken. Am Donnerstag 10.30 Uhr: iPad in your Business.

Weitere Informationen im Internet:
www.slu-sh.de. **Interessierte Besucher können sich dort registrieren und erhalten ermäßigte Eintrittskarten.**

Der Dachs. Der Kessel, der sein Geld verdient.



Dachs Profi

Senertec Center Heide
Hinrich-Schmidt-Straße 19
25746 Heide
Tel.: 04 81 / 2 12 08 32
www.dachs-sh.de



Anzeige

Bitte besuchen
Sie uns: Stand 28

Wärme und Strom mit Ihrem eigenen BHKW

rbr. Ökologisch und ökonomisch sinnvoll ist die Energieerzeugung im eigenen Haus sowie im Gewerbebetrieb. Zukunftssichere Mini-Blockheizkraftwerke (BHKW) wie der Dachs von Senertec produzieren Energie dort, wo sie gebraucht wird – ganz ohne Leitungsverluste. Hausbesitzer werden dadurch nicht nur unabhängiger von ständig steigenden Energiepreisen, sie sparen sogar Geld. Durch das bewährte Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) benötigen die effizienten Anlagen im Vergleich zur herkömmlichen Energieerzeugung rund ein Drittel weniger Brennstoff und senken gleichzeitig den CO²-Ausstoß um beeindruckende 47 Prozent. Zudem ist der selbst produzierte Strom preiswerter als der aus dem öffentlichen Netz. Denn für jede auch selbst genutzte Kilowattstunde Strom gibt es nach dem KWK-Gesetz 5,41 Cent. Damit verdient das von der Energiesteuer befreite Mini-BHKW für Hausbesitzer und Gewerbetreibende bares Geld.

info@dachs-sh.de



Drei Fragen an...

... Björn Ipsen

Federführer Handel und Stadtentwicklung der IHK Schleswig-Holstein



Foto: Pat Scheidemann

Handelsthemen gehören bei Ihnen zum Tagesgeschäft. Was ist für Sie persönlich das Faszinierende daran?

Es ist die Wandlungs- und Innovationsfähigkeit der Unternehmen. Hier Mitwirkungsgelegenheit zu haben, empfinde ich als Bereicherung. Als IHK transportieren wir Wissen und Initiativen zum Meinungsaustausch, etwa in unseren Handlungsausschüssen, Informationsveranstaltungen und vielen Diskussionen mit Unternehmern. Wir mischen uns im Gesamtinteresse der Wirtschaft ein, zum Beispiel wenn es um großflächige Verkaufsflächen im Einzelhandel geht.

Das Flächenwachstum ist ein Thema, das in der IHK-Arbeit immer wieder eine Rolle spielt. Ist Wachstum nicht ein positives Signal?

Wie so häufig: Solange es nicht übertrieben wird, ist es positiv. Allerdings hat Schleswig-Holstein geschätzte 2,4 Quadratmeter Verkaufsfläche pro Einwohner. Im Bundesdurchschnitt sind es gut 1,4 Quadratmeter. Demgegenüber steht aber keine überdurchschnittliche Kaufkraft. Im Gegenteil. Trotzdem werden täglich neue Flächen zugelassen, große Projekte außerhalb der Ortszentren stehen auf der Agenda. Die als Folge entstandenen Defizite in vielen Ortskernen sind nicht mehr zu übersehen. Sie aber sind gesellschaftliche Identifikationsorte, die wir stärken müssen.

Wer Auto fährt, kann schöner Wohnen und Einkaufen meist leicht in Verbindung bringen. Andere sind auf oft lückenhafte Nahversorgung angewiesen. Interessiert das die IHK?

Ja, das ist vor dem Hintergrund des demografischen Wandels ein wichtiges Thema. Nahversorgung kann auf Dauer nur dort funktionieren, wo auch der Wille der Bevölkerung da ist, Nahversorgungsprojekte kaufkräftig zu unterstützen. Ähnliches gilt für die Themen Gesundheit, Arbeitsplätze, Schulen. Kooperation wird das Stichwort der Zukunft sein. Mit einem IHK-Nahversorgungsforum wollen wir guten Initiativen eine Bühne bieten. <<

Fragen an Björn Ipsen?
ipsen@kiel.ihk.de

Zwei Märkte wachsen zusammen



Foto: iStockphoto/4774344sean

4. Branchenforum Gesundheitswirtschaft < Am 25. September fand in der IHK zu Lübeck das 4. Branchenforum Gesundheitswirtschaft statt. Zahlreiche Vertreter der Gesundheitsbranche nutzten die Möglichkeit zur Information und zum fachlichen Austausch.

Das gemeinsam von der IHK Schleswig-Holstein und der Handelskammer Hamburg ausgerichtete Branchenforum widmet sich jährlich einem aktuellen Thema der Gesundheitswirtschaft. In diesem Jahr war unter dem Titel „Die Gesundheitswirtschaft von morgen – Zwei Märkte wachsen zusammen“ die Verknüpfung des ersten und zweiten Gesundheitsmarktes Schwerpunkt. Der erste Gesundheitsmarkt beinhaltet alle durch das Solidarsystem finanzierten Gesundheitsdienstleistungen und -produkte. Die Leistungen des zweiten Gesundheitsmarktes sind hingegen privat finanziert: Hierzu zählen Gesundheitstourismus, Sport- und Wellnessangebote, freiverkäufliche Arzneimittel und alternative Medizin. Beide Märkte wachsen stetig, doch mögliche Synergieeffekte und sich ergebende Potenziale werden nicht ausreichend ausgeschöpft.

Im ersten Fachvortrag referierte Dr. Andreas Keck, KECK medical concepts and business management GmbH, über Chancen und Herausforderungen, aber auch über Probleme und Risiken der Verknüpfung von erstem und zweitem Gesundheitsmarkt. Bei der anschließenden Präsentation der Praxisbeispiele wurde einmal mehr deutlich, wie vielfältig der zweite Gesundheitsmarkt ist. Constanze Höfinghoff, Geschäftsführerin der Nordsee-Tourismus-Service GmbH, stellte Aktivitäten und Projekte zur Stärkung des Gesundheitstourismus an der schleswig-holsteinischen Nordseeküste vor. Ulrich Scheibel, Vorstandsmitglied der evangelischen Stiftung Alsterdorf, berichtete von den Erfahrungen einer im ersten Gesundheitsmarkt verankerten Einrichtung bei der Erschließung des zweiten Gesundheitsmarktes durch ein Gesundheits- und Therapiezentrum. <<

Praxisbeispiele < Auf die Begrüßung durch Christoph Andreas Leicht, Präsident der IHK Schleswig-Holstein, folgte ein Grußwort von Gesundheitsstaatssekretärin Anette Langner. Beide hoben die große Bedeutung der Gesundheitswirtschaft für Schleswig-Holstein hervor, insbesondere die Entwicklungschancen auf dem zweiten Gesundheitsmarkt.

Autor: Tim Albrecht
IHK Flensburg, Starthilfe und Unternehmensförderung
albrecht@flensburg.ihk.de

Gesundheitswirtschaft
auf der IHK-Website
www.ihk-schleswig-holstein.de
(Dokument-Nr. 20068)

we make IT

telefonie, netzwerk, mail-systeme, it sicherheit, workstation, server, wartung

maris computer gmbh
flensburg • 0461 503660 • info@maris-it.de • www.maris-it.de

Vielfältigkeit

Entdecken Sie Nuancen - jede macht ein Ganzes einzigartig.

IN-LINE passt.
www.in-line-software.de

IN-LINE Software GmbH - Weddernkamp 2 - 23858 Reinfeld

Beratung
Installation
Service
Schulung
Softwarelösungen für Handwerksbetriebe

nielandt
computer-service GmbH

Kruppstraße 8 · 23560 Lübeck
Tel. 0451 491017
mail: nielandt@csn-hl.de · www.csn-hl.de

Möchten Sie Ihre Anzeige in dieser Rubrik platzieren?

Rufen Sie uns an:
04 51/70 31-2 43

PC-SPEZIALIST

EIN NETZWERK AUS SPEZIALISTEN!

WERKSTATT SERVICE	REPARATUREN	SOFTWARE	WUNSCH PC
TUNING & PERFORMANCE	GARANTIE ABWICKLUNG	SICHERHEITS DIENST	DATEN TRANSFER

PC-SPEZIALIST Kiel Adelheidstr. 28 24103 Kiel Tel.: 0431 / 55684840 Fax: 0431 / 55684841	PC-SPEZIALIST Brunsbüttel Kooqstr. 32 25541 Brunsbüttel Tel.: 04852 / 837185 Fax: 04852 / 837186	PC-SPEZIALIST Schleswig Flensburger Str. 61 24837 Schleswig Tel.: 04621 / 850 950 Fax: 04621 / 850 951	PC-SPEZIALIST Bredstedt Bohnenstr. 1 25821 Bredstedt Tel.: 04671 / 94300-0 Fax: 04671 / 94300-29
---	---	---	---

Startklar fürs Business.

Das iPad integrieren, implementieren und sicher einsetzen.

pc:maq

Das Systemhaus für Mac und PC

Lise-Meitner-Str. 14
24941 Flensburg
Tel.: 0461/480 89 30
www.pcmaq.de

Autorisierter Händler



Matthias Schulz-Kleinfeld (3. von rechts) bei der Verleihung des Integration Awards an das Lübecker Unternehmen Habotec

„Jetzt die Zukunft gestalten“

Foto: Guido Kollmeier

Aktuelle Preisindizes

September 2012

Verbraucherpreisindex für Deutschland
(ohne Gewähr)

Zeitraum	Verbraucherpreisindex für Deutschland (2005=100)
07/2011	111,0
08/2011	111,0
09/2011	111,1
07/2012	112,9
08/2012	113,3
09/2012*	113,3*

Preisindizes für Bauleistungen
(ohne Gewähr)

Monat	Wohngebäude gesamt 2005=100	Bürogebäude 2005=100	Gewerbliche Betriebsgebäude 2005=100
Februar 2011	115,9	117,1	118,4
Mai 2011	116,8	117,9	119,4
Februar 2012	119,2	120,3	121,8
Mai 2012	119,9	120,9	122,4

Wiederherstellungswert für 1913 erstellte Wohngebäude einschließlich Umsatz- (Mehrwert-) Steuer, (1913 = 1M)
Mai 2012 = 13,489 EUR

* vorläufiger Wert

Fehmarnbelt Days 2012 < Die ersten Fehmarnbelt Days Ende September in Lübeck waren die bislang größte Netzveranstaltung dieser Art. 600 Menschen nahmen an 19 Veranstaltungen in Lübeck und Hamburg teil. Im Interview bilanziert der Vorsitzende des Fehmarnbelt Business Council (FBBC) und Hauptgeschäftsführer der IHK zu Lübeck, Matthias Schulz-Kleinfeld, das Event und kündigt eine Fortsetzung an.

Wirtschaft: 600 Teilnehmer auf den ersten Fehmarnbelt Days in Lübeck. Sind Sie als Mitveranstalter zufrieden?

Matthias Schulz-Kleinfeld: Sehr. Die wichtigsten wirtschaftlichen und politischen Akteure der Fehmarnbelt-Region waren in Lübeck zu Gast: Von der politischen Vereinigung STRING, die von Hamburg bis nach Schonen reicht, bis zum Wirtschaftsnetzwerk FBBC, das rund 400.000 Unternehmen in der Ostseeregion vertritt. Aber auch die Handwerkskammer Lübeck und die Kaufmannschaft zu Lübeck haben das Programm mitgestaltet. Wir wollten Wirtschaft, Politik und Gesellschaft in einen internationalen Dialog bringen. Das ist uns gelungen.

Wirtschaft: Kritiker sprachen von einer „Hurra-Veranstaltung“ der Tunnelbau-Lobbyisten ...

Schulz-Kleinfeld: Das war keineswegs so. In vielen Diskussionen ging es auch um die großen Herausforderungen, die das Bauprojekt mit sich bringt, und um die Probleme, die uns alle betreffen, wie zum Beispiel energieeffiziente Mobilität. Übrigens haben wir die Gegner der festen Fehmarnbelt-Querung auch eingeladen.

Wirtschaft: Kam eine solche Veranstaltung, neun Jahre vor Fertigstellung des Tunnels, nicht zu früh?

Schulz-Kleinfeld: Es hat über zehn Jahre gedauert, bis nach Fertigstellung der Øresundbrücke Dänen und Schweden zueinander gefunden haben. Deshalb beginnen wir so früh. Wir müssen jetzt die Chance ergreifen und die Zukunft gestalten.

Wirtschaft: Auf welche Themen kommt es jetzt ganz besonders an?

Schulz-Kleinfeld: Schleswig-Holstein rückt in die Zentrumslage eines neuen nordeuropäischen Wirtschaftsraums. Wir brauchen eine starke Verbindung zu unseren nordischen Partnern auch über die Jütlandroute. Es geht darum, die gesamte deutsch-dänische wie schwedische Region als nachhaltigen Lebens- und Wohnraum zu positionieren, der junge Menschen bindet. <<

Interview: Thomas Waldner
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
waldner@ihk-luebeck.de

Planspiele am Sonntag

Bäderverordnung < Die Haupttourismussaison ist vorüber. Am Ende des Jahres steht vielleicht eine schwarze Null bei den Übernachtungszahlen. Die Investitionen der letzten Jahre sowie das zielgruppenfokussierte Tourismusmarketing machen sich trotz Wetter- und Kalenderkapriolen langsam bezahlt. Gute Aussichten für 2013? Für die Einzelhändler in Schleswig-Holsteins Tourismusorten könnte sich einiges ändern – zum Schlechteren.

Über den Einzelhändlern schwebt wie ein Damoklesschwert der Streit zwischen Kirchen und Land über die Bäderverordnung. Von den Kirchen als verfassungswidrig beklagt, kann die Regelung theoretisch über Nacht kippen. Spätestens 2014 steht ohnehin die turnusmäßige Neufassung an. Wer

in allem kann man wahrlich nicht von einer regelmäßigen Sonntagsöffnungszeit in Schleswig-Holstein sprechen.

Planungsvariante B < Allen Beschwich-tigungen der Kirchenoberen zum Trotz, „man wolle mit der Klage die Bäderregelung ja nur auf ein verträgliches Maß hi-



Shopping in Husum: bald nicht mehr sonntags?

Foto: TASH/Oliver Franke

als betroffener Händler vorausschauend kalkulieren will, muss mehrere Szenarien auf der Rechnung haben.

Planungsvariante A < Das Gericht bestätigt die Verfassungsmäßigkeit der bestehenden Regelung. Dafür spricht aus Sicht der IHKs Einiges. Verfassungsrechtlich muss das Sonntagsverkaufsverbot, das aus dem Sonn- und Feiertagsschutz abgeleitet wird, zwar die Regel sein. Ausnahmen sind aber möglich. Und die Bäderverordnung im Land ist diese Ausnahme. Denn keine neun Prozent der über 1.200 Gemeinden im Land sind betroffen, am Sonntag darf nur von 11 bis 19 Uhr geöffnet und nur Waren des täglichen Ge- und Verbrauchs verkauft werden. Und das noch nicht einmal ganzjährig. Alles

nunterschrauben“, könnte der Ort, in dem der Händler sein Unternehmen betreibt, künftig gar nicht mehr privilegiert sein. Entfallende zehn Prozent Jahresumsatz treiben nicht nur unserem Händler, sondern auch seinen Noch-Angestellten, um deren Wohl es den Kirchen ja auch geht, Sorgenfalten auf die Stirn.

Planungsvariante C < Es wird das „Modell Mecklenburg-Vorpommern“ übernommen, das heißt vor allem eine eingeschränkte Saison von April bis Oktober, eine abschließende Sortimentsliste und kein Verkauf in Geschäften größer 1.500 Quadratmeter Verkaufsfläche. Dafür aber ein Vielfaches an Sonntagsöffnungen in den kreisfreien Städten. Ernsthaft wollen können das weder Kirchen, noch

Dieses Druck- erzeugnis spricht für sich.

Und für uns.

PerCom

VERTRIEBSGESELLSCHAFT MBH

Am Busbahnhof 1 · 24784 Westerrönfeld
Tel.: 0 43 31 / 844-0 · Fax-100
info@percom.biz · www.percom.biz

**Druck · Verarbeitung &
Veredelung · Versand
Abo-Verwaltung**

Zeitschriften, Magazine,
Kataloge, Prospekte und
Broschüren

Tourismusorte, noch Unternehmen. Denn es würde in den Tourismusdestinationen zu erheblichen Verwerfungen in der Handelslandschaft führen und zöge negative Veränderungen im Beherbergungs-, Gastronomie und Dienstleistungsangebot nach sich.

Planungssicherheit sieht anders aus. <<

Autor: Björn Ipsen
Federführer Handel und Stadtentwicklung der IHK Schleswig-Holstein
ipsen@kiel.ihk.de

„Wir können auch anders...!“

Tauchbeizen bis 3,5 t
8,55 x 2,55 x 2,55 m

Brennen
2.500 x 6.000 mm

Biegen & Kanten
Stahl, Edelstahl, Aluminium

Das Außergewöhnliche ist unsere Aufgabe

Lilienthalstraße 13 • 24941 Flensburg
0461 4309130 • www.hg-lorenz.de

Foto: iStockphoto/A-Digit



Beliebt und umstritten

Factory Outlet Center ◀ Als Factory Outlet Center (FOC) werden mittel- bis großflächige Agglomerationen von Einzelhandelsgeschäften bezeichnet, in denen mehrere Herstellerunternehmen ihre Waren im Direktvertrieb und in separaten Ladeneinheiten anbieten.

Ergänzt werden FOC meist durch gastronomische Angebote und Serviceleistungen wie Kinderbetreuung. Sie werden in der Regel einheitlich geplant, finanziert, gebaut und gemangt. Um ein großzügiges Parkplatzangebot aufweisen zu können, entstehen sie meist auf der grünen Wiese.

So definiert realisieren FOC derzeit hochgerechnet einen Umsatz von 400 bis 500 Millionen Euro. Bezogen auf einen Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne laut HDE von 415 Milliarden Euro in 2011 ergibt sich daraus ein Umsatzanteil von etwa 0,1 Prozent. Das scheint gering. Der direkte Effekt für umliegende Stadtzentren ist jedoch deutlich höher: Da die Angebote sich zum Teil überschneiden, sind Kaufkraftabflüsse der örtlichen Bevölkerung zu erwarten. Daher ist der Bau von FOC bei innerstädtischen Einzelhändlern und vielen Interessenvertretern, etwa örtlichen Einzelhandelsverbänden, immer sehr umstritten. Einige Center wurden in

den letzten Jahren aufgrund raumplanerischer Restriktionen abgelehnt.

Positive Effekte ◀ Deutschland ist schon aufgrund des Bevölkerungspotenzials ein begehrtes Ansiedlungsziel. Nach einer Befragung von CB Richard Ellis und Ecostra unter europäischen FOC-Mietern gehören drei der deutschen Center zu den Top-FOC in Europa. Als „Ziel-land“ liegt Deutschland mit großem Vorsprung vorne. FOC werden nach dieser Studie ein fester Bestandteil der Vertriebsstruktur von Markenherstellern, die erwarten, ihr Outlet-Geschäft auszubauen.

Die Verbraucher scheinen die Factory Outlets zumindest als Shoppingalternative mit dem Vorteil der sonntäglichen Öffnung zu schätzen. Dies belegen steigende Umsätze der deutschen FOC und der Center in Grenzregionen, die auch den deutschen Markt bedienen. Durch höhere Frequenzen und neue Besucher können von FOC auch positive Effekte auf die örtliche Gastronomie ausgehen – vorausgesetzt es gibt eine gute Anbindung an die Stadt.

Pro und Contra geplanter FOC sind im Einzelfall abzuwägen. Ob ihre Ansiedlung in Deutschland weiterhin aufgehalten werden kann, ist aber fraglich. Die erfolgreichen Beispiele Roermond und Maasmechelen zeigen jedenfalls die Konsequenz: eine Verdichtung von Vorhaben in den Grenzregionen. ◀◀

Autorin: Dr. Susanne Eichholz-Klein
IFH Retail Consultants GmbH
redaktion@ihk-sh.de

ii Veranstaltungstipp

Konferenz zur Mittelstandsfinanzierung

Angesichts der Regulierungsmaßnahmen im Finanzsektor (unter anderem Basel III) und der Diskussionen um die Zukunft der Währungsunion werden Banken vorsichtiger und die Finanzierung des Mittelstandes schwieriger. Daher veranstaltet der DIHK zusammen mit dem Bundesverband Deutscher Banken am 6. Dezember 2012 von 10.30 bis 16 Uhr im DIHK in Berlin die Konferenz zur „Zukunft der Mittelstandsfinanzierung“. Neben dem politischen Aspekt werden Finanzierungsalternativen, Finanzkommunikation, Liquiditäts-, Forderungs- und Risikomanagement sowie Stärkung des Eigenkapitals die Themen sein. ◀◀

Anmeldung und weitere Infos: www.mittelstandsfinanzierungskonferenz.de

Krise als **Chance** nutzen

Förderprogramm „Runder Tisch“ < Steckt Ihr Unternehmen in einem Liquiditätseingpass? Lässt die Ertragslage zu wünschen übrig? Die IHK bietet gemeinsam mit der KfW Mittelstandsbank Hilfe in Form einer nahezu kostenlosen, mehrtägigen Beratung durch externe Experten – eine Aufnahme in die Förderung ist noch in 2012 möglich.

Ziel der Beratung ist die Entwicklung eines tragfähigen Konzepts zur Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und zur Sicherung der Arbeitsplätze. Und so funktioniert es: Nehmen Sie zunächst telefonisch Kontakt mit Ihrer IHK auf. Im nächsten Schritt prüft die IHK anhand eingereicherter Unterlagen die formalen und inhaltlichen Kriterien für die Aufnahme in das Förderprogramm „Runder Tisch“. Nach einem persönlichen Gespräch über Ihre individuelle Situation beauftragen Sie einen bei der KfW akkreditierten Unternehmensberater mit der Durchführung eines Unternehmenschecks.

Maßnahmenplan < Gemeinsam mit dem Berater erarbeiten Sie einen Maßnahmenplan für die Überwindung der Unternehmenskrise. Dabei können bereits durch erste Gespräche mit den Banken beziehungsweise anderen Gläubigern die



Foto: KfW-Bildarchiv/Frank Homann

Chancen auf eine Umsetzung des Sanierungskonzeptes abgeklärt werden. Mit Ausnahme eventuell anfallender Fahrtkosten des Beraters und der Mehrwertsteuer auf das Beraterhonorar entstehen keine weiteren Kosten.

Erste Signale einer Krise werden häufig verdrängt. Dabei sind die Handlungsspielräume und damit die Aussichten auf eine erfolgreiche Sanierung umso besser, desto früher man sich der Situation stellt und auf professionelle Hilfe zurückgreift. Sprechen Sie uns daher an, sobald Sie erste Anzeichen einer bedrohlichen Entwicklung in Ihrem Unternehmen wahrnehmen!

red <<

Direkt zu Ansprechpartnern und weiteren Infos
www.ihk-schleswig-holstein.de
 (Dokument-Nr. 2330)



team hallenbau

Wir machen's möglich!

Ihre Profis für
Gewerbe-
und
Industriebau!

www.team.de

Ernst Krebs GmbH & Co. KG
 Ruhrstraße 13
 24539 Neumünster
 Tel 0 43 21 - 88 29 - 0
 Fax 0 43 21 - 88 29 - 10
info@ernst-krebs.de
www.ernst-krebs.de

über 50 Jahre Ihr Partner am Bau

Containerdienst

Zertifizierter Entsorgungsbetrieb

Abbrucharbeiten

- Kieswerke
- Erdbau

- Beton
- Bodendeponie

Bernd Ickert

Elektroanlagen GmbH

Wir installieren die komplette
Elektro- und Beleuchtungsanlage

Spreestraße 1-3, 24539 Neumünster
info@ickert-elektroanlagen.de
www.ickert-elektroanlagen.de

Tel.: 0 43 21 99 09-0
 Fax: 0 43 21 99 09-10

Büroräume auf Zeit

KLEUSBERG

Mobile Mietgebäude

Fördern Sie den
PLUS-Katalog für
Mobile Mietgebäude an unter
www.kleusberg.de/PLUS-Katalog2012
Tel.: 040 547311-26 · www.kleusberg.de/67



Foto: Sven Janssen

Myplan-Workshopteam: Professor Jens Langholz, Anke Sadowski, Gabriele Buda (links von oben), Hartmut Klotz, Professor Dirk Ludewig, Claudia Hassfurther (rechts von oben)

Zum zweiten Mal fand in Kiel die Workshopwoche „myplan – Lerne heute, gründe morgen“ statt. Das Projekt, 2010 von der FH und der Universität Flensburg sowie der Muthesius Kunsthochschule Kiel entwickelt und inzwischen auch von der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und der

› **Gründungsprojekt myplan**

Wer kann Unternehmer?

FH Kiel getragen, bietet Studierenden die Möglichkeit, sich auf eine spätere Firmengründung vorzubereiten.

Die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen und die Stärkung der Motivation stehen im Mittelpunkt. Gründungspraxis ist interdisziplinär: Nicht allein betriebswirtschaftliche Lösungsansätze, auch Kreativität und Entwicklung der eigenen Gründerpersönlichkeit sind Säulen des Konzepts.

„Es wird immer wichtiger, Studierende bereits zu einem frühen Zeitpunkt an die Zukunftsperspektive Gründung heranzuführen“, betonen Claudia Hassfurther und Hartmut Klotz, EXIST-Berater der Muthesius Kunsthochschule und zugleich selbstständig. „Ein erfolgreicher Gründer muss ein Allrounder sein. Er sollte sich immer wieder fragen: Wo stehe ich heute? Wo will ich hin? Worin kann ich mich weiterentwickeln?“ Fragen, die der Work-

shopbaustein „Gründerpersönlichkeit“ reflektierte, der von Anke Sadowski, Lehrbeauftragte der Uni Flensburg und freiberufliche Trainerin, geleitet wurde.

Strategisches Konzept ◀ Ausgangspunkt bleibt aber die Idee und das strategische Konzept. Instrumente dazu stellten Professor Dirk Ludewig (FH Flensburg) und Professor Jens Langholz (FH Kiel) vor. Oft ist zu Beginn einer Gründung nicht jedem klar, wer als Ansprechpartner in Frage kommt und welche Institutionen finanziell und beratend unterstützen können. Myplan hilft hier und stellt eine Plattform dar, die ein Kennenlernen von Gründungsunterstützern ermöglicht und so als Netzwerk fungiert. *red* ◀◀

Mehr unter
www.myplan2012.de

☑ **Unternehmensberatung · Consulting Weiterbildung in der Region**

Möchten Sie Ihre Anzeige
in dieser Rubrik platzieren?

Rufen Sie uns an:
04 51/70 31-2 43



**Befragungen
bringen Antworten!**

Personalentwicklung und Unternehmensführung

Tel.: 0 4625-1898 08
www.bertelmannhacker.de



volentam
Die Beratergenossenschaft

Prüfen Sie unsere zuverlässige und bewährte Vorgehensweise:

- Messbare Ziele definieren
- Ergebnisse sichern und dokumentieren
- Frische, bedarfsgerechte Konzepte

Nur für Sie. Ganz individuell.
Ob als Startup, Nachfolger oder als Krisenvirtuose.

volentam eG Unternehmen gründen - lenken - gestalten

Telefon: 0461-50089495 | Fax: 0461-5003945 | Mail: post@volentam.de
Eckernförder Landstraße 65 | D-24941 Flensburg | www.volentam.de



projektmanagement
& consulting

www.pm-c.biz

Mehr Durchblick im **Projektmanagement**
mit GPM-IPMA Zertifizierungen Level D, C, B und

Qualifizierung - Training - Beratung

Nachhaltigkeit zahlt sich aus

Förderprogramm < Die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein mbH (MBG) vergibt stille Beteiligungen an Unternehmen des Landes zu deutlich günstigeren Konditionen, wenn damit nachhaltige Investitionen beziehungsweise Produktentwicklungen finanziert werden.

Das in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung- und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH) und der Bürgerschaftsbank Schleswig-Holstein aufgelegte Beteiligungsprogramm läuft zunächst für vier Jahre und ist mit 20 Millionen Euro ausgestattet.

Günstige Beteiligungskonditionen sollen Anreize schaffen, dass Unternehmen sich bewusst für die vielleicht etwas teurere, dafür aber emissionsärmere Maschine entscheiden. Die Einstufung eines Vorhabens als nachhaltig setzt positive Beiträge im Sinne von Umwelt-, Energie- und Ressourceneffizienz voraus. Dazu hat die WTSH einen Kriterienkatalog entwickelt.



Foto: KfW-Bildarchiv/Thomas Klewar

Im Erfolgsfall stellt die WTSH ein „Nachhaltigkeitszertifikat“ aus, das günstigere MBG-Zinsen sichert. Die Zertifizierung ist für das Unternehmen kostenlos.

Der Zinsvorteil beträgt in allen Bonitätsstufen einen Prozentpunkt. Über eine Finanzierungslaufzeit von zehn Jahren kann dieser – je nach Beteiligungshöhe – mehrere 10.000 Euro ausmachen. Die Konditionen werden bonitätsabhängig festgelegt und setzen sich aus einer fixen und einer variablen Komponente zusammen. Der variable Zins wird rückwirkend erhoben und fällt nur an, wenn das Unternehmen im letzten Geschäftsjahr Gewinn machte.

Mit stillen Beteiligungen ab 200.000 Euro will die MBG die oft schwache Eigenkapitalbasis der Unternehmen stabilisieren oder sogar stärken. Dies geschieht auch durch die langfristige Laufzeit der Beteiligungen, die ohne Unternehmenssicherheiten und ohne Einflussnahme auf das operative Geschäft bereitgestellt werden. red <<

Mehr unter

www.mbg-sh.de

www.buergerschaftsbank-sh.de

www.wtsh.de

Das will ich:
Autos aufpolieren

Das brauch ich:
6.000 € für
Farben und Lacke

Das schaff ich:
allen zeigen,
was ich kann

Kai Miethling, Lackierer

MikroKredit SH
Klein Kredite für Unternehmen

Wir finanzieren den nächsten Schritt.
Schnell, einfach und unbürokratisch.

mein mikrokredit
Ich mach was draus

Anzeige

Mein Mikrokredit – die unbürokratische Finanzierung für kleinere Unternehmen

Mikrokredite erleichtern Unternehmen und Existenzgründern den Zugang zu Kapital. Der erste und führende Mikrokreditanbieter in Norddeutschland, die Mikrokredit Schleswig-Holstein GmbH mit Niederlassungen in Lübeck, Rostock, Hamburg und Bargtheide-Todendorf ist eines der größten unter den 54 von der Bundesregierung autorisierten Mikrofinanzinstitute. Dazu der geschäftsführende Gesellschafter Philipp Eitel: „Viele Unternehmer scheitern bei den konventionellen Bankinstituten am zu geringen Kreditvolumen oder den fehlenden Sicherheiten. Wir finanzieren den nächsten Schritt schnell, unbürokratisch und sicher. Gerade auch Unternehmen, die schon länger am Markt etabliert sind, können Kredite erhalten, um ihren kurzfristigen Finanzbedarf zu decken“. Das akkreditierte Mikrofinanzinstitut vergibt Darlehen von 1.000 bis zu 20.000 Euro. Bereits nach den ersten Monaten der Aktion „Mein Mikrokredit“ wird deutlich, dass der Bedarf an unbürokratischer Finanzierung überwältigend groß ist. Besonders Dienstleistungsbetriebe, Einzelhändler, Handwerker, Gastronomen und Landwirte stehen bei der Aktion „Mein Mikrokredit“ im Mittelpunkt. Aber keine Branche und Personengruppe ist ausgeschlossen. Ob eigener Kiosk, die Einrichtung eines Friseursalons oder die Anschaffung von neuem Werkzeug für einen Spezialauftrag: Die Auszahlung des Mikrokredits erfolgt innerhalb von sieben bis zehn Tagen. Der Zinssatz liegt bei 8,9 Prozent, Gebühren und Bearbeitungskosten fallen nicht an. **Weitere Informationen unter www.mikrokredit-sh.de oder Telefon 0451-5859 222 oder 040 – 2388 0088.**



Ausbildungsbeginn von ihren Verträgen zurück. Auf jeden Fall zählt für junge Leute ein gutes Betriebsklima. Das können alle Handelsunternehmen bieten – große wie kleine.

Kooperation mit Schulen ◀ Viele Azubis lernen ihre Ausbildungsbetriebe schon als Schüler kennen. Sie jobben in ihrer Freizeit, um ihr Taschengeld aufzubessern. So lernen sie die Tätigkeiten im Laden sowie den Umgang mit Kunden früh kennen. Eine weitere bewährte Möglichkeit, Auszubildende zu finden, sind Kooperationen mit Schulen. Sie dienen dazu, junge Menschen frühzeitig kennenzulernen und für eine Ausbildung im eigenen Betrieb zu begeistern. Die Schulen profitieren ebenso, da sie Schüler besser bei der Berufswahl begleiten können. Die IHK unterstützt Betriebe und Schulen durch die regionalen Fachberater Schule-Betrieb. Schon über 700 Kooperationen wurden landesweit initiiert.

Foto: iStockphoto/AdamGregor

Vielfach beklagt der Handel die schlechten Noten, mit denen Schüler sich bewerben. Gerade kleinere Einzelhändler bieten aber auch schwächeren Schulabgängern eine Ausbildungschance. Wer die zweijährige Ausbildung zum Verkäufer erfolgreich abschließt, kann nach einem weiteren Ausbildungsjahr den Abschluss zum Kaufmann im Einzelhandel machen. Wer gleich einen dreijährigen Vertrag abschließt, macht eine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel mit gestreckter Abschlussprüfung. Die ersten Erfahrungen mit dieser neuen Prüfungsform sind sehr positiv. Die Zwischenprüfung wird durch Teil 1 der Abschlussprüfung ersetzt und findet zeitgleich mit der Verkäufer-Prüfung statt. Dieses Ergebnis geht dann zu 35 Prozent in die Abschlussprüfung ein. Nach einem weiteren Jahr muss nur noch eine Prüfung in einem Fach geschrieben werden. Wenn dann noch das Fachgespräch erfolgreich absolviert wird und die Prüfung bestanden ist, steht dem Absolventen die Handelswelt mit allen Karrierechancen offen. ◀◀

Gekonnt um Talente werben

Ausbildung im Handel ◀ Im Handel ist der Fachkräftemangel in diesem Jahr spürbar angekommen. Immer mehr Personalchefs berichten, dass die Suche nach guten Bewerbern immer schwieriger wird. Was macht einen Ausbildungsplatz im Handel attraktiv?

Junge Leute wollen oft Karriere machen – der erste Schritt beginnt mit einer fundierten Ausbildung. Diese soll interessant und abwechslungsreich sein. Und an ihrem Ende erwarten die Nachwuchskräfte eine Chance auf Übernahme oder Karriere.

Doch wie findet der Handel seine Azubis? Stellenanzeigen, Arbeitsagentur und die eigene Website informieren über das Ausbildungsangebot. Viele Unternehmen präsentieren sich auf Berufsmessen und beraten Schulabgänger. Die meisten Ausbildungsplätze werden jedoch über Lehrstellenbörsen wie die der IHK gesucht und gefunden.

Was erwartet künftige Azubis? Große Handelsunternehmen bieten regel-

te Arbeitszeiten, hauseigene Seminare und eine attraktive Ausbildungsvergütung. Darüber hinaus ermöglichen sie leistungsbereiten Mitarbeitern Weiterbildungen, etwa zum Handelsfachwirt. Oft werden diese Angebote schon zu Ausbildungsbeginn vereinbart, sodass eine Ausbildung im Handel auch für Abiturienten eine interessante Alternative zum Studium sein kann. Kleinere Einzelhändler können solche Angebote nicht immer machen. Sie werden aber vergleichbare Konditionen bei Vergütung und Arbeitszeit anbieten müssen, um auch künftig Auszubildende zu bekommen und zu halten. Schon jetzt treten manche Azubis wegen eines vermeintlich besseren Angebots kurz vor

Autorin: Dr. Julia Pütz
IHK zu Kiel, Aus- und Weiterbildung
puetz@kiel.ihk.de

IHK-Lehrstellenbörse
www.ihk-lehrstellenboerse.de

Lust auf Baustoffe

team baucenter GmbH & Co. KG < „Ich freue mich jeden Morgen, zur Arbeit zu gehen“, sagt Melina Gnaß, Auszubildende zur Bürokauffrau bei der team baucenter GmbH & Co. KG in Kronshagen. Wenn die 20-Jährige von ihrer Ausbildung berichtet, sind Begeisterung und Motivation deutlich zu spüren.

Auch Carvin Althoff, Azubi zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel, erzählt von Selbstvertrauen und Eigenständigkeit, die er während der Ausbildung entwickelt hat. Den Azubis wird von Beginn an Verantwortung übertragen. „Ich bin froh darüber. Ich habe jetzt im zweiten Ausbildungsjahr das gute Gefühl, zu wissen wie der Hase läuft“, so Althoff.

Bereits im Vorstellungsgespräch wurde Melina Gnaß klar, dass sie den richtigen Arbeitgeber gefunden hatte. „Man fragte mich nicht die üblichen Fragen, sondern ob ich mir vorstellen könnte, was man alles mit Steinen machen kann.“ Ausbilder Sascha Lage kommt es neben einem guten Schulabschluss darauf an, dass die Azubis auch über den eigenen Tellerrand blicken. „Sie müssen Motivation, Engagement und Kreativität mitbringen.“ Neun Lehrlinge werden zurzeit in der Betriebsstätte ausgebildet: zwei Fachkräfte für Lagerlogistik, eine Bürokauffrau und sechs Kaufleute im Groß- und Außenhandel. In Norddeutschland sind insgesamt 128 Auszubildende im Unternehmen.

Zu Beginn erwarten jeden Azubi ein perfekt eingerichteter Arbeitsplatz und ein Präsent – als Zeichen der Wertschätzung. „Wir erwarten viel von unseren



Nachwuchs ist Zukunft Ausbildung im Norden

Auszubildenden und geben ihnen viel zurück“, so Lage. Für jeden Lehrling übernimmt ein Mitarbeiter die Patenschaft. So fühlt sich das ganze Team in der Pflicht, zur Ausbildung beizutragen. Die Azubis sollen auch eigene Verbesserungsvorschläge einreichen. Werden sie umgesetzt, kann dies etwa mit einem Gutschein belohnt werden.

Begeistert erzählen die Azubis vom Fußballturnier, Mitarbeitergrillen oder dem Ausflug nach Frankfurt. Chef Detlef Jahnke versteht es, sein Team zu motivieren. Gemeinsame Veranstaltungen stärken den Teamgeist. Gratiskaffee, Massagesessel oder die neue Sonnenterrasse sorgen für ein Arbeitsumfeld, in dem man sich willkommen fühlt. Da lässt keiner um Punkt 18 Uhr den Stift fallen. <<

Autorin: Olga Svenßon
IHK zu Kiel, Aus- und Weiterbildung
svensson@kiel.ihk.de

Website der team AG
www.team.de



Foto: IHK/Svenßon

Von links: Sascha Lage (Ausbilder), Andre Ackermann (Prüfer für Kaufleute im Groß- und Außenhandel) sowie Melina Gnaß und Carvin Althoff (beide Azubis)

> JuniorAkademien der DGhK

Flaggschiff der Begabtenförderung

Mit den jährlichen JuniorAkademien der deutschen Gesellschaft für das hochbegabte Kind (DGhK) in St. Peter Ording und in Bad Segeberg erhalten begabte Jugendliche die Möglichkeit, Intellekt und Sozialkompetenz weiter zu entwickeln.

In St. Peter-Ording besuchten 96 Schüler der 8. bis 10. Klassen von Gymnasien und Gemeinschaftsschulen aus Hamburg und Schleswig-Holstein 14 Tage lang einen von acht Kursen und ein reichhaltiges kursübergreifendes Programm. Die zehntägige JuniorAkademie in Bad Segeberg wurde von 56 Sechst- und Siebtklässlern aus Schleswig-Holstein besucht. Die jungen Leute zeichneten sich vor allem durch große Wissbegierde und schnelle Auffassungsgabe aus. Sie wurden von ihren Schulen zur Teilnahme vorgeschlagen.

Dank motivierter und kompetenter Kurs- und Akademieleiter sowie Jugendbetreuer gestaltete sich die Zeit bis zur Abschlusspräsentation sehr kurzweilig. Kurse wie „Geowissenschaften in Film und Kunst“ führten die jungen Forscher mit Wissenschaftlern des GEOMAR Kiel zusammen, Robotik wurde in Kooperation mit der TU Harburg gelehrt. Auch politische und künstlerische Themen standen auf den Programmen. Neben den Kursen gründeten sich Chöre und Orchester. Sportangebote gab es ebenso wie eine Bonbonküche. Die meisten Aufgaben waren in Teamarbeit zu lösen – viele Jugendliche zeigten dabei schon Charakterzüge angehender Fach- oder Führungskräfte.

Beteiligung der Wirtschaft < Die JuniorAkademien in Schleswig-Holstein werden durch den hiesigen Regionalverein der DGhK und das Landesministerium für Bildung und Wissenschaft gemeinsam durchgeführt und haben sich zum Flaggschiff der außerschulischen Begabtenförderung entwickelt. Eine weitere Aufwertung sollen sie durch die Einführung einer Alumniveranstaltung erfahren.

Für künftige JuniorAkademien in Schleswig-Holstein bedarf es allerdings einer weiteren Beteiligung der Wirtschaft, damit die hohe Qualität der Veranstaltungen gehalten werden kann.

red <<

DGhK Regionalverein Schleswig-Holstein
www.dghk-sh.info

Sand im Getriebe

Rohstoffsituation ◀ Eine Umfrage der IHK Schleswig-Holstein zur Rohstoffsituation im Land hat es Anfang dieses Jahres belegt: Es gibt kaum Engpässe bei der Rohstoffversorgung, aber Belastungen der Unternehmen durch steigende Rohstoffkosten. Schwierigkeiten haben indes Betriebe, die in Schleswig-Holstein bestimmte Rohstoffe abbauen wollen.

Während die Rohstoffkosten mehr als 20 Prozent der betrieblichen Gesamtkosten ausmachen, kann auf den ersten Blick bei der Rohstoffversorgung Entwarnung gegeben werden. Allerdings: Für die rohstoffabbauenden Unternehmen wird es immer schwieriger, an die begehrten Sande und Kiese zu gelangen. Aufwendige Genehmigungsverfahren und unterschiedliche Flächenkonkurrenz erschweren oft den Abbau, teilweise ist er nicht möglich.

So gibt es verschiedene Genehmigungsverfahren – etwa das Landesnaturschutzgesetz für oberflächennahe Bodenschätze oder das Wasserhaushaltsgesetz für den Ausbau/Herstellung eines Gewässers – die zur Anwendung kommen können. Diese werden für rohstoffabbauende Unternehmen ständig schwieriger und langwieriger und führen zu einem deutlichen Anstieg der Kosten. Letzteres schon deshalb, weil viele rohstoffabbauende Unternehmen auch Sortier- und Brecheranlagen betreiben, die Anforderungen nach dem Bundesimmissionsschutzgesetz sowie eine Sicherheitsleistung erfüllen müssen.

Auch Flächenkonkurrenz engt die Räume ein. Häufig geht es um beste-



hende oder geplante Naturschutzgebiete, Landschaftsschutzgebiete, Biotopverbunde, Wasserschutzgebiete oder Wasserschongebiete. Ortslagen, Windvorrangflächen oder archäologische Flächen müssen bei den Planungen ebenfalls berücksichtigt werden, auch mit dem Ergebnis, dass dort kein bodennaher Rohstoff abgebaut werden kann.

Keine Patentlösungen ◀ Leider gibt es weder für die Genehmigungsverfahren noch für unterschiedliche Flächenkonkurrenz eine Patentlösung. Jedes einzelne Verfahren erfordert individuelle, pragmatische Lösungen, die mit allen Betroffenen nach und nach abgearbeitet werden müssen. Dies ist zweifellos sehr zeitaufwendig.

Doch es gibt auch gute Nachrichten: Die von der alten Landesregierung beabsichtigte Kommunalisierung der Regionalplanung ist vom Tisch. Hier war vorgesehen, dass die Regionalplanung von mehreren Kreisen vorgenommen werden sollte, wobei nie eindeutig ge-

regelt war, wer dann den „Hut“ auf hat. Durch das Gesetz zur Aufhebung des Gesetzes zur Änderung planungsrechtlicher Vorschriften hat sich das Problem nun erledigt: Zuständig für die Planungen ist das Staatsministerium, Abteilung 3: Landesplanung, Stadtentwicklung, Wohnraumförderung, Bau- und Vermessungswesen. Für diese Abteilung gibt es viel zu tun, denn nun gilt es, alte Planungsräume zu überarbeiten.

Um die Rohstoffversorgung in Schleswig-Holstein langfristig zu sichern, müssen bei den verschiedenen Flächenausweisungen Kompromisse gefunden werden. Dabei darf keine Idee von vornherein verworfen werden, auch nicht der kontrollierte Rohstoffabbau in einem Landschaftsschutzgebiet oder die wirtschaftliche Nutzung ehemaliger Abbaugebiete. Hier ist von allen Beteiligten Mut und Kompromissbereitschaft erforderlich. ◀◀

Autor: Frank Kurbjuhn
IHK Flensburg, Innovation und Umwelt
kurbjuhn@flensburg.ihk.de

IHK-Rohstoffumfrage
www.ihk-sh.de
(Dokument-Nr. 100009)



Foto: Karl-Heinz Laube/pixelio.de

> **Gefahrguttransporte****Neue ADR-Karte kommt**

Zum 1. Januar 2013 wird die fälschungssichere ADR-Bescheinigung im Checkkartenformat das bisherige Dokument aus Papier ablösen. Die Karte hat etwa die Größe eines EU-Führerscheins und enthält die Daten der bisherigen Papierbescheinigung sowie ein Foto. Die heutigen Bescheinigungen dürfen noch bis zum 31. Dezember 2012 ausgestellt werden und sind dann bis Ende 2017 gültig. Eine Umschreibung ist nicht notwendig. In den IHKs laufen die Vorbereitungen: Bis Dezember muss die neue Hardware und Software eingerichtet werden, damit die ADR-Karten pünktlich ausgestellt werden können.



Foto: GfI

Lichtbild vorlegen < Da die neue ADR-Karte administrative Auswirkungen für Gefahrgutveranstalter hat, sind auch Änderungen in den IHK-Satzungen notwendig. In Zukunft hat der Gefahrgutveranstalter der IHK nicht nur die Teilnehmerdaten rechtzeitig zu übermitteln, sondern auch dafür zu sorgen, dass spätestens am Tag der Prüfung für jeden Teilnehmer ein Lichtbild in Passbildqualität vorliegt. Alle Gefahrgutfahrer, bei denen ab 2013 eine Auffrischungsschulung ansteht, sollten rechtzeitig sicherstellen, dass zu Beginn des Lehrgangs solch ein Lichtbild vorliegt. Die IHK empfiehlt, immer ein Lichtbild in Reserve zu haben.

kr <<

Schulungen zum Gefahrguttransport

www.ihk-schleswig-holstein.de
(Dokument-Nr. 292)

> **Unternehmensumfrage zu Breitbandanschlüssen****Versorgungslücken lokalisieren**

Leistungsfähige Breitbandverbindungen haben sich auch in Schleswig-Holstein für Unternehmen zu einem der wichtigsten Standortfaktoren entwickelt. Im Interesse einer langfristig positiven Entwicklung des Standorts ist ein weiterer Ausbau der Breitbandversorgung unbedingt erforderlich. Zwar gibt es viele lokale Initiativen für den Netzausbau, landesweit fehlt es aber nach wie vor an einer flächendeckenden Übersicht des genauen Bedarfs. Dies ist jedoch Voraussetzung für einen zielgerichteten Ausbau. Deshalb bitten die IHK Schleswig-Holstein und das Breitband-Kompetenzzentrum Schleswig-Holstein darum, an einer aktuellen Umfrage zur Breitbandversorgung teilzunehmen. Denn nur bei genauer Lokalisierung der Versorgungslücken und Bedarfe ist es möglich, zielgerichtet Initiativen zu starten. Die Umfrage läuft vom 1. bis 21. November 2012.

red <<

Direkt zur Breitband-Umfrage

www.ihk-sh.de/breitbandumfrage

> **Impulsgespräche Energieeffizienz****Kostenfreie Unterstützung**

Maßnahmen zur effizienten Energienutzung werden in mittelständischen Unternehmen noch zu selten und oft nur in Teilbereichen umgesetzt. Damit liegen Einsparpotenziale brach, denn Energiekosten werden weiter steigen. In allen Unternehmen gibt es Optimierungspotenziale. Werden sie systematisch erkannt und umgesetzt, lassen sich die Energiekosten oft erheblich senken. Potenziale gibt es vor allem bei den eingesetzten Querschnittstechnologien – etwa Beleuchtung, Heizung, Kühlung, Klimatisierung. Sie sind oft einfacher zu optimieren als prozessspezifische Technologien. Das RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V. bietet kleinen und mittleren Unternehmen, die sich bisher mit Energieeffizienz wenig beschäftigt haben, die Möglichkeit, sich durch Impulsgespräche einen Überblick über Einsparpotenziale zu verschaffen – und das kostenfrei. Die Gespräche ersetzen keine Energieberatung. Sie sollen anregen, sich mit dem Thema Energieeffizienz auseinanderzusetzen. Dabei stehen den Unternehmen geschulte RKW-Mitarbeiter zur Seite. <<

Autor: Peter Mazurkiewicz, IHK zu Kiel, Innovation und Umwelt
mazurkiewicz@kiel.ihk.de

RKW Nord GmbH: www.rkw-nord.de

IT-Informationstechnologie In der Region <>

Mobile Device Manage · IT · Backup · eMail Archivierung · Sicherheit · Helpdesk · Fernwartung · Mobile Device Management · Sicherheit · Video · www.itforlife.de · Datensicherung · Virtualisierung · eMail Service · Service · Sicherheit · Helpdesk · Fernwartung · Mobile Device Management · Update Service · IT · EDV · Telefonanlage · Alarmanlage · Datenschutz · Datensicherung · Virtualisierung · Backup · eMail Archivierung · Service · Sicherheit · Helpdesk · M · Video · Update S · armanlage · Datensicherung · Backup · Service · e · Helpdesk · Fernwartung · Service · IT · Telefon · Sicherung · Virtualisierung · Helpdesk · M · Telefonanlage · EDV Virtualisierung · Sicherheit · Helpdesk · M · Alarmanlage · Datenschutz · Fernwartung ·

IT. for Life



Westring 3 · 24850 Schuby · Telefon: 04621 - 95 18 18

Schlüsselfaktor Vertriebsaufbau

Auslandsmarkt Frankreich ◀ Allen asiatischen Tigern zum Trotz – die wirtschaftlichen Verflechtungen zwischen den Industrienationen Frankreich und Deutschland bleiben besonders eng, beide Länder sind wechselseitig der jeweilig wichtigste Handelspartner des Anderen. Produkte „made in Germany“ genießen in Frankreich einen hohen Stellenwert.



Eiffelturm in Paris

Foto: Rainer Sturm/pixello.de

ii Veranstaltungstipps

Erfolgreich in Frankreich

Die kostenlose Veranstaltung „Erfolgreich in Frankreich – Mit den richtigen Entscheidungen für den Vertriebsaufbau!“ findet am Mittwoch, 7. November 2012, 15 bis 17.30 Uhr in der IHK zu Kiel, Haus der Wirtschaft, Bergstr. 2, 24103 Kiel statt. ◀◀

Info und Anmeldung

IHK zu Kiel, Anja Robakowski
Telefon: (0431) 5194296
robakowski@kiel.ihk.de

Dennoch schrecken viele deutsche Unternehmen immer noch vor der Aufnahme oder der Vertiefung von Geschäftsbeziehungen mit unserem direkten Nachbarland zurück. Mentalitätsunterschiede wie Sprachbarrieren erschweren zudem dauerhafte Geschäftsbeziehungen und führen dazu, dass deutsche Produkte auf dem französischen Markt eher unterrepräsentiert sind.

Vielleicht sind es die Antworten auf folgende Fragen, die einen Anfang erleichtern würden:

- Wie organisiere ich meinen Vertrieb ohne eine eigene Niederlassung – das heißt: Welche Verträge und allgemeinen Geschäftsbedingungen sind für mich vorteilhaft und wie funktioniert die Zusammenarbeit mit Handelsvertretern und Vertragshändlern?
- Welche Kosten und steuerlichen Lasten kommen auf mich zu, wenn ich eine eigene Niederlassung gründen möchte?
- Welche arbeitsrechtlichen Vorschriften habe ich zu beachten, wenn ich

Mitarbeiter vor Ort einstelle und wie hoch ist der administrative Aufwand?

- Welche Möglichkeiten einer Forderungsdurchsetzung habe ich, wenn mein Kunde nicht zahlt?

Die IHK-Informationsveranstaltung „Erfolgreich in Frankreich – Mit den richtigen Entscheidungen für den Vertriebsaufbau!“ gibt Ihnen die Möglichkeit, wesentliche Eckpfeiler für einen erfolgreichen Vertriebsaufbau und rechtliche Aspekte der Vermarktungsstrategien für deutsche Produkte auf dem französischen Markt kennenzulernen.

Der Referent Dr. Christophe Kühl von der Deutsch-Französischen Rechtsanwaltskanzlei Epp & Kühl, Köln, verfügt über langjährige Erfahrungen im Frankreichgeschäft, insbesondere bei der Etablierung von Vertriebsstrukturen für den französischen Markt. ◀◀

Autor: Werner Koopmann
Federführer International der
IHK Schleswig-Holstein
koopmann@ihk-luebeck.de

WIR VERLEIHEN
IHREN WÜNSCHEN
AUSDRUCK

DRUCKHAUS
MENNE GmbH

RAPSACKER 10 · 23556 LÜBECK
KANALSTR. 68 · 23552 LÜBECK
TEL. 0451 75 000 · WWW.MENNE.DE



IHK kritisiert steigende Steuerlast

Realsteuerhebesätze < Die IHK Schleswig-Holstein kritisiert den Trend zu stetigen Steuererhöhungen bei Gewerbesteuer und Grundsteuer B. Dieser ebbt einer Umfrage bei Kommunen zufolge auch in Zeiten hoher Steuereinnahmen nicht ab.

Trotz guter Einnahmensituation der Gemeinden findet kein grundlegendes Umdenken statt“, so Christoph Andreas Leicht, Präsident der IHK Schleswig-Holstein. Im Jahr 2012 erhöhten 24 der 213 befragten Gemeinden ihren Gewerbesteuerhebesatz. Bei der Grundsteuer B waren es 26. „Durch eine hohe Gewerbe- und Grundsteuerbelastung entgehen den Kommunen Chancen, investitionsbereite Unternehmen für Standorte in Schleswig-Holstein zu gewinnen“, warnt Leicht.

Haushaltssanierung allein durch Steuererhöhungen ist hier der falsche Weg. Neben den Erhöhungen der Gewerbesteuer und der Grundsteuer B greifen

desregierung hat nach Rücknahme des Konsolidierungsfonds keine konkreten Änderungsvorschläge. „Angesichts der hohen Steuerlast für Unternehmen ist aber ein tragfähiges Konzept zur Lösung der kommunalen Finanzprobleme dringend notwendig“, betont Leicht.

Der Gewerbesteuerhebesatz liegt in den befragten Gemeinden zwischen 235 Prozentpunkten in Bosau und 430 Prozentpunkten in Kiel und Lübeck. Flensburg liegt bei 405 Prozentpunkten. Das Hebesatzgefälle bei der Grundsteuer B schwankt zwischen 200 Prozentpunkten in Oststeinbek und 500 Prozentpunkten in Kiel und Lübeck. Flensburg liegt bei 480 Prozentpunkten. Die IHK



Hansestadt Lübeck

Foto: iStockphoto/yur14u80

einige Kommunen auch auf neue Steuer- und Abgabenarten zurück, wie etwa die Bettensteuer in Lübeck und Flensburg. Alternativ wird in Lübeck auch über die Ausweitung der Fremdenverkehrsabgabe und landesweit über die Einführung einer Tourismusabgabe nachgedacht. Dies ist aus Sicht der IHK abzulehnen.

Strukturelle Reformen < Es wird Zeit, dass die Kommunen sich bei der Konsolidierung ihrer Haushalte auf die Ausgabensenkung konzentrieren. Hier sind grundlegende strukturelle Reformen notwendig. Auch die neue Lan-

Schleswig-Holstein hat im Sommer ausgewählte Gemeinden zu den Realsteuerhebesätzen der Gewerbesteuer und der Grundsteuer B befragt. Mit dieser Übersicht gibt sie ansiedlungs- oder umsiedlungsinteressierten Unternehmen, Wirtschaftsorganisationen und auch Kommunen eine standortpolitische Orientierungshilfe. <<

Autor: Dr. Axel Job
Federführer Steuern und Finanzen
der IHK Schleswig-Holstein
job@ihk-luebeck.de

Adressbuchschwindel gestoppt

Der Bundegerichtshof hat ein Machtwort in Richtung dubioser Registerverlage gesprochen: Rechnungen für untergeschobene Verträge müssen nicht bezahlt werden. Mit geschickt aufgemachten Korrekturabzügen von Einträgen in Branchenregistern werden Unternehmern Verträge mit unbekanntem Unternehmensregisterbetreibern untergeschoben. Eine andere Methode: bewusst behördlich aufgemachte Schreiben, die Unternehmen mittels Rücksendung der korrigierten Firmendaten ungewollt zur Zahlung von knapp 1.000 Euro pro Jahr verpflichten sollen. „Wir sehen uns in unserer Beratungspraxis bestätigt: Rechnungen von der Gewerbeauskunft-Zentrale und anderen Akteuren müssen nicht gezahlt werden“, so Marcus Schween, Federführer Recht der IHK Schleswig-Holstein. „Der BGH schiebt mit dieser Entscheidung allen zweifelhaften Adressbuchverlagen einen Riegel vor.“ *red* <<

Urteil vom 26. Juli 2012 – VII ZR 262/11
www.bundesgerichtshof.de



Allgemeine Steuertermine

12. November

Lohnsteuer – Kirchensteuer

Anmeldung und Abführung bei Monatszahlern für Oktober 2012

Umsatzsteuer

Voranmeldung und Vorauszahlung für Oktober 2012 (Monatszahler)

15. November

Gewerbesteuer

Vorauszahlung für das IV. Quartal 2012

Grundsteuer

bei Vierteljahreszahlern ¼ des Jahresbetrages

10. Dezember

Lohnsteuer – Kirchensteuer

Anmeldung und Abführung bei Monatszahlern für November 2012

Kirchensteuer

für Veranlagte für das IV. Quartal 2012

Körperschaftsteuer

Vorauszahlung für das IV. Quartal 2012

Umsatzsteuer

Voranmeldung und Vorauszahlung für November 2012 (Monatszahler)

Datum > Zeit	Veranstaltung	Ort > Raum	Infos > Anmeldung > Preis
6. November 2012 9 bis 16 Uhr	Beratungstag Unternehmensfinanzierung	IHK zu Kiel Bergstr. 2 24103 Kiel	Michael Schmidt Telefon: (0431) 5194-230 schmidt@kiel.ihk.de, kostenlos
6. November 2012 9 bis 17 Uhr	Beratungstag Unternehmensfinanzierung	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	IHK zu Lübeck, Service Center Telefon: (0451) 6006-0 service@ihk-luebeck.de, kostenlos
6. November 2012 10 bis 16 Uhr (Einzeltermine)	Beratungstag Unternehmensfinanzierung	Hotel Restaurant Wikingerhof Tetenhusener Chaussee 1 24848 Kropp	IHK Flensburg, Service-Center Telefon: (0461) 806-806 service@flensburg.ihk.de, kostenlos
6. November 2012 8.30 bis 17 Uhr	Fachkundeprüfung Taxen- und Mietwagenunternehmer	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	Claus Freese Telefon: (0451) 6006-174 freese@ihk-luebeck.de, 100 Euro ohne MwSt.
7. November 2012 8.30 bis 17 Uhr	Fachkundeprüfung Güterkraftverkehr	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	Claus Freese Telefon: (0451) 6006-174 freese@ihk-luebeck.de, 120 Euro ohne MwSt.
12. November 2012 17 Uhr	Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	Martin Krause Telefon: (0451) 6006-163 krause@ihk-luebeck.de, kostenlos
13. November 2012 18 bis 21 Uhr	Gründertreff: Netzwerke aufbauen	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	Kai-Uwe Steding Telefon: (0451) 6006-180 steding@ihk-luebeck.de, kostenlos
13. November 2012 13 bis 17 Uhr	Basiswissen: Angebote und Ausschreibung nach VOL/A und VOB/A	IHK Flensburg Heinrichstraße 28-34 24937 Flensburg	Rita Rühr Telefon: (0431) 9865-130 ruehr@abst-sh.de, 75 Euro
13. November 2012 18 bis 21 Uhr	Designkontor: Gestaltung, Gästeorientierung, Wirtschaftlichkeit – speziell für Ferienwohnungen	Restaurant Büsumer Pesel Südstrand 15 25761 Büsum	Ingo Joachim Dahlhoff Telefon: (0431) 5194-284, dahlhoff@kiel.ihk.de, kostenlos
15. November 2012 8.30 bis 17 Uhr	Sachkunde Bewachungsgewerbe 34a	IHK zu Lübeck Fackenburger Allee 2 23554 Lübeck	Claus Freese Telefon: (0451) 6006-174 freese@ihk-luebeck.de, 90 Euro ohne MwSt.
15. November 2012 18 bis 21 Uhr	Designkontor: Gestaltung, Gästeorientierung, Wirtschaftlichkeit – speziell für Ferienwohnungen	Stadthotel Eckernförde, Am Exer 3 24340 Eckernförde	Ingo Joachim Dahlhoff Telefon: (0431) 5194-284 dahlhoff@kiel.ihk.de, kostenlos
21. November 2012 13 bis 17 Uhr	Unterrichtungsnachweis nach dem Gaststättengesetz	IHK Flensburg Heinrichstr. 28-34 24937 Flensburg	IHK Flensburg, Service-Center Telefon: (0461) 806-806 service@flensburg.ihk.de, 40 Euro
21. November 2012 18 bis 21 Uhr	Designkontor: Gestaltung, Gästeorientierung, Wirtschaftlichkeit – speziell für Ferienwohnungen	Kurmittelhaus Scharbeutz Strandallee 134 23683 Scharbeutz	Ingo Joachim Dahlhoff Telefon: (0431) 5194-284 dahlhoff@kiel.ihk.de, kostenlos
22. November 2012 9 Uhr	*tourismus in schleswig-holstein: Netzwerke und Allianzen	Congress Centrum Damp Seeuferweg 10 24351 Damp	IHK Flensburg, Service-Center Telefon: (0461) 806-806, service@flensburg.ihk.de 70 Euro, Schüler und Studenten 40 Euro
26. November 2012 16 Uhr	Lebensphasenorientiertes Personalmanagement	Edding AG Bookkoppel 7 22926 Ahrensburg	Martin Krause Telefon: (0451) 6006-163 krause@ihk-luebeck.de, kostenlos
27. November 2012 14 bis 17 Uhr	Wirtschaftspotenzial der Kreuzfahrtgäste für Handel und Gastgewerbe	IHK zu Kiel Bergstraße 2 24103 Kiel	Ingo Joachim Dahlhoff Telefon: (0431) 5194-284 dahlhoff@kiel.ihk.de, kostenlos

Mehr Veranstaltungen im Internet: www.ihk-schleswig-holstein.de/veranstaltungen

Arbeitsjubiläen

40 Jahre

August 2012

Hans-Joachim Scharlau, Autohaus Ohms GmbH & Co. KG, Gettorf

Oktober 2012

Sönke-Peter Carstensen, Maurer, HÖFT BAU SYLT GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Sylt / OT Tinnum

25 Jahre

August 2012

Holger Lübeck, Autohaus Ohms GmbH & Co. KG, Gettorf

Andreas Mißfeldt, Autohaus Ohms GmbH & Co. KG, Gettorf

Oktober 2012

Emil Hansen, Lagerarbeiter, Raiffeisen Süderlügum GmbH & Co. KG, Süderlügum

Thorsten Bahr, Jens Sievertsen GmbH u. Co. KG Kultur-, Tief- und Straßenbauunternehmen, Gettorf

November 2012

Werner Andresen, Berufskraftfahrer, Wilhelm Nicolaysen GmbH, Husum

Anita Harder, Karstadt Warenhaus GmbH, Neumünster

Firmenjubiläen

100 Jahre

Oktober 2012

Adolf Barteld, Inh. Hans Adolf Dethlefs, Lunden

November 2012

Böbs-Werft Heinrich Böbs e. K., Lübeck

Blumenhaus Wittmaack oHG, Heide

75 Jahre

November 2012

Friedrich Möller Inh. Hermann Möller e.K., Haby

50 Jahre

November 2012

Bornholdt Ingenieure GmbH, Albersdorf

Treurat GmbH Treuhand- und Beratungsgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Kiel

Meier Automobile Heinrich Meier e.K., Hohenwestedt

25 Jahre

August 2012

Thomas Ausborn, Eutin

September 2012

Ernst-Alfred Behrendsen, Kropp

Oktober 2012

Ralf Ohlsen, Flensburg

Gerd Otto Hanke, Steinbergkirche

Claus-Helmuth Rolf, Büsumer Deichhausen

Wolfgang Lorenz, Heide

Hans-Jürgen Kaack, Winnert

Majid Mir Shojaee und Alireza Yazdinejad GbR „Kontraste“, Flensburg

November 2012

Mitex Handels- und Produktions GmbH, Wahlstedt

Grundbau Grundstücks- und Wohnungsbaugesellschaft mbH, Lübeck

Ferienpark Mönchneversdorfer-See GmbH & Co. KG, Schönwalde am Bungsberg

Claudia Knochenhauer, Fehmarn

Karin Makollus, Lübeck

Joerg Hoffmann, Lübeck

Hans-Hermann Toedter, Bark

Lieselotte Eberhardt, Timmendorfer Strand

Gabriele Dierken, Lübeck

Ramazan Aksoy, Lauenburg

Carmen Niemz, Trittau

Traute Puppa, Ammersbek

Jean-Jacques Ripche, Escheburg

Neue Speditions-Gesellschaft Beth & Partner mbH, Siek

TROGLAUER Center-Management GmbH, Ahrensburg

A B S - Automaten-Betriebs-GmbH, Braak

„2 B Verpackungen GmbH“, Barsbüttel

Ch. Frick GmbH, Wentorf

Karl Daedler GmbH, Oststeinbek

Heike Lorenzen, Bargteheide

Wolfgang von Drathen, Oersdorf

Aaron Bohlen, Henstedt-Ulzburg

Horst Wodke (Betrieb Henstedt-Ulzburg), Henstedt-Ulzburg

Rebecca Schidor, Bootstedt

Ipsen Air Logistics GmbH, Norderstedt

HCU Hanseatische Consulting Unternehmensberatung GmbH, Norderstedt

Prima Druck + Salztechnik GmbH, Ratzeburg

Elke Braun, Alt Mölln

Gerdt Hamann, Gönnebek

Bruhn Transport Equipment GmbH & Co. KG, Lübeck

E.F.-Industrietre Inh. Christine Altmann e.K., Treia

Druckpartner Heide Inh. Marga Chalambidis e.K., Heide

Ingenieurbüro Albertz Entwicklung von Hard- und Software Inh. Dieter Albertz, Hennstedt

Michael Eggert, Heide

Harald Anders, Steinfeld

Celco Electronic GmbH, Kappeln

Ulrike Gertrud Hambrock, Husum

Klaus Lange, Flensburg

Eljot-Hallenvertriebs GmbH, Barmstedt

DAS FUTTERHAUS Fachmarkt für Tiernahrung u. Tierbedarf GmbH & Co. KG, Elmshorn

Monika Heeck, Energieerzeugung, Mühbrook

Achim Gründemann, Versicherungsvermittlung, Rendsburg

Mittelstandsberatung Passat Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co Beteiligungs-KG für Schleswig-Holstein, Rendsburg

PSP Elektrobau GmbH, Schwientental

Rothenburg GmbH Apparate-, Maschinen- und Anlagenbau, Neumünster

BSD Bodenschutzdienst für Städte und Gemeinden GmbH, Kiel

Forseti Steuerberatungsgesellschaft mbH, Helgoland

Lumina Steuerberatungsgesellschaft mbH, Elmshorn

Kille Autohaus GmbH, Neumünster

Horst-Günther Hippmann, Absatz-schnelldienst, Wewelsfleth

Frank Reimer, Kunsthandel, Kiel

WDK Waren- und Dienstleistungsgesellschaft für das Taxigewerbe mbH, Kiel

Monika Kruse, Taucherarbeiten, Rendsburg

Knud Strake, Weinmarkt/Top-Shop, Kiel

Dietmar Rauter Reisen Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Kiel

Personalleasing · Zeitarbeit Private Arbeitsvermittlung

chanceplus
GmbH

- ✓ kompetent
- ✓ zuverlässig
- ✓ flexibel



Foto: Jahnke

Ihr Personaldienstleister an der Westküste

Rungholtstr. 5 d, 25746 Heide

Tel. 0481-78 76 21-0

Fax 0481-78 76 21-19

www.chanceplus.eu

info@chanceplus.eu

Möchten Sie Ihre Anzeige
in dieser Rubrik platzieren?

Rufen Sie uns an:

04 51/70 31-2 43



Von links: Dr. Walter Richtberg, Vorsitzender Ernst-Schneider-Preis e. V., Dr. Eric Schweitzer, Präsident der IHK Berlin, DIHK-Präsident Professor Dr. Hans Heinrich Driftmann und Moderatorin Dunja Hayali

Foto: Jens Schöke

Zum größten deutschen Wettbewerb für Wirtschaftspublizistik hatten die Redaktionen in diesem Jahr 1.300 Beiträge eingesandt – Zeitungsartikel, Radiobeiträge, Onlineangebote und Fernsehfilme. Die Themenpalette reichte vom Mikrokredit über die Staatsverschuldung bis zur Onlinekriminalität. Was sie verband, war eine hohe gesellschaftliche Relevanz.

Zusammenhänge vermitteln ◀ Die Präsidenten von DIHK und IHK Berlin, Hans Heinrich Driftmann und Eric Schweitzer, wiesen darauf hin, dass Wirtschaft den Menschen vermittelt werden müsse, auch wenn dies angesichts anspruchsvoller Themen nicht immer leicht fiele. Driftmann bat die Medien, der Wirtschaftsberichterstattung wegen ihrer zentralen Bedeutung für die Gesellschaft einen höheren Stellenwert einzuräumen. Walter Richtberg, Vorsitzender des Ernst-Schneider-Preises, betonte, dass der von den IHKs gestiftete Wettbewerb Autoren ermutige, neue Wege bei der Vermittlung wirtschaftlicher Themen zu beschreiten. *red* ◀◀

Mehr Infos zum Ernst-Schneider-Preis und alle Ausgezeichneten und Nominierten unter www.ernst-schneider-preis.de

➤ 41. Ernst-Schneider-Preis

„Wirtschaft verdient höheren Stellenwert“

In ihrer Laudatio wandte sich Bettina Reitz, Fernsehdirktorin des Bayerischen Rundfunks, an den Autor des Films: „Ich habe mir Ihren Beitrag mit meinem 15-jährigen Sohn angeschaut. Er sagte: ‚Mama, super!‘“ Die so gelobte MDR-Dokumentation „Stromkollaps“ war einer von neun Wirtschaftsbeiträ-

gen, die mit dem Ernst-Schneider-Preis der IHKs ausgezeichnet wurden.

ZDF-Moderatorin Dunja Hayali moderierte vor über 500 Gästen die Preisverleihung im Berliner erwerk, die von DIHK und IHK Berlin ausgerichtet wurde. Die Gewinner konnten sich über Preisgelder von bis zu 7.500 Euro freuen.



Börsen

Existenzgründungsbörse

Nexxt-Change ist die bundesweite Plattform für Unternehmerinnen und Unternehmer, die vor dem Generationswechsel stehen und keinen Nachfolger in der eigenen Familie oder unter den Mitarbeitern finden. Zugleich wird Gründungsinteressierten eine Alternative zur Neugründung geboten. Ziel ist es, mit Hilfe der betreuenden Regionalpartner Kontakte zwischen beiden Parteien herzustellen.

www.nexxt-change.org

Weltweite Kooperationen

Mit Europas größter Datenbank an Kooperationsprofilen (über 13.000) verschafft das Enterprise Europe Network (EEN) Unternehmen Zugang zu Kooperationsangeboten und -gesuchen weltweit. Man kann nach Branchen und Technologien suchen sowie eine Länderauswahl treffen. Zu beachten ist, dass das EEN nur bei internationalen Kooperationswünschen unterstützen kann.

www.wtsh.de/een

Kooperationsbörse

Mit der Kooperationsbörse unterstützen die IHKs ihre Mitgliedsunternehmen, Kontakte zu potenziellen Partnerbetrieben in ganz Deutschland zu knüpfen. Auf diesem Wege können gerade kleine und mittlere Unternehmen Synergieeffekte nutzen und ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Die Erfassung eines Inserats erfolgt in der Börse online. Sie können alternativ den Erfassungsbogen unter www.ihk-sh.de (Dokument-Nr. 32500) verwenden.

www.ihk-kooperationsboerse.de

Recyclingbörse

Die IHK-Recyclingbörse ist ein überbetriebliches Vermittlungssystem für verwertbare Abfälle und Produktionsrückstände. Bundes- und europaweit können damit Stoffe wieder der Kreislaufwirtschaft zugeführt werden.

www.ihk-kooperationsboerse.de

Bei Inseraten in IHK-Börsen gelten die Bedingungen der jeweiligen Börse.

Rekordzuspruch weckt Vorfreude

HUSUM WindEnergy 2012 < Ob Messechef, Besucher oder Aussteller – wer dabei war, ist sich einig: Die HUSUM WindEnergy 2012 war ein voller Erfolg. Das zeigen auch die Buchungszahlen für 2014.

Die internationale Leitmesse der Windenergie ist Ende September mit einer Rekordbeteiligung von rund 36.000 Besuchern und 1.171 Ausstellern zu Ende gegangen. Für 2014 sind bereits 60 Prozent der fast 60.000 Quadratmeter großen Ausstellungsflächen gebucht. „Der große Zuspruch unserer Kunden, den wir auf der zurückliegenden HUSUM WindEnergy erfahren haben, schlägt sich in der Buchungssituation für 2014 nieder. Für unser 25-jähriges Jubiläum in 2014 stimmt uns das natürlich zuversichtlich“, sagte Messeschäftsführer Peter Becker auf der Abschlusspressekonferenz, an der auch Andreas Eichler, Vertriebschef Vestas Deutschland und Vizepräsident der IHK Flensburg, sowie Vertreter des Dachverbandes Global Wind Energy Council GWEC und der Deutschen Messe AG teilnahmen.

Die internationale Windenergiebranche zeigte sich in Husum selbstbewusst und stark an Innovationskraft. Neue aufstrebende Märkte zeichneten sich ab: „Noch nie gab es so viele Staaten

mit Windaktivitäten und mit 22 Staaten niemals zuvor so viele, die die kritische 1.000-Megawatt-Marke überschritten haben“, sagte Dr. Klaus Rave, Chairman des GWEC. Um die Markterschließung in diesem Stil fortzusetzen, müssten die Rahmenbedingungen allerdings stabil bleiben. „Husum gibt der Windbranche ein Gesicht“, fügte er als Sprecher des Beirats der HUSUM WindEnergy angesichts der Auseinandersetzungen um die für 2014 angekündigte Parallelveranstaltung in Hamburg hinzu. Für Vestas bekannte sich Andreas Eichler demonstrativ zum Standort Husum, als er sagte: „Wir werden 2014 wieder hier sein.“

Neue Wortmarke < Peter Becker erklärte, in 2014 wieder die weltgrößte Windmesse in der grauen Stadt am Meer veranstalten zu wollen und kündigte zugleich die künftig verkürzte Wortmarke HUSUM Wind an, mit der sich die Messe ganz auf ihre Stärken konzentrieren wolle. In den kommenden Monaten möchte Becker noch intensiver mit den Partnern der 2011 gegründeten Windallianz zusammenarbeiten, darunter die Deutsche Messe AG und der BWE. Die Deutsche Messe AG richtet im jährlichen Wechsel mit Husum die internationale Leitmesse Wind auf der Hannover Messe aus. „Der Wechsel zwischen Husum und Hannover hat sich bewährt“, so Oliver Frese, Geschäftsbereichsleiter bei der Deutschen Messe AG. Mit der Jobmesse „windcareer“ verabschiedete sich die 13. HUSUM WindEnergy von ihren Ausstellern und Besuchern. Weitere Programm-Highlights waren die Messeeröffnung durch Bundesumweltminister Peter Altmaier und der Besuch von Prinz Joachim von Dänemark. <<

Autor: Flemming Peter
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
peter@flensburg.ihk.de



Foto: HUSUM WindEnergy/Messe Husum & Congress

?? Rätzel der Wirtschaft

Die 11 Irrtümer über Social Media

Obwohl Facebook, Twitter, YouTube und Co. fester Bestandteil der Alltagskommunikation von Milliarden Menschen sind, fehlt es Unternehmen häufig an passenden Konzepten und Strategien. Mit dem Buch „Die 11 Irrtümer über Social Media“ möchte Autor Hendrik Wolber den Leser für Social-Web-Engagement auf beruflicher Ebene begeistern, aber vor allem auch aufklären und helfen.



Das Buch unterstützt notwendige Entscheidungsprozesse, indem es Nutzen und Aufwand, Chancen und Barrieren sowie Sinn und Unsinn des Themas einzuordnen hilft. Zahlreiche Praxisbeispiele und Expertenbeiträge machen „Die 11 Irrtümer über Social Media“ zu einem wertvollen Hilfsmittel. <<

Wolber, Hendrik: Die 11 Irrtümer über Social Media. Was Sie über Marketing und Reputationsmanagement in sozialen Netzwerken wissen sollten, Gabler Verlag, 2012, 228 Seiten, 39,95 Euro

Die *Wirtschaft* verlost 3 x je ein Exemplar des Buches. Beantworten Sie einfach folgende Frage:

Seit wann gibt es das Soziale Netzwerk „Facebook“?

- A) 2002
- B) 2004
- C) 2006

Bitte schicken Sie das Lösungswort mit dem Stichwort „Rätzel der Wirtschaft“ per Mail an raetzel@flensburg.ihk.de oder per Post an: **IHK Flensburg, Redaktion Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee, Heinrichstraße 28-34, 24937 Flensburg.** Einsendeschluss ist der **30. November 2012.**

Die Lösung des letzten Rätsels lautete: C) Erfurt

Teilnahmeberechtigt sind alle Personen ab 18 Jahren. Jeder Leser darf nur einmal teilnehmen. Die Gewinner werden auf dem Postweg benachrichtigt. Eine Barauszahlung der Gewinne ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Mitarbeiter der IHK Schleswig-Holstein und ihre Angehörigen. Ihre Daten werden ausschließlich für die Verlosung und die Gewinnbenachrichtigung genutzt und dann vollständig gelöscht.

Grüner & Baas



Wirtschaft erlebbar machen

Immer weniger Jugendliche interessieren sich für die Wirtschaft – so das Fazit der „Jugendstudie 2012 – Wirtschaftsverständnis und Finanzkultur“ des Bundesverbandes deutscher Banken e. V. und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), in deren Rahmen jährlich junge Menschen zwischen 14 und 24 Jahren befragt werden. Das ernüchternde Ergebnis: Nur rund ein Fünftel der Befragten zeigt großes oder sehr großes Interesse an wirtschaftlichen Themen.

Mit bloßer Theorie ist es nicht getan.

Doch wie so oft fußt auch hier mangelndes Interesse auf mangelndem Wissen. So hat fast jeder zweite Befragte schlechte bis sehr schlechte Wirtschaftskennntnisse. 50 Prozent konnten mit dem Begriff „Inflationsrate“ nichts anfangen, 70 Prozent wussten nicht, was eine Rendite ist und 63 Prozent konnten nicht sagen, was an der Börse vor sich geht.

Und auch in anderen Bereichen des wirtschaftlichen Lebens gibt unsere Jugend Anlass zur Sorge: Rund 243.000 junge Menschen haben Schulden und stehen mit durchschnittlich 7.000 Euro in der Kreide, wie aus dem SchuldnerAtlas 2011 hervorgeht.

Es muss also dringend etwas getan werden. Denn Wirtschaft geht uns alle an – ob im Beruf oder privat. Die gute Nachricht: Vielen Jugendlichen ist dies bewusst. Laut GfK-Umfrage wünschen

sich rund 70 Prozent mehr wirtschaftliche Themen im Unterricht. Schulen und Bildungsministerien sind also gefragt, der Wirtschaft mehr Raum zu geben. Doch mit bloßer Theorie ist es nicht getan. Um wirklich Interesse zu wecken, muss Wissen greifbar und erlebbar gemacht werden. Dafür eignen sich Kooperationen zwischen Schulen, Wirtschaft und Politik. Diese können nicht nur auf praxisnahe Weise fundierte Kenntnisse vermitteln, sondern helfen den Schülern auch bei der Berufswahl. Gute Beispiele sind hier die Landespartnerschaft Schule und Wirtschaft oder die Berufsmessen der IHK. Viele Schulen haben die Notwendigkeit bereits erkannt. Doch die Zahlen zeigen, dass noch immer großer Verbesserungsbedarf vorhanden ist. Die Verantwortung liegt hier nicht bei den Jugendlichen, sondern bei den Bildungsträgern. Und diese Verantwortung sollte sehr ernst genommen werden. Denn den Jugendlichen gehört die Zukunft des Landes – und damit auch die Zukunft unserer Wirtschaft.

Autorin:
 Andrea Henkel ist Redakteurin der Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee henkel@flensburg.ihk.de



Foto: IHK

Impressum

Herausgeber: IHK Schleswig-Holstein
Redaktion: Andrea Henkel, Flemming Peter, Hilke Ohrt, Michael Legband, Peter Weltersbach, Klemens Vogel
 Zentral- und Schlussredaktion: Klemens Vogel (V.i.S.d.P.)
Anschrift der IHK Schleswig-Holstein: Bergstr. 2, 24103 Kiel
 Telefon: (0431) 5194-0, Telefax: (0431) 5194-234, E-Mail: ihk@kiel.ihk.de, Internet: www.ihk-schleswig-holstein.de
Anschriften der Regional-Redaktionen:
IHK Flensburg: Redakteurin Andrea Henkel (V.i.S.d.P.), Heinrichstr. 28-34, 24937 Flensburg
 Telefon: (0461) 806-435, Telefax: (0461) 806-9435, E-Mail: henkel@flensburg.ihk.de
 Redaktionsassistentz: Stefani Jacobsen, Telefon: (0461) 806-432, Telefax: (0461) 806-9432, E-Mail: jacobsen@flensburg.ihk.de
IHK zu Kiel: Redakteur Michael Legband (V.i.S.d.P.), Bergstr. 2, 24103 Kiel
 Telefon: (0431) 5194-224, Telefax: (0431) 5194-323, E-Mail: legband@kiel.ihk.de
 Redaktionsassistentz: Maik Gutzeit, Telefon: (0431) 5194-223, Telefax: (0431) 5194-523, E-Mail: gutzeit@kiel.ihk.de

IHK zu Lübeck: Redakteur Klemens Vogel (V.i.S.d.P.), Fackenburger Allee 2, 23554 Lübeck
 Telefon: (0451) 6006-169, Telefax: (0451) 6006-4169, E-Mail: vogel@ihk-luebeck.de
 Redaktionsassistentz: Heidi Franck, Telefon: (0451) 6006-162, Telefax: (0451) 6006-4162, E-Mail: franck@ihk-luebeck.de

Verlag und Anzeigenverwaltung: Max Schmidt-Römhild, Mengstr. 16, 23552 Lübeck
 Telefon: (0451) 7031-01, Telefax: (0451) 7031-280, E-Mail: cschmidt@schmidt-roemhild.com
 Verantwortlich für den Anzeigenteil: Christiane Kermel (V.i.S.d.P.)

Verlagsvertretungen:
 Lübeck: Schmöde GmbH, Hüxtertorallee 57, 23564 Lübeck, Telefon: (0451) 797114, Telefax: (0451) 792939, E-Mail: info@schmoede.de

Die Verlagsveröffentlichungen erscheinen außerhalb der Verantwortung der Redaktion. Verantwortlich ist der Verlag Schmidt-Römhild.

Layout: Atelier Schmidt-Römhild, Werner Knopp, E-Mail: grafik@schmidt-roemhild.com

Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee ist das Mitteilungsblatt bzw. die Zeitschrift der Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, zu Kiel und zu Lübeck. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.
 Im freien Verkauf Einzelheft € 2,00
 Jahresabonnement € 22,00
 (€ 17,90 zuzügl. € 4,10 Versand.
 Mit 6-wöchiger Kündigungsfrist zum Jahresende kündbar).

Erscheinungsweise: monatlich, Doppelausgabe Juli/August, Januarausgabe erscheint am 31. Dezember des Vorjahres

Mit Namen oder Initialen gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der IHK wieder. Nachdruck nur mit Genehmigung der IHK gestattet. Keine Gewähr für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos.

Hinweis: Nicht gekennzeichnete Fotos von IHK-Mitarbeitern
 © 2012

