

Während Wirtschaft und Gesellschaft weiter mit der Situation hadern, werden im Hintergrund Lösungen entworfen, die den Aufschwung nach der Pandemie bringen sollen. Doch kann dies funktionieren, wenn die Zukunft derart viele unbekannte Variablen enthält? Die IHK Nord hat eine Strategie vorbereitet.

Ein neuer Monat, eine neue Hoffnung. Nach mehreren Öffnungs-Wellen für Geschäfte und Schulen sollen die Kontaktbeschränkungen bis Ende Juni gänzlich aufgehoben werden. Großen Teilen der Bevölkerung sind die Wochen voller Einschränkungen sichtlich anzumerken: Viele nutzen die Vorboten des Sommers, um frische Luft zu schnappen, im Verein zusammenzukommen oder wieder in Geschäften shoppen zu gehen. Dies alles zumindest in einem Maß, das gemäß den Hygienevorschriften noch erlaubt ist. Andere protestieren hingegen, dass das Maß voll sei: Hunderte Bremer brachten letzten Monat auf Corona-Demos ihre Missbilligung der Einschränkungen zum Ausdruck. Dabei hielten sie größtenteils Abstand und trugen Mundschutz – ganz anders als bei vergleichbaren Demonstrationen im Rest der Republik, deren Teilnehmer ein noch deutlicheres Signal der Ablehnung an die Regierung sendeten. Verschwörungstheoretiker, Randgruppierungen und Extremisten nisten sich in diesem Vertrauensvakuum ein, teils hervorgerufen durch widersprüchliche Signale der Regierung in der Krise, und beschleunigen zusehends

ANKÄMPFEN GEGEN
DIE CORONA-KRISE

Wege aus stürmischer See



das Auseinanderdriften großer Teile der Gesellschaft. Die Vergangenheit lehrt, dass die Zukunft nicht gerade rosiger werden dürfte, solange der Ausnahmezustand anhält; je prekärer die persönliche Lage erscheint, desto offener ist man gegenüber

radikalen Botschaften eingestellt, so faktisch falsch sie auch sein mögen. Doch muss bedacht werden, dass die Einschränkungen, so hart sie auch sind, ihre Wirkung entfaltet haben. Ein Blick in die USA reicht aus, um zu begreifen, welcher humanitären

Katastrophe Deutschland bislang entgangen ist. Wie es hierzulande weitergeht, steht und fällt schlussendlich mit der Wirtschaft. Was muss unternommen werden, dass sie künftig wieder in den Turbomodus schalten kann?

DAS CORONA-PAPIER

Wenig Spendierlaune kann man der Regierung jedenfalls nicht unterstellen, bedenkt man Millionen- und Milliarden-Hilfen für so ziemlich jede betroffene Branche. Der berühmt-berüchtigte Geldregen aus der Gießkanne trifft jedoch nur als Tropfen auf den heißen Stein, wenn er nicht mit strukturellen Maßnahmen begleitet wird. Solche strukturpolitischen Maßnahmen benötigt der Norden dringender denn je, betonte Janina Marahrens-Hashagen, IHK-Nord-Vorsitzende und Präses der Bremer Handelskammer. Am 11. Mai präsentierte sie ein umfassendes IHK-Nord-Positionspapier, das Wege aus der Corona-Krise aufzeigen soll. Demzufolge muss, nachdem kurzfristig das Überleben der meisten Unternehmen zumindest sichergestellt ist, der Standort Norddeutschland als Ganzes gerettet werden. Dessen Stärken seien durch das Virus besonders in Mitteleuropa gezogen worden – nur zukunftsorientierte Impulse könnten zu alter Stärke zurückführen. Das betrifft nicht zuletzt den internationalen Warenverkehr, der über die Häfen abgewickelt wird: Norddeutschland benötigt eine völlig neu gedachte Sicht auf die Weltmärkte, die sich womöglich für immer ändern werden. Stärker denn je ist mit der Krise schließlich der Transformationsdruck offengelegt worden, der die Zukunft des Nordens in völlig neue Felder lenken wird – dazu bedarf es einer regelrechten Investitionsoffensive. Die neue IHK-Nord-Vorsitzende drängte die Küstenländer zum Schulterschluss. Für reichhaltiges Brainstorming haben schließlich schon die norddeutschen Kammern gesorgt.

Seite 12/13

Die Kajen halten stand



Exporteinbrüche, Arbeitseinschränkungen und Cyberangriffe prasseln auf die Bremer Häfen ein. Hafentwickler bremensports nimmt die Herausforderung sportlich.

Seite 8

Die Corona-Ermittler



Im anhaltenden Wettlauf gegen das Coronavirus setzt das Bremer Gesundheitsressort auf frisch ausgebildete Containment-Scouts. Können sie auch Betrieben aushelfen?

Seite 10

In der Krise durchstarten



Gerade junge Unternehmer werden derzeit vor Herausforderungen gestellt. Akin Ogurol vertritt, wie er mit hybriden Geschäftsfeldern nun sogar Chancen genutzt hat.

Seite 10

FLORIAN WELLMANN

IMMOBILIEN GMBH

Bremen • Oldenburg • Hamburg

**Wohn-, Gewerbe- oder Anlageobjekt:
Immobilienverkauf einfach gemacht!**

- Erfahrenes, engagiertes Team
- Professionelle Vermarktung
- Persönliche Betreuung
- Stressfreie Verkaufsabwicklung
- Überzeugende Exposés

www.florian-wellmann.de | Schwachhauser Heerstraße 218 a | 28213 Bremen

0421
17888588

TOP
IMMOBILIEN
MAKLER
2020
BREMEN

FOCUS
DEUTSCHLANDS
GRÖSSTE MAKLER
BEWERTUNG
IN KOOPERATION MIT
statista
FOCUS-SPEZIAL
01 | 2020

Capital
MAKLER KOMPASS
TOP-Makler Bremen
★★★★★
Höchstnote für
Florian Wellmann
Immobilien GmbH
01 | 2020

YouTube Facebook Instagram

J.B. NIELSEN

KOPENHAGEN



KLEIDUNG NACH MASS · CORPORATE KLEIDUNG · DRESSCODE COACHING

ÖFFNUNGSZEITEN: Die professionelle Betreuung, die mit der J.B. NIELSEN Linie verbunden ist, erhalten Sie 7 Tage in der Woche und 24 Stunden am Tag. Dies wird jeweils im Showroom in Oldenburg durch den angebotenen deutschlandweiten Home- & Office-Service nach Terminvereinbarung gewährleistet.

SHOWROOM: Sonntag–Mittwoch (nur nach Terminvereinbarung) · Donnerstag–Freitag von 10.00–18.00 Uhr (auch ohne Terminvereinbarung) · Samstag von 10.00–13.00 Uhr (auch ohne Terminvereinbarung)

J.B. NIELSEN · Hauptstraße 11 · 26122 Oldenburg · Germany
Telefon +49 441 219 81 01 · Fax +49 441 219 91 02 · www.j-b-nielsen.com · info@j-b-nielsen.com



Carsten Borgmeier

Liebe Leserin, lieber Leser,

in Zeiten wie diesen ist Zusammenhalt das oberste Gebot: Schier grenzenlose Solidarität hat schon einige Unternehmen vor dem Untergang bewahrt und wird es hoffentlich auch weiterhin, bis die Pandemie irgendwann durchgestanden ist. Diese Solidarität forderte die IHK Nord zuletzt auch von den norddeutschen Bundesländern ein. Mit im Gepäck: ein Masterplan, wie der Norden gerettet werden kann. Details lesen Sie auf Seite 12 und 13.

Die Häfen erweisen sich in der Krise einmal mehr als Rettungsanker. Es wäre nicht auszumalen, was ein totaler Exportstopp nach sich ziehen würde. Trotz einiger Baustellen im Hier und Jetzt verlieren die Hafenmanager von bremenports nicht den Fokus und planen schon die Transformation hin zu einer grünen, digitalisierten Zukunft – einige Projekte stehen auf der To-do-Liste. Einblicke auf Seite 8.

Bremen hat bislang bemerkenswerte Arbeit in der Eindämmung des Virus geleistet. Dies ist in großen Teilen dem Gesundheitsamt zu verdanken, das schon früh Infektionsketten aufspüren und unterbrechen konnte. Ihm greifen sogenannte Corona-Containment-Scouts unter die Arme, die ihren Beitrag leisten wollen und dabei gleich wertvolle Praxiserfahrung sammeln. Ihre Jobbeschreibung finden Sie auf Seite 10.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Carsten Borgmeier
Herausgeber

IMPRESSUM



Borgmeier
Media Gruppe

Borgmeier Media Gruppe GmbH
Lange Straße 112, 27749 Delmenhorst
Tel.: 04221-93450, Fax: 04221-17789
info@borgmeier.de, www.borgmeier.de

Herausgeber und Chefredakteur
Carsten Borgmeier (V.i.S.d.P.)

Redaktion
Steffen Peschges (Redaktions-Direktor),
Robert Schmidt, Dimitrios Pampoukidis,
Dr. Sandra Peterwerth, Lena Koithan,
Pia Plagens, Eva Wedemeyer

Lektorat
Jan Zumholz (Textchef), Marlon Giefer,
Jette Frantz

Layout
Michaela Schnöink (Art-Direktorin),
Timo Muschkat

Druck
Druckhaus Delmenhorst GmbH
Sulinger Straße 66, 27751 Delmenhorst

Druckauflage
25.000 Exemplare 

Einzelbezugspreis: 2,80 Euro
Jahresabo: 35,- Euro

Bildquellen: Redaktion; Senatspressestelle; European Union; ZARM; energiekonsens; Ubimax GmbH; Coca-Cola Hellenic Bottling Company; Vuzix; BAB; BLG LOGISTICS; WILLMERKÖSTER; 12systems; Senatorin für Gesundheit, Frauen und Verbraucherschutz/ Lukas Fuhrmann; PUU/Fried; CONTENTLEY MEDIA – Arash Farahani; Jörg Sarbach

APPELL ZUM FORTBESTAND DER SCHIFFBAUINDUSTRIE

TANZ AUF DEM VULKAN

Eine Katastrophe in Zeitlupe, der Niedergang des Schiffbaus, droht sich durch Corona rapide zu beschleunigen. Die norddeutschen Wirtschaftsminister sehen dunkle Wolken am Horizont aufziehen und haben Berlin zur Unterstützung aufgefordert.

Die Werftenbranche hat schon einmal bessere Zeiten erlebt: Spätestens seit 2015 leidet sie offenkundig unter einer stark eingebrochenen Nachfrage. Diese ist bedingt durch den seit 2014 einbrechenden Ölpreis, Überkapazitäten und Marktverzerrungen bei sich zeitgleich verschärfenden Handelskonflikten. Keine gute Ausgangslage für die über 100.000 Beschäftigten in deutschen Werften. Das zunächst erfolgreiche Gegenkonzept, sich auf Nischenmärkte wie Passagierschiffe und Yachten zu spezialisieren, ist fatalerweise nun auch noch der Pandemie zum Opfer gefallen. Bis 2021, schätzen Analysten, können bis zu 70 Prozent der globalen Werftkapazitäten zum Erliegen kommen. Damit die norddeutschen Länder von diesem Schicksal verschont bleiben, haben sie einen dringlichen Appell an die Bundesregierung gerichtet. So soll mithilfe beschleunigter öffentlicher Beschaffungsmaßnahmen der deutsche Schiffbau gepusht werden. Der Wirtschaftsstabilisierungsfonds der Bundesregierung soll auch im Werftensektor Anwendung finden.

Mit der Einrichtung eines möglichst europäischen Förderprogramms zur Flottenerneuerung könnte überdies der Privatsektor über Wasser gehalten, zeitgleich ein nachhaltiger Schwerpunkt auf ökoeffiziente Antriebe zur Erreichung der Klima- und Umweltschutzziele gelegt werden. Bremens Wirtschaftssenatorin Kristina Vogt unterstreicht gerade die Dringlichkeit für das kleinste Bundesland: „Der Schiffbau hat in Norddeutschland, so auch in Bremen und Bremerhaven, eine lange und erfolgreiche Tradition. Immer wieder sind hier neue Schiffstypen entwickelt und gebaut worden.“ Auch ihr liegt es am Herzen, dass mithilfe von deutschen Werften ein klimafreundlicher Warenverkehr auf den Weltmeeren etabliert werden kann. Privatbanken seien seit der Finanzkrise aber zurückhaltend geworden mit Krediten für die Finanzierung in diesem Sektor, weshalb dem Wirtschaftsstabilisierungsfonds eine hohe Bedeutung zukommt. Michael Westhagemann, Senator für Wirtschaft, Verkehr und Innovation in Hamburg, unterstreicht den immensen Wert der Industrie für den Innovationsstandort Hamburg: „Sie kann wichtige Beiträge leisten, auch zu unseren Zielen, die Antriebs- und Energiesysteme zu dekarbonisieren und den Klimawandel zu bremsen. Unsere Unterstützung der Industrie auf dem Weg aus der Corona-Krise müssen wir deshalb damit vernünftig



Schiffern Bremen und Bremerhaven in die nächste Werftenkrise? Corona besitzt das Potenzial, große Teile des Markts zu zerlegen.

verknüpfen.“ Mecklenburg-Vorpommerns Wirtschaftsminister Harry Glawe ergänzt, dass die Finanzierung neuer Schiffsaufträge dringend gewährleistet werden muss: „An der Umsetzung solcher Projekte hängen Tausende Arbeitsplätze – nicht nur auf den Werften, sondern auch bei den Zulieferern. Hier gibt es auch zukünftig einen enormen Handlungsbedarf.“ Niedersachsens Wirtschaftsminister Dr. Bernd Althusmann fordert die Bevorzugung nationaler Anbieter bei Schiffbau-Ausschreibungen. „Außerdem wäre es hilfreich, wenn der Bund die

Kosten des Programms ‚Innovativer Schiffbau‘ zu 100 Prozent übernehmen sollte. Mit diesem Programm konnten in Niedersachsen bereits zahlreiche Projekte in niedersächsischen Werften realisiert werden.“ Bernd Buchholz, Wirtschaftsminister Schleswig-Holsteins, sieht den Bund bei der Finanzierung in der Verantwortung: „Dabei sind unter anderem die personelle Aufstockung der staatlichen Förderbank KfW-IPEX sowie die vollständige Aufnahme des Schiffbaus in das Großbürgerschaftsprogramm des Bundes gewichtige Stützen.“

ZWEITE REGIERUNGSERKLÄRUNG ZUR CORONA-KRISE



Leitete in Phase zwei über: Dr. Andreas Bovenschulte

Senatschef Dr. Andreas Bovenschulte wandte sich am 13. Mai mit einer zweiten Regierungserklärung an die Bremische Bürgerschaft. Nachdem die Pandemie bislang erfolgreich durchgestanden worden sei, stünde nun die Phase der Stabilisierung bevor. Der Bürgermeister stimmte auf eine kräftezehrende Zeit ein.

Bremens Bürgermeister und Senatspräsident Dr. Andreas Bovenschulte hielt am 13. Mai in der Bremischen Bürgerschaft seine zweite Regierungserklärung ab. Sieben Wochen nach seiner ersten Erklärung zeigte er sich überzeugt davon, dass Deutschland die erste Corona-Phase „sehr gut“ überstanden hat. „Der Bund und die Länder haben entschlossen gehandelt – in allen wesentlichen Punkten, übrigens allen Unkenrufen zum Trotz, auch gemeinsam – und unser Gesundheitssystem hat sich als stabil und leistungsfähig bewährt. Wir können heute mit einem gewissen Stolz sagen: Alle an Corona Erkrankten haben eine medizinische Betreuung bekommen, für die uns die meisten Länder in Europa und weltweit beneiden.“ Er nutzte die Gelegenheit,

Von Adenauer lernen

um sich abermals bei den Helfern in den Krankenhäusern, Pflegeeinrichtungen, Arztpraxen und beim Rettungsdienst zu bedanken: „Dass wir in Deutschland der Pandemie bislang so gut Paroli bieten konnten – das ist vor allem auch ihr Verdienst.“ Gleichzeitig bewunderte er die Disziplin, mit der sich die Bürger an die Beschränkungen gehalten haben. Diese seien „verglichen mit den Maßnahmen mancher Nachbarstaaten“ mit Augenmaß getroffen worden, wären selbst dann aber historisch einmalig gewesen. Die Gunst der Stunde ermögliche nun die Chance, Lockerungen zu wagen, vorsichtig und in kleinen Schritten. Diese Vorsicht sei nicht ohne Grund zu befolgen: „Bremen hat sich zu keiner Sekunde an ei-

nem Wettrennen um die strengsten Beschränkungen oder die zügigsten Lockerungen beteiligt. Wir waren immer um einen klaren, verständlichen Kurs bemüht: vorsichtig, aber nicht panisch; die Freiheitsrechte so wenig wie möglich beschränkend und trotzdem nicht leichtsinnig.“ Nach Lockdown und vorsichtigem Befreiungsschlag stünde es nun in der Verantwortung jedes einzelnen Landes, für die gebotenen Umstände eine eigene Lösung zu finden. Bovenschulte plädierte für eine über Jahre gestreckte Vermögensabgabe nach dem Vorbild der Nachkriegsregierung Konrad Adenauers, um die Folgen der Krise gestemmt zu bekommen. „Wenn wir die Gesellschaft zusammenhalten wollen, wenn wir Solidarität und Gemein-

sinn fördern wollen, wenn wir nach der Krise stärker und nicht schwächer sein wollen, dann brauchen wir eine gewaltige Kraftanstrengung aller staatlichen und privaten Akteure und wir brauchen einen fairen Lastenausgleich. Einen fiskalischen Lastenausgleich, einen ökonomischen Lastenausgleich und einen gesellschaftlichen Lastenausgleich“, führte Bremens Bürgermeister vor Augen. Was Deutschland in der Vergangenheit bewiesen habe, könne es auch heute. „Lassen Sie uns die ökonomische und soziale Stabilisierung als ein gemeinschaftliches Projekt anlegen, zu dem jeder und jede im Rahmen seiner und ihrer Leistungsfähigkeit beiträgt. Und lassen Sie uns gemeinsam um die besten Wege aus der Krise ringen.“

plus Office.de
KOPIERER | DRUCKER | SCANNER

Leistungsstarke Office-MFPs mit fortschrittlicher Sicherheit und intuitiver Bedienung

Bremen
Hermann-Ritter-Straße 108
28197 Bremen
Tel. 0421 - 51 48 0 48

Bad Zwischenahn
Hesterhoff 13a
26160 Bad Zwischenahn
Tel. 04403 - 97 44 22

info@plusoffice.de
www.plusoffice.de

CORONA-SOFORTHILFE: WARNUNG VOR PHISHING-E-MAILS

Geld und Daten in Gefahr



Betrüger versuchen, die Corona-Notlage von Unternehmen auszunutzen.

Betrüger versuchen momentan, mit echt wirkenden, aber gefälschten E-Mail-Adressen regionaler Förderbanken Geld oder persönliche Daten zu erbeuten. Solche E-Mails sind erkennbar an einer falschen Domain im Namen, meist „de.com“ – für Bremen zum Beispiel die Endung „@bab-bremen.de.com“.

BAB – Die Förderbank für Bremen und Bremerhaven ist in der Stadt Bremen zuständig für die Abwicklung der Corona-Soforthilfeprogramme. Das Institut weist ausdrücklich darauf hin, dass sie ausschließlich E-Mail-Adressen mit den exakten Endungen „@bab-bremen.de“, „@starthaus-bremen.de“

oder „@wfb-bremen.de“ verwendet. Nach Angaben des Bremer Landeskriminalamts versuchen Kriminelle in diesen E-Mails eine Drohkulisse hinsichtlich der Rückzahlung von Fördergeldern aufzubauen und bitten dabei um Rückmeldung und Übermittlung einer Bescheinigung über erhaltene Corona-Soforthilfe-Zuschüsse an die Mailadresse der Täter. Auf diese Weise wollen sie Daten abgreifen und Betroffene zu Zahlungen an die Bankverbindung der Täter veranlassen.

Daher wird davor gewarnt, die Anhänge solcher E-Mails zu öffnen oder auf darin enthaltene Links zu klicken. Das LKA geht davon aus, dass vermutlich alle Bundesländer sowie der Bund und deren Investitionsbanken mit entsprechend vorbereiteten Domains betroffen sind. Im Zweifel können sich Betroffene für Nachfragen an die zentrale Hotline (0421) 96 00-333 und die Mailadresse task-force@bab-bremen.de wenden.

MEHR ALS 90 PROZENT DER SOFORTHILFE-ANTRÄGE BEARBEITET 55 Millionen Euro ausgezahlt

Rund 12.100 Anträge für die Corona-Soforthilfen von Bund und Land sind bis Mitte Mai bei der BAB – Die Förderbank für Bremen und Bremerhaven eingegangen. Mehr als 90 Prozent aller Anfragen zur Unterstützung bei finanziellen Engpässen aufgrund der Corona-Krise hat die BAB nach eigenen Angaben innerhalb der vergangenen sieben Wochen beantwortet.

Staatsrat für Wirtschaft und Aufsichtsratsvorsitzender der BAB Sven Wiebe zeigt sich zufrieden mit der Arbeit der BAB, die die Abwicklung der Soforthilfen für die Stadtgemeinde Bremen verantwortet: „Es ist beachtlich, mit welchem Engagement alle gemeinsam nach den anfänglichen Problemen diese Herausforderung gemeistert haben – insbesondere in Anbetracht der außergewöhnlichen Rahmenbedingungen, mit denen alle Beteiligten durch die Corona-Krise konfrontiert sind. Mit diesem Einsatz wird ein wichtiger Beitrag für die Unternehmen und Beschäftigten in Bremen geleistet.“

Ralf Stapp, Geschäftsführer der BAB, ist stolz auf die Leistung seines Teams: „Wir haben sofort nach Bekanntgabe der Soforthilfe-Programme eine Taskforce gebildet. Die Kolleginnen und Kollegen haben wochenlang bis weit in die Abendstunden hinein gearbeitet sowie die letzten sieben Wochenenden durchgearbeitet“, so Stapp. Unterstützung erhielten sie dabei von der Handwerkskammer Bre-

men und der Handelskammer Bremen, die mit eigenen Hotlines bei der Antragstellung beraten und bei der Antragsbearbeitung geholfen haben. Das Messe-Team um Hans Peter Schneider übernahm die Vervollständigung von 2.400 Anträgen aus dem ersten Zuschussprogramm des Landes. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH wie auch Mitarbeitende des Finanzressorts beantworteten eine Vielzahl von telefonischen Nachfragen. Ralf Stapp: „Ihnen allen gebührt große Anerkennung und mein persönlicher Dank. Sie haben dafür gesorgt, dass viele Menschen in Bremen wieder etwas zuversichtlicher in die nahe Zukunft schauen können.“

10.247 Anträge (Stand bei Redaktionsschluss) auf Zuschüsse der Corona-Soforthilfe konnten von der BAB bislang positiv beschieden werden. „Hand in Hand haben wir über Abteilungs- und Organisationsgrenzen hinaus diese Mammutaufgabe gestemmt. In solchen Krisenzeiten zeigt sich einmal mehr, wie leistungsstark gerade gut strukturierte und hoch motivierte Teams agieren können“, erklärt Kai Sander, ebenfalls Geschäftsführer der BAB. Insgesamt sind bislang circa 55 Millionen Euro Soforthilfe an Unternehmen und Soloselbstständige in der Stadt Bremen geflossen. Weitere Gelder stehen bereit. Informationen zum Thema Corona-Hilfen gibt es im Internet unter www.bab-corona.de oder unter www.bremen-innovativ.de/corona-info-ticker-fuer-unternehmen.

GLASFASERNETZ-AUSBAU IN BORGFELD UND BLUMENTHAL

Das schnellste Internet

Timmersloh, Borgfeld und eine Straße in Bremen-Blumenthal bekommen dank Wesernetz Zugang zum Internet-Highway. Der Bremer Netzbetreiber und die swb-Gesellschaft werden als Ausbaupartner der Oldenburger EWE TEL das Glasfasernetz aufbauen. Bis zum Frühjahr 2021 werden 230 Haushalte an das Glasfasernetz angeschlossen.

Der Bund und die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa fördern das Ausbaufahrplan des Glasfasernetzes für ein schnelleres Internet durch den direkten Zugang zur Datenautobahn. Dadurch wird eine ungebremste Nutzung ohne Qualitätseinschränkungen ermöglicht. Symbolisch griffen Kristina Vogt, Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, Karl-Heinz Bramsiepe, Ortsamtsleiter Borgfeld, und Dr. Torsten Köhne, Vorstandsvorsitzender swb AG, für den geförderten Ausbau außerhalb Bremens gemeinsam zum Spaten. „Dank der Mittel aus dem Bundesförderprogramm Breitband und unserem Ei-



Bremen will immer mehr Haushalte mit Glasfaser versorgen.

genanteil von 50 Prozent können wir hier in Borgfeld den Startschuss zum Ausbau für schnelles Internet geben. Umso wichtiger ist jetzt die zügige Umsetzung. Wie wichtig die Digitalisierung ist, zeigt sich gerade in diesen Zeiten, in denen viele Bür-

gerinnen und Bürger im Homeoffice arbeiten müssen“, erklärt Kristina Vogt. Dr. Torsten Köhne ergänzt: „Schnelle Internetanschlüsse, die einen hohen Datendurchsatz ermöglichen, sind daher sehr gefragt und werten jede Immobilie auf. Die Entscheidung für einen Glasfaserhausanschluss bedeutet deshalb Zukunft und ist jedem anzuraten.“ Er begrüßt die Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privatwirtschaftlichen Unternehmen, um die Menschen mit 1.000 Megabit pro Sekunde in das Gigabit-Zeitalter zu bringen. Für die Erschließung wird Wesernetz moderne Verlegetechniken nutzen, die keine großen Baumaßnahmen erfordern. Das Bundesförderprogramm Breitband fördert deutschlandweit den Baubeginn für den Internetturbo, der in Borgfeld am 18. Mai startet. „Es ist wichtig, dass wir jetzt handeln und die Infrastruktur ausbauen, die für die Digitalisierung eine Voraussetzung ist“, erklärt Peer Beyersdorff vom Breitbandzentrum Niedersachsen Bremen (BZNB).



Die BAB-Geschäftsführer Ralf Stapp (r.) und Kai Sander sind stolz auf die Leistung des gesamten Teams.

„DIE LÖSUNG DER KRISE BESTEHT NICHT DARIN, VERSTÄRKT DEN PKW ZU NUTZEN“

Forderung nach ÖPNV-Rettungsschirm



In ganz Deutschland klagen ÖPNV-Betriebe über fehlende Einnahmen.

Mit der Errichtung eines ÖPNV-Rettungsschirms sollen die durch die Corona-Pandemie weggebrochenen Fahrgasterlöse ausgeglichen werden. Das ist die Forderung, die von der Verkehrs- und Umweltministerkonferenz an den Bund gestellt wird. Insgesamt gehen die Minister von Mindereinnahmen in Höhe von 5 bis 7 Milliarden Euro im Jahr 2020 aus.

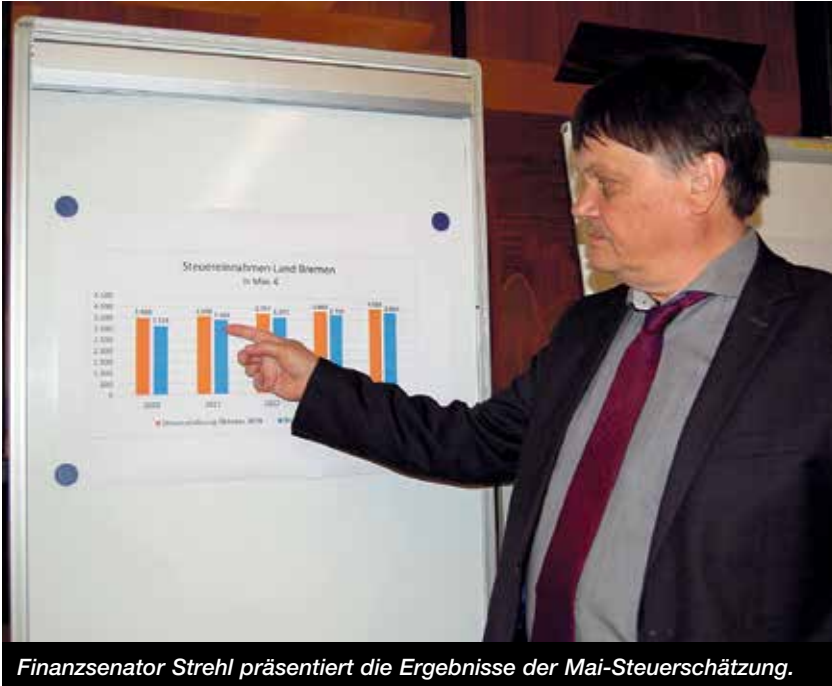
Die BSAG, die Regionalbusunternehmen sowie die DB und die NordWestBahn im Schienenverkehr leisten trotz der Einbußen in der Corona-Krise einen wichtigen Beitrag für die Aufrechterhaltung der Mobilität in Bremen und umzu. Der ÖPNV sei eine öffentliche Aufgabe, Teil der

Daseinsvorsorge und essenziell für die Erreichung der Klimaschutzziele des Bundes, heißt es hierzu von der Ministerkonferenz. Ohne Unterstützung könnten die Verkehrsunternehmen die massiven Einnahmeausfälle nicht schultern. Dr. Maike Schaefer, stellvertretende Vorsitzende der Verkehrsministerkonferenz und Bremer Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau: „Vor dem Hintergrund des Klimaschutzes und zur Sicherstellung einer ausreichenden Versorgung der Bevölkerung mit ÖPNV-Leistungen ist auch der Bund gefordert, jetzt einen finanziellen Zusammenbruch des ÖPNV-Systems zu verhindern. Die Lösung dieser Krise besteht nicht darin, wieder verstärkt

den Pkw zu nutzen. Das halten unsere Städte nicht aus. Zudem würde dann der Wirtschafts- und Güterverkehr darunter leiden.“ Daher müsse auch der Bund den ÖPNV in Stadt und Land auf Straße und Schiene finanziell stützen, um die Zukunft zu sichern. Der Rettungsschirm soll die öffentlichen Mittel für den ÖPNV so aufstocken, dass die Verkehrsunternehmen in die Lage versetzt werden können, die Corona-Krise zu überleben. „Nur so kann der Nahverkehr auch nach der Krise für nachhaltige Mobilität sorgen und seine zentrale Rolle für den Klimaschutz ausfüllen, um die im September 2019 beschlossenen Klimaschutzziele des Bundes zu erreichen“, ermahnt Senatorin Schaefer.

ERGEBNISSE DER MAI-STEUERSCHÄTZUNG

Steuereinnahmen brechen ein



Finanzsenator Strehl präsentiert die Ergebnisse der Mai-Steuerschätzung.

49 Millionen Euro weniger erwartet. Angesichts der Zahlen betont der Finanzsenator: „Es hätte verheerendere Folgen, die Ausgaben drastisch zu senken, wenn zusätzliche staatliche Hilfen zur Krisenbewältigung in ganz vielen Bereichen dringend benötigt werden. Wir müssen deshalb die Ausgaben kreditfinanziert sichern, um Schlimmeres zu verhindern.“ Bundesweit haben die Städte aufgrund des Steuereintruchs mit enormen Problemen zu kämpfen, die sie allein aus eigener Kraft nicht lösen können. Bremen und Bremerhaven bilden da keine Ausnahme. Dietmar Strehl erklärt: „Wir lassen unsere Kommunen nicht im Regen stehen. Das Land wird da helfen müssen – aber auch der Bund ist gefordert.“ Wie sich die Pandemie in den kommenden Monaten und Jahren entwickelt, ist ungewiss. Damit verbunden natürlich zum Beispiel auch die Frage, wie schnell sich die Wirtschaft erholt. Dietmar Strehl betont: „Im Zusammenhang mit der Corona-Krise lautet einer der häufigsten Sätze ‚Wir fahren auf Sicht‘. Das ist nicht zu ändern – erschwert aber logischerweise die Finanzplanung über mehrere Jahre hinweg. Ich schlage deshalb vor, die Entscheidung über den Haushalt 2021 zu verschieben. Vor den Sommerferien könnte der Haushalt 2020 wie geplant in zweiter Lesung beschlossen werden und der Haushalt 2021 Ende des Jahres. Dann sehen wir klarer, wie sich die Einnahmen im kommenden Jahr entwickeln.“

Die aktuellen Ergebnisse der Mai-Steuerschätzung bestätigen die Befürchtung, dass die Corona-Pandemie sich mit voller Wucht auch auf die Steuereinnahmen auswirkt. Im Vergleich zur Herbst-Steuerschätzung rechnet die aktuelle Prognose mit einem drastischen Einbruch der Steuereinnahmen.

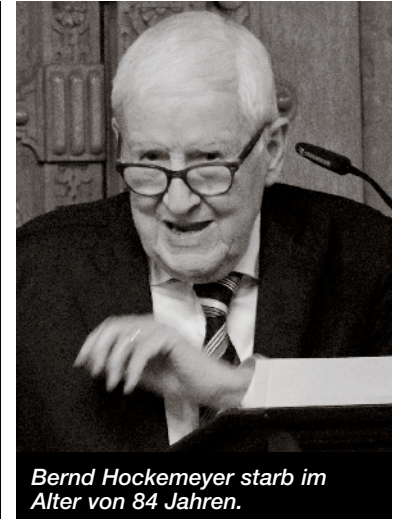
nenbereich wegbrechen, sind neue Kredite unausweichlich. Dagegen kann man nicht ansparen“, heißt es von Finanzsenator Dietmar Strehl. Laut Mai-Steuerschätzung wird das Land Bremen (inklusive Bundesergänzungszuweisungen, BEZ) 345 Millionen Euro weniger Steuereinnahmen haben, bei der Stadt Bremen (inklusive kommunalem Finanzausgleich, KFA) wird mit einem Minus von 223 Millionen Euro für 2020 gerechnet. Auch Bremerhaven verliert Steuereinnahmen (inklusive KFA) gegenüber der Herbst-Steuerschätzung: 2020 werden

„Ein Schlag ins Kontor. Die Steuereinnahmen brechen auf breiter Front ein – Gewerbesteuer, Einkommenssteuer und viele weitere Steuerarten sind im Sinkflug. Wenn Einnahmen im dreistelligen Millio-

VERDIENTE BREMER UNTERNEHMER-PERSÖNLICHKEIT VERSTORBEN

Trauer um Bernd Hockemeyer

Der Bremer Ehrenbürger Bernd Hockemeyer ist am 9. Mai im Alter von 84 Jahren gestorben. Senat und Handelskammer trauern um eine verdiente Bremer Unternehmerpersönlichkeit.



Bernd Hockemeyer starb im Alter von 84 Jahren.

Bernd Hockemeyer wurde am 27. Oktober 1935 in Bremen geboren. Nach einer zweijährigen Einzelhandelslehre und einem erfolgreichen Studium der Wirtschaftswissenschaften in Hamburg und München übernahm Hockemeyer die Leitung der Firma Gebrüder Thiele und baute systematisch das internationale Geschäft in Ostasien, Europa und den USA aus. Der überzeugte Hanseat hatte neben seinem unternehmerischen Wirken zahlreiche Funktionen und Ehrenämter inne, insbesondere auch im Bereich Kultur. „Bernd Hockemeyer hat sich wie kaum ein anderer um das Gemeinwohl Bremens verdient gemacht“, sagt Bürgermeister Andreas Bovenschulte. Hockemeyer war unter anderem zeitweise Mitglied der Bremer Bürgerschaft und wurde 1986 erstmals in das Plenum der Handelskammer Bremen gewählt. Von 1997 bis 2000 stand er als Präses an der ehrenamtlichen

Spitze der Handelskammer. Präses Janina Marahrens-Hashagen und Dr. Matthias Fonger, Hauptgeschäftsführer und I. Syndicus, sagen übereinstimmend: „Bernd Hockemeyer war ein Mensch, der seinen unternehmerischen Erfolg immer auch als Verpflichtung für das Gemeinwohl – das Bonum Commune, wie er häufig sagte – gesehen hat. Für unsere Handelskammer war er bis zuletzt ein außerordentlich wichtiger, umsichtiger und weitsichtiger Ratgeber.“

Freude am Fahren

 ZEIT FÜR NEUES.
ENTDECKEN SIE ATTRAKTIVE ANGEBOTE.

Immer noch ist unsere Geduld gefragt. Gut, wenn man sich auf etwas freuen kann: zum Beispiel auf eines unserer BMW Modelle zu attraktiven Konditionen. Informieren Sie sich jetzt bei uns.

BMW M135i xDrive

Saphirschwarz met., Stoff/Sensatec Schwarz, Sport-Automatik Getriebe Steptronic 18" M LMR Doppelspeiche 556 M Bicolor, M Sportbremse, M Sportlenkung, Multifunktion für Lenkrad, Sportsitze vorn, Active Guard Plus, LED-Scheinwerfer, Geschwindigkeitsregelung, Lichtpaket, ConnectedDrive Services, M Sportfahrwerk, M Lederlenkrad, M Aerodynamikpaket, M Heckspoiler, Ablagenpaket, Parking Assistant, Comfort Paket, Innenspiegel autom. abbl., Lordosenstütze / Sitzheizung vorn, Klimaautom., Entertainment Paket, DAB-Tuner, HiFi, BMW Gestiksteuerung, Business Paket Prof., Alarmanlage, BMW Head-Up Display, Connected Package Prof., Telefonie mit Wireless Charging, BMW Live Cockpit Professional, WLAN Hotspot, Vorbereitung Fahrerassistenz I u. v. m.

Leasingbeispiel von der BMW Bank GmbH*

Laufzeit	48 Monate	Laufleistung p.a.	10.000 km	Einm. Leasing-Sonderzahlung	2.500,00 EUR
Nettodarlehensbetrag	45.629,37 EUR	Sollzinssatz p.a.**	3,99 %		
Effektiver Jahreszins	4,06 %	Gesamtbetrag	21.652,00 EUR	48 mtl. Leasingraten à	399,00 EUR

Leasingangebot zzgl. 850,00 EUR Auslieferungspaket.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts: 8,2 / außerorts: 5,9 / kombiniert: 6,8 / CO₂-Emission komb.: 154 g/km. Energieeffizienzklasse: C. Fahrzeug ausgestattet mit Automatic.

* Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München; alle Preise inkl. 19 % MwSt.; Stand 05/2020. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen. ** Gebunden für die gesamte Vertragslaufzeit. Abb. ähnlich.

FreeseGruppe

H. Freese GmbH & Co. KG, Wilhelmshavener Heerstraße 9-17, 26125 Oldenburg, Tel. 0441 350250-0
 Kayser Autohaus GmbH & Co. KG, Bremer Heerstraße 259-261, 26135 Oldenburg, Tel. 0441 92060-0
 H. Freese GmbH & Co. KG, Am Hamjebusch 49, 26655 Westerstede, Tel. 04488 520200-0
 Autohaus H. Freese GmbH & Co. KG, An der Junkerei 6, 26389 Wilhelmshaven, Tel. 04421 300300-0
www.freese-gruppe.de

FIT FÜR DEN DIGITALEN WANDEL

unternehmensWert: Mensch

Digitale Tools, Homeoffice, Onlineshops – das Förderprogramm unternehmensWert:Mensch unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen bei der Gestaltung des digitalen Wandels.

Die Erstberatungsstelle des Förderprogramms unternehmensWert:Mensch (uWM) ist beim RKW Bremen angesiedelt und wird von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa kofinanziert. In einer kostenlosen Erstberatung per Videokonferenz werden zunächst die Förderfähigkeit geprüft und mögliche Herausforderungen des Unternehmens im digitalen Wandel skizziert. Die weitere Prozessberatung erfolgt dann im Betrieb beziehungsweise im Homeoffice. „Ziel ist es, Mitarbeitende wie Geschäftsführung dabei zu unterstützen, innovative Lösungswege für die konkreten betrieblichen Herausforderungen im Kontext der Digitalisierung zu erarbeiten“, erklärt RKW-Geschäftsführer Harm Wurthmann.

Das Programm uWM richtet sich in allen Bundesländern an KMU, die mindestens zwei Jah-



Dustin Wiemann vom IT-Unternehmen 12systems

re bestehen und weniger als 250 Mitarbeitende beschäftigen. Die Förderung mit dem Fokus auf Digitalisierung umfasst 12 Beratungstage. Die Kosten der Beratung werden zu 80 Prozent bezuschusst. Das Programm wird durch den Europäischen Sozialfonds sowie das Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert. Anfang Mai konnten in Bremen die ersten drei Unternehmen starten: 12systems, Huth Zaun- und Torsysteme sowie Augenoptiker Frenz. 12systems aus der Überseestadt hatte Homeoffice schon vor der Corona-Krise eingeführt, somit konnte das Geschäft

zwar eingeschränkt, aber dennoch gleich weiterlaufen. Mit dem neuen Förderprogramm soll die aktuelle Phase nun genutzt werden, um die digitale Zeiterfassung zu optimieren, eine Kollaborationsplattform zu etablieren und eine Kultur der Selbstorganisation zu entwickeln. „Wir freuen uns gerade jetzt auf den Beratungsstart, denn so können wir die Krise nutzen und uns gemeinsam auf die Zeit danach vorbereiten, wir sind gespannt auf die Entwicklungen!“, sagt der Geschäftsführer des IT-Unternehmens, Dustin Wiemann.

UNTERSTÜTZUNG FÜR LIEFERKETTEN

ZENTRALE KONTAKTSTELLE

Die Handelskammer Bremen und die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa richten eine Kontaktstelle für internationale Lieferketten ein, die von Störungen betroffen sind. Diese Kontaktstelle soll dabei helfen, durch COVID-19 entstandene systematische Probleme zu beheben und durch politische Flankierung eine zügige Bearbeitung zu garantieren.

Durch die Corona-Pandemie wurden internationale Lieferketten gestört oder sogar vollständig unterbrochen. Auch die aktuell laufende Wiederaufnahme der wirtschaftlichen Aktivitäten verläuft alles andere als problemlos. Deshalb haben Bund und Länder bereits im April beschlossen, zentrale Kontaktstellen für internationale Lieferketten zu schaffen. Diese können zum Beispiel dann tätig werden, wenn es zu Störungen der Lieferkette durch neu entstandene Handelshemmnisse oder protektionistische Maßnahmen

kommt, es abweichende Regelungen in gesetzlichen Quarantäne-Verordnungen, Rohstoffengpässen oder auch spezifische Verfahrensfragen zu Exportdokumenten gibt. Hierfür wird im Hintergrund ein Kommunikations- und Lösungsnetzwerk mit Bundesministerien, Länderministerien und Verbänden agieren, das einen unmittelbaren, fallspezifischen Austausch ermöglicht, der sich an den Erfahrungen der Unternehmen ausrichtet und ihre Interessen berücksichtigt. Bereits seit Beginn der Corona-Krise bietet die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven über eine Telefon-Hotline gezielte Beratungen zu außenwirtschaftlichen Fragestellungen an. Mit Einrichtung der neuen Kontaktstelle wird diese durch ein gemeinsam genutztes E-Mail-Postfach ergänzt und damit in Abstimmung und Kooperation mit der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa zur bremischen Kontaktstelle für internationale Lieferketten ausgebaut. Handelskammer-Hauptgeschäftsführer Dr. Matthias Fonger betont: „Für einen international orientierten Industrie- und Handelsstandort wie Bremen, aber auch für die gesamte deutsche Wirtschaft sind funktionierende nationale und internationale Lieferketten von erheblicher Bedeutung. Senatorin Vogt sieht in der Einrichtung der Kontaktstelle für internationale Lieferketten ein hervorragendes Beispiel für die gute Zusammenarbeit zur Bewältigung der Corona-Krise zwischen Senat und Handelskammer: „Ich freue mich, dass wir unseren Unternehmen die gemeinsame Kompetenz zur bestmöglichen Unterstützung in Bezug auf Probleme in den Lieferketten zur Verfügung stellen können.“



Dr. Matthias Fonger betont die Wichtigkeit von nationalen und internationalen Lieferketten.

FORTFÜHRUNG DES SEMESTERTICKETS

„Eine Herzensangelegenheit“

Nach festgefahrenen Gesprächen mit dem VBN über die Kosten des Semestertickets haben sich nun Bürgermeisterin und Verkehrsministerin Dr. Maïke Schaefer und Verkehrsministerin Dr. Claudia Schilling gemeinsam mit den Studierendenvertreterinnen und -vertretern der Bremer Hochschulen auf eine Fortführung des Tickets geeinigt.



Das Semesterticket ist gerettet.

„Der Erhalt des Solidarverbundes Semesterticket ist mir eine Herzensangelegenheit. Es freut mich sehr, dass die Studierendenvertretungen unsere gemeinsamen konstruktiven Gespräche zum Anlass nehmen, das Semesterticket nicht zu kündigen. Die Situation war verfahren und zeitkritisch. Dennoch haben beide Seiten Gesprächsbereitschaft gezeigt und einen guten Kompromiss erzielt. Das Semesterticket ist für mich ein sehr wichtiger Bestandteil bei der Verkehrswende und der damit notwendig verknüpften Attraktivitätssteigerung des Umweltverbundes“, erklärt Bürgermeisterin

und Verkehrsministerin Dr. Maïke Schaefer. Auch die Senatorin für Wissenschaft und Häfen, Dr. Claudia Schilling, spricht sich für die Fortführung des Semestertickets aus, von dem nicht nur die Attraktivität der Hochschulstandorte in Bremen und Bremerhaven und der ganzen Wissenschaftslandschaft im Land Bremen profitiert. „Von dem Verhandlungsergebnis werden die

Studierenden profitieren, weil es die Grundlage für einen mittel- und langfristig sozial tragbaren Ticketpreis für die Nutzung des ÖPNV legt. Zudem werden wir für alle Studierenden, die durch die Corona-Krise in finanzielle Not geraten sind, den ASTA-Härtefallfonds deutlich ausweiten“, erklärt Dr. Schilling. Die Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau und die Senatorin für Wissenschaft und Häfen erklärt, dass Studierende aufgrund der derzeitigen Corona-Pandemie einen Zuschuss auf 60.000 Euro erhalten, studentische Hilfskräfte erhalten zu den Härtefallanträgen Unterstützung in Höhe von maximal 5.000 Euro. Die Kosten für das VBN-Semesterticket werden nicht erhöht. Die Mitnahme wird auf Kinder mit 6 bis 15 Jahren erweitert. Die Freie Hansestadt Bremen veranlasst derzeit gutachterliche Untersuchungen der Tarifstruktur des Semestertickets in der Stadt Bremen, mögliche Kosten für diese Maßnahmen sollen hälftig geteilt werden.

SCHNELLERER AUSBAU BESCHLOSSEN

OFFSHORE- VEREINBARUNG

Der Bund, die Küstenländer sowie die Übertragungsnetzbetreiber haben Anfang Mai eine gemeinsame Offshore-Vereinbarung beschlossen.

Bund, Küstenländer und Übertragungsnetzbetreiber haben eine Vereinbarung zum schnelleren Offshore-Ausbau beschlossen. Das darin enthaltene Ziel ist, die Voraussetzungen zu schaffen, dass im Jahr 2030 Windkraftanlagen mit einer installierten Gesamtleistung von 20 Gigawatt in Nord- und Ostsee an das Stromnetz angeschlossen sind. Das bisherige Ziel lag bei 15 Gigawatt. „Dieser zielstrebige Schritt ist ein weiterer entscheidender Baustein, um die Klimaziele zu erreichen. Gleiches gilt für die dringend erwartete Nationale Wasserstoffstrategie“, so IHK Nord-Vorsitzende Janina Marahrens-Hashagen.

Mit der Vereinbarung wurden detaillierte Zeitpläne vorgelegt und Meilensteine gesetzt, um die herausfordernde Planung, Genehmigung, Installation und Integration in das Stromnetz aufeinander abzustimmen. Der bereits 2019 von der Bundesnetzagentur bestätigte Netzentwicklungsplan sieht vor, in den Jahren von 2021 bis 2030

insgesamt 14 neue Offshore-Anbindungsleitungen zu realisieren – davon eine in Schleswig-Holstein, fünf in Mecklenburg-Vorpommern und acht in Niedersachsen. Zudem prüft der Bund Möglichkeiten zur Beschleunigung der Planungs- und Genehmigungsverfahren. Hervorgehoben wird dabei, dass die erforderlichen Netzkapazitäten rechtzeitig geschaffen werden sollen. Diese und weitere Maßnahmen werden in die Novelle des Windenergieauf-See-Gesetzes noch im ersten Halbjahr 2020 einfließen.



IHK Nord-Vorsitzende Janina Marahrens-Hashagen

STARK
GEBÄUDEREINIGUNG

WIR MACHEN UNS FÜR SIE STARK!

SAUBERE ARBEIT
**HEUTE WICHTIGER
DENN JE!**

Wir sind Ihr Ansprechpartner für professionelle und hygienische Gebäudereinigung. Gehen Sie mit uns in eine saubere und sichere Zukunft.



Stark Gebäudereinigung GmbH · An der Riede 4 · 28816 Stuhr · Tel.: 0421 806000 · www.stark-service.de

BREMISCHE GESELLSCHAFTEN

Geringere Einnahmen

Natürlich machen die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auch nicht vor den Bremischen Gesellschaften halt, entsprechend zog das Finanzressort im Mai eine erste Zwischenbilanz.

Diverse öffentliche Unternehmen rechnen mit teilweise drastisch sinkenden Einnahmen. „Die enormen Geschäftseinbrüche in einigen Gesellschaften verdeutlichen, wie wichtig der Bremen-Fonds zur Bewältigung der Corona-Folgen auch in diesem Bereich ist. Noch ist offen, wie viel Geld am Ende gebraucht wird, um unsere Mehrheitsbeteiligungen bei der Bewältigung der Krise zu unterstützen“, betont Finanzsenator Dietmar Strehl. Mit einem 1,2 Milliarden Euro umfassenden Fonds will der Senat die notwendigen Mittel bereitstellen. „Wir brauchen das Geld dringend, um einer drohenden langfristigen Rezession, steigender Arbeitslosigkeit und sozialen Notlagen entgegenzutreten zu können – in der Privatwirtschaft und unseren eigenen

Unternehmen. Klar ist aber auch, dass wir vom Bund in bestimmten Bereichen ein noch größeres Engagement erwarten – zum Beispiel in den Bereichen Kliniken, Häfen und Flughäfen. Gemeinsam mit anderen Ländern und Kommunen setzen wir uns auf Bundesebene für Nachbesserungen ein.“ Beispiele für Bremische Gesellschaften mit Einbußen durch die Corona-Pandemie: BLG ist als internationaler Logistikdienstleister von weltweiten Produktionen und Handelswegen abhängig und hat die Auswirkungen der Pandemie bereits im Januar zu spüren bekommen. Der Flughafen Bremen fertigt seit Ende März keine Linienflüge mehr ab. Da Zulieferer und Mieter ebenfalls von den eingebrochenen Passagierzahlen betroffen sind, wurden zudem Mieten ausgesetzt oder Mietverträge bereits gekündigt. Auch die Bremer Straßenbahn hat weniger Einnahmen durch geringere Fahrgastzahlen. Gleichzeitig wurde bewusst entschieden, das ÖPNV-Angebot auf hohem Niveau aufrechtzuerhalten.



BLG spürte die Auswirkungen der Pandemie bereits im Januar.

AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE AUF DIE JUSTIZ

„Digitalisierung kommt große Bedeutung zu“

Darüber, welche Auswirkungen die Corona-Pandemie auf die Justiz in Bund und Ländern hat, wie die Gerichte, Staatsanwaltschaften, Soziale Dienste oder der Justizvollzug mit den Herausforderungen durch das Virus umgehen sollen und wie es um die Grundrechte des Einzelnen steht, berieten Justizministerinnen und -minister (JuMiKo) kürzlich in einer Videokonferenz. Bei dem virtuellen Treffen ging es auch um Chancen und Risiken der Digitalisierung.



Dr. Claudia Schilling beriet mit den Justizministerinnen und -ministern (JuMiKo) kürzlich in einer Videokonferenz.

„Einig waren wir uns darin, dass dem Thema der Digitalisierung bei der Bewältigung der Pandemie eine große Bedeutung zukommt. Angefangen von der Möglichkeit, zur Kontaktvermeidung im Homeoffice zu arbeiten, über die laufende Umstellung auf die E-Akte bis hin zu ‚Online-Verhandlungen‘“, berichtet die Bremer Senatorin für Justiz und Verfassung, Dr. Claudia Schilling. Bei Letzteren war man sich einig, dass sie für die Öffentlichkeit zugänglich und damit kontrollierbar sein müssen. Laut Dr. Schilling herrschte bei vielen Themen große Übereinstimmung. „Etwa was die

Rolle der Justiz für den gesellschaftlichen Zusammenhalt angeht, aber auch in der Bewertung des Status quo: Unser Rechtsstaat und die Grundrechte standen und stehen nicht unter Pandemie-Vorbehalt! Der grundgesetzlich garantierte Zugang zum Recht blieb und bleibt auch während dieser Ausnahmesituation gewährleistet“, so Schilling. Nicht zuletzt aufgrund des Einsatzes der Beschäftigten der Justiz habe zudem die Kontrollfunktion und Leistungsfähigkeit der Justiz beispielsweise auch bei der Über-

prüfung der teils weitreichenden Verfügungen zur Eindämmung des Infektionsgeschehens unter Beweis gestellt werden können. Völlig klar sei dabei, dass zur Eindämmung der Pandemie notwendige Grundrechtseinschränkungen stets und fortlaufend auf ihre Verhältnismäßigkeit und ihren Nutzen zu überprüfen sind. „Der notwendige Gesundheitsschutz und die Freiheit des Einzelnen sind in einen sinnvollen und verantwortbaren Ausgleich zueinander zu bringen, ohne mit unseren verfassungsrechtlichen Grundprinzipien zu brechen. Dabei bleibt es“, betont die JuMiKo-Vorsitzende. Gemeinsam wollen die Justizministerinnen und -minister der Länder weiterhin im Gespräch bleiben und insbesondere die Voraussetzungen für einen weiteren Ausbau der Digitalisierung samt möglicher länderübergreifender Schnittstellen prüfen: angefangen mit der flächendeckenden Ausstattung der Justiz mit Videokonferenztechnik über den generellen Ausbau der IT-Infrastruktur bis hin zum Ausbau von Online-Fortbildungsangeboten für die Justiz-Beschäftigten.

ZAHNZENTRUM

N O R D W E S T



NEU!
 // Gute Anbindung
 // Kostenlose Parkplätze
 // Bahnhofsnahe

VEREINBAREN SIE NOCH HEUTE IHREN TERMIN:

☎ 04408 7477

🌐 online auf unserer Homepage

ZahnZentrum NordWest
 Brinkmanns Kamp 1 / Am Bahndamm // 27798 Hude

SPRECHZEITEN

// ZAHNARZTPRAXIS
 Mo – Fr: 08 – 19 Uhr
 Sa: 08 – 12 Uhr

// DENTA CLINIC
 Mo – Fr: 08 – 19 Uhr
 Sa: 08 – 12 Uhr

// KIEFERORTHOPÄDIE
 Mo – Fr: 14 – 19 Uhr
 Sa: 08 – 12 Uhr

// PROPHYLAXE
 Mo – Fr: 07 – 20 Uhr
 Sa: 08 – 12 Uhr

Alles unter einem Dach!

Hude. Das neu gebaute ZahnZentrum mit integrierter Tagesklinik für Implantologie und Dentalchirurgie bietet ein eigenes Zahntechnik-Meisterlabor sowie modernste Behandlungsmethoden in allen Fachbereichen – sei es in der allgemeinen Zahnheilkunde, der Anästhesiologie, der Kieferorthopädie oder im Bereich Prophylaxe.

www.zzhu.de

DIE SITUATION BEI BREMENPORTS

Im Auge des Sturms



Dr. Andreas Bovenschulte (l.) zu Besuch bei Robert Howe im Bremerhavener Hafen

Die Bremischen Häfen haben schon vor der Krise einstecken müssen – ein Vorspiel dessen, was nun auf sie zusteuert. Senat und bremenports haben sich auf das Vorgehen in der Krise abgestimmt und gleichzeitig den Kurs für eine grüne Zukunft gesetzt. Dafür muss noch weitaus mehr unternommen werden, als nur die bedürftigen Kajen zu ertüchtigen.

Senatspräsident Dr. Andreas Bovenschulte und bremenports-Geschäftsführer Robert Howe gönnten sich Anfang Mai eine Hafenerundfahrt auf dem Arbeitsschiff „Hol Blank“, um die derzeitige Lage bei den Häfen zu thematisieren. „Ich bin beeindruckt, wie sich alle Beteiligten untergehakt haben, um in diesen angespannten Zeiten dafür zu sorgen, dass unsere Häfen jeden Tag rund um die Uhr offen sind“, lobte Bovenschulte. „Die Häfen im Land Bremen leisten so in Krisenzeiten einen unverzichtbaren Beitrag für die Aufrechterhaltung der Lieferketten. Die privaten und öffentlichen Akteure im Hafen haben gezeigt, dass sich die Wirtschaft und Verbraucher in Deutschland auf sie verlassen können.“ Er hatte noch weitaus mehr mitgebracht als nur lobende Worte: Auf Anregen der Senatorin für Wissenschaft und Häfen wurde eine ganze Reihe von Maßnahmen auf den Weg gebracht, um Hafenbetrieb und Logistik unter die Arme zu greifen. Dazu zählen Stundungen der Miet-, Pacht- und Erbbauzinszahlungen, ebenso der

Hafengebühren. Weiterhin wurde die bis dato anstehende Erhöhung der Erbbauzinsen ausgesetzt. Das Land sei in Vorleistung gegangen, so Bovenschulte, weil die Häfen einen systemrelevanten Teil der heimischen Wirtschaft abbilden. „Deshalb ist es auch eine nationale Aufgabe, einen Beitrag zu leisten. Hierzu wird im Weiteren mit der Bundesregierung zu sprechen sein“, kündigte er an.

BAUEN UND BAGGERN

Der Hafen hat aber auch noch andere Baustellen vor sich: etwa die einen Kilometer lange Columbuskaje neu zu errichten. Der Startschuss des 80 Millionen Euro schweren Projekts ist für 2022 angesetzt. Noch dieses Jahr beginnt der Neubau der Kaje 66. Und auch am Herzstück, dem Containerterminal, stehen in absehbarer Zeit Ertüchtigungen an, um mit dem Wettrüsten immer gigantischerer Containerschiffe mitzuhalten zu können: Neue Containerbrücken sind da nur ein Mosaik des Mammutvorhabens, die Stromkaje

in eine neue Zeit zu überführen. Dazu zählt dann auch die Vertiefung der Außenweser, verdeutlicht Bovenschulte: „Dies ist ein Konjunkturprogramm für die bremischen Häfen. Es ist dringend erforderlich, dass der Bund die erforderlichen Planungen zügig voranbringt.“

DER WAHRE EINBRUCH KOMMT ERST NOCH

Immerhin: Trotz der sich dann bereits anbahnenden Krise haben die Bremischen Häfen im ersten Quartal zugelegt. Der Gesamtumschlag stieg zum Vorjahreszeitraum um rund ein Prozent auf knapp 18 Millionen Tonnen, vor allem der Export legte hierbei mit einem Wachstum von knapp fünf Prozent auf neun Millionen Tonnen zu. Besonders positiv entwickelte sich das Geschäft mit nicht-containerisiertem Stückgut,



Diesige Aussicht: Wie sich der Hafenexport in den kommenden Monaten entwickeln wird, weiß derzeit wohl niemand.

das um 12 Prozent, das entspricht 2,4 Millionen Tonnen, zulegte. „Die Entwicklung im ersten Quartal zeigt mir, dass die generelle Aufstellung unserer Häfen gut und robust ist. Dies ist eine gute Basis für die Zeit nach der Pandemie“, bewertete Häfensenatorin Dr. Claudia Schilling die Zahlen. Auf der anderen Seite gab es aber auch Verlierer: Der Autoumschlag brach um annähernd 16 Prozent auf 455.000 Fahrzeuge ein, während der Massengutumschlag über neun Prozent Verlust bei rund zwei Millionen Tonnen beklagt. Die Ursachen hierfür sind exklusiv in der Corona-Krise verortet: Frühe Produktionsstopps der Zulieferfirmen führten zum Auto-Kollaps, der mangelnde Umschlag von Kohle und Koks zu jenem der Massengüter. Schilling warnte, dass dies erst das Vorspiel gewesen sei: „Wir rechnen damit, dass der Umschlag im zweiten Quartal zurückgeht. Dies wird aber nicht an allen Terminals gleichermaßen geschehen, sondern jeweils von den spezifischen Marktgegebenheiten und Kundenstrukturen abhängig sein.“ Für den weiteren Verlauf des Jahres hegte sie die Hoffnung einer Wiederbelebung der Umschläge. „Deshalb ist es gerade in diesen Zeiten so immens wichtig, dass wir weiter in unsere Häfen und in unsere Anbindungen an das Hinterland und zu unseren Kunden investieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben.“

HÄFEN STEHEN UNTER STROM

Wettbewerbsfähig bleiben bedeutet für bremenports auch, ungeachtet einer herrschenden Krise sich auf die andere vorzubereiten und in den Klimaschutz zu investieren. Für das Projekt „Der CO₂-neutrale Hafen Bremen/Bremerhaven“ winkt Ende Mai der mit 10.000 Euro dotierte NordWest Award 2020 der Metropolregion Nordwest. Schilling richtete sogleich herzliche Glückwünsche aus: „Nachhaltigkeit ist ein zentraler Baustein unserer Hafenpolitik. Der Preis ist der verdiente Lohn für mehr als ein Jahrzehnt engagierter Nachhaltigkeitsarbeit unserer Hafenmanagementgesell-

schaft.“ Gegenüber 2011 konnten die Häfen ihren CO₂-Ausstoß um enorme 70 Prozent senken. Mit weiteren Projekten wie „SHARC“, an dessen Ende ein Kombi-Konzept für den smarten Hafen samt Einsatz erneuerbarer Energien stehen soll, soll es fleißig weitergehen. Landstromanlagen spielen eine entscheidende Rolle für die elektrische Transformation der Schifffahrt, führte Schilling an: Bereits in der Vergangenheit wurden nahezu alle kleineren Arbeitsschiffe damit ausgestattet, nun gehe es an die Versorgung großer Schiffe wie RoRo-Fähren und Kreuzfahrer. Auch die Bremische Hafeneisenbahn, die aus relativer Betrachtung bereits größte Hafeneisenbahn der Welt, soll einen weiteren Push erhalten und den umweltfreundlichen Transport mit der Schiene befördern.



Cyberangriffe nutzen Schlupflöcher in der digitalen Abwehr schamlos aus, gerade mit Blick auf Millionen neue Homeoffice-Zugänge.

ANGRIFF AUFS HOMEOFFICE

Bis dahin gilt es noch einige Probleme anzugehen. Vor einem warnte bremenports ganz besonders: Cyberangriffe nämlich hätten in den letzten Wochen gefährlich zugenommen. Ein Hauptgrund: die Neueinrichtung vieler Arbeitnehmer im Homeoffice. Deren Anschlüsse böten ein willkommenes Ziel für Angreifer, da leider längst nicht immer auf gesicherte Verbindungen und aktualisierte Softwarelösungen gesetzt werde. Mit Phishing-Angriffen werde auf sensible Daten abgezielt. Abwehrfilter hebt bremenports als Maßnahme hervor wie auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter; Unternehmen der Bremischen Häfen könnten sich direkt an den Port Cyber Security Officer wenden, um Lösungen zu besprechen.

Für bremenports-Geschäftsführer Robert Howe stehen stürmische Zeiten bevor. Er betrachtet sie lieber als eine „Fülle von spannenden Herausforderungen, gerade im Bereich Container.“ Er sieht Bremerhaven gut für die Zukunft gerüstet, hartem Wettbewerb und Corona zum Trotz.

KOLUMNE

DIGITAL NETZWERKEN

Immer mehr Unternehmer setzen inzwischen auf eine Kundenakquise mithilfe von Businessnetzwerken wie Xing und LinkedIn, denn dort erreichen sie wichtige Entscheider auf direktem Weg. Dabei läuft die Leadgenerierung mithilfe von Tools und Bots oftmals komplett automatisch ab und erzeugt so eine höhere Reichweite und Effektivität.

Seriöses Auftreten

Potenzielle Interessenten prüfen den Onlineauftritt des Geschäftspartners vor einer Zusammenarbeit. Deshalb sollte das eigene Profil bei Xing oder LinkedIn so

seriös wie möglich wirken. Um sich mit möglichen Interessenten auf den Businessplattformen zu vernetzen, sollten Unternehmer zuerst ihre Zielgruppe definieren. Diese lässt sich im Anschluss mithilfe von verschiedenen Bots und Tools gesammelt kontaktieren. Für das Anschreiben stehen je nach Businessnetzwerk lediglich 300 bis 600 Zeichen zur Verfügung. Ein Link zu einer Landingpage gehört immer dazu, um zu sehen, ob seitens der Empfänger grundsätzlich Interesse am Angebot besteht. Haben sich Interessent und Vertriebler online vernetzt, beginnt der telefonische

Kontakt. Insbesondere im B2B-Bereich lassen sich Verkäufe in den meisten Fällen nicht komplett online abschließen. Persönliche Gespräche eignen sich am besten, um das Vertrauen potenzieller Kunden zu gewinnen.

Fehler vermeiden

Auch im Internet gelten gewisse soziale Konventionen. So wird online in Nachrichten gesiezt, duzen gilt als unprofessionell. Außerdem macht es einen schlechten Eindruck, wenn durch kleine Unaufmerksamkeiten wie das falsche Anredepronomen – oder noch schlimmer: den falschen Namen

– offensichtlich wird, dass es sich um ein Massenmailing handelt. Niemand bekommt gern Nachrichten, die vermeintlich wahllos von Bots versandt wurden. Auch wenn die Kontaktaufnahme online stattfindet, legen die Empfänger trotzdem Wert auf individuelle Nachrichten. Außerdem gilt es mögliche Interessenten nicht mit zu vielen Nachrichten zu belästigen. Wenn bei Xing oder LinkedIn darüber Beschwerden eingehen, dass ein Kontakt lediglich Spam verbreitet, wird dieser abgestraft, indem seine Reichweite gesenkt oder sein Profil sogar gesperrt wird.



OLIVER KERNER

Professioneller Vertriebs-trainer, Speaker und Coach aus Bremen und Gründer von OK-Training

E-Mail: info@ok-trainings.com
Telefon: 0172 7892304

**JETZT AB 259,00 EUR
IM MONAT LEASEN.**



DER ERSTE VOLLELEKTRISCHE MINI.

Die erste vollelektrische Wertanlage: Der neue MINI Cooper SE wurde von AUTO BILD für seinen hohen Wiederverkaufswert in 4 Jahren zum Wertmeister 2020 gekürt. Erleben Sie ihn jetzt im MINI Center Oldenburg.

Moonwalk Grey metallic, Stoff Double Stripe Carbon Black, 16" MINI Electric Revolite Spoke, Multifunktion für Lenkrad, MINI Driving Modes, Akustischer Fußgängerschutz, LED-Scheinwerfer, Klimaautomatik, DAB Tuner, Dach und Spiegelkappen in Schwarz, Connected Navigation: Teleservices, ConnectedDrive Services, Real Time Traffic Information, Remote Services, Apple CarPlay Vorbereitung, MINI Connected, MINI Navigation, Trim S: Beifahrersitz-Höhenverstellung, Geschwindigkeitsregelung mit Bremsfunktion u. v. m.

LEASINGBEISPIEL DER BMW BANK GMBH: MINI COOPER SE 3-TÜRER

MINI COMFORT

Anschaffungspreis:	25.645,88 EUR	36 monatliche Leasingraten à:	259,00 EUR
Leasingsonderzahlung:	3.000,00 EUR	Sollzinssatz p. a.*:	3,99 %
Laufleistung p. a.:	10.000 km	Effektiver Jahreszins:	4,06 %
Laufzeit:	36 Monate	Gesamtbetrag:	12.324,00 EUR

Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München; alle Preise inkl. 19 % MwSt.; Stand 05/2020. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen.

* gebunden für die gesamte Vertragslaufzeit

Wir vermitteln Leasingverträge an die BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München und weitere Partner.

Zzgl. 890,00 EUR für Zulassung, Transport und Überführung.

Stromverbrauch kombiniert: 15,4 kWh/100 km, CO₂-Emission kombiniert: 0 g/km, Kraftstoffverbrauch kombiniert: 0,0l/100 km, Energieeffizienzklasse: A+. Fahrzeug ausgestattet mit Automatic Getriebe.

MINI Cooper SE: Offizieller Stromverbrauch kombiniert: 16,8 -14,8 kWh/100 km. Die Angaben zum Stromverbrauch wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 715/2007 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben berücksichtigen bei Spannbreiten Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße. Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet.

H. Freese GmbH & Co. KG
Wilhelmshavener Heerstr. 9-17
26125 Oldenburg
Tel. 0441 350250-0
info@freese-gruppe.de
www.freese-gruppe.de

FreeseGruppe

DER NEUE MINI COOPER SE. WIR FREUEN UNS AUF SIE.



CORONA-CONTAINMENT-SCOUTS



Das Gesundheitsamt will dank zusätzlicher Helfer noch effektiver Infektionsketten kappen.

Wie man einen unsichtbaren Gegner aufspürt

Infektionsketten nachvollziehen, Leben retten: So lautet die noble Aufgabe der frisch rekrutierten Corona-Containment-Scouts. Senatorin Claudia Bernhard gibt Auskunft über die Details ihrer Mission und zukünftig gesteckte Ziele.

Die sukzessive eingetretenen Lockerungen mögen vielen Menschen im kleinsten Bundesland für den Moment eine Atempause verschafft haben. Mittlerweile sind wieder Versammlungen mit bis zu 20 Personen in geschlossenen Räumen und sogar bis zu 50 Personen außerhalb möglich, zumindest im privaten Bereich. Aber das Coronavirus ist immer noch irgendwo da draußen, eine erneute Kettenreaktion alles andere als ausgeschlossen. Als Mitte Mai eine Gaststätte bei Leer ihre Wiedereröffnung feierte, wurden kurz darauf zahlreiche Neuinfektionen gemeldet, weit über 100 Personen mussten sich in häusliche Quarantä-

ne begeben. Der Gaststättenbetreiber bestreitet jeglichen an ihn gerichteten Vorwurf: Mindestabstände seien zu jeder Zeit eingehalten, Gästelisten penibel geführt worden. Ein bitterer Reminder daran, welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, wenn sich die exponentielle Wirkung einmal entfalten kann. Und daran, wie immens wichtig es

ist, Infektionsketten frühzeitig zu kappen. Das Bremer Gesundheitsamt hat mit dieser Schnitzeljagd derzeit alle Hände voll zu tun. Da trifft es sich, dass hochmotivierte Studenten dem Aufruf gefolgt sind, sich zum Corona-Containment-Scout schulen zu lassen. Bereits Anfang Mai haben die ersten 30 ihre Arbeit aufgenommen: Zunächst bis



Gesundheitssenatorin Bernhard begrüßt die ersten 30 Containment-Scouts.

Ende Oktober besteht ihre Aufgabe darin, Kontaktpersonen Infizierter zu ermitteln, Cluster aufzudecken und so die Verbreitungswege des Virus nachzuvollziehen.

HUMANE RESSOURCENPLANUNG

Gesundheitssenatorin Claudia Bernhard führt aus, dass für Gesundheitsämter die Kontaktpersonennachverfolgung im Falle von Infektionserkrankungen längst Usus ist. Im Falle Coronas hätten sich jedoch jäh die Spielregeln geändert: „Der Umfang dieser Arbeit ist bei einer Pandemie natürlich ein ganz anderer, viel größerer als im Alltagsgeschäft.“ So entstand die Idee der Containment-Scouts, um die etwa 80 Mitarbeiter des Gesundheitsamts bei ihrer kritischen Aufgabe zu unterstützen. Mit ihrer Hilfe will Bremen zum einen die Vorgabe der Bundesregelung erfüllen, pro 20.000 Einwohner ein Fünfer-Team zur Verfügung zu haben. „Zum anderen wollen wir vorbereitet sein auf eine eventuelle Situation, in der unsere eigenen Ressourcen dafür nicht mehr ausreichen“, gibt Bernhard zu bedenken. Es müssten ja auch andere Routine-Arbeiten betreut werden, die aufgrund der Pandemie ins Hintertreffen geraten sind, etwa die reisemedizinische Beratung. Nicht zuletzt hätten ihre Mitarbeiter in den letzten Monaten unter großer Last enorme Dienste geleistet, daher sollen sie personell entlastet werden. Was motiviert wiederum die Studenten an ihrer neuen Aufgabe? „Bei dieser Gruppe ist aktuell mehr Zeit vorhanden, da die Universitätsveranstaltungen nicht im regulären Rahmen stattfinden. Sie alle wollen einen Beitrag leisten, die aktuelle Situation zu meistern, und sich aktiv einbringen.“ Ebenso, führt die Senatorin an, nutzen einige von ihnen den Feldeinsatz für erste Praxiserfahrungen, da sie ohnehin inhaltlich verwandte Studiengänge belegt haben.

WAS MÜSSEN FIRMAN BEACHTEN?

Mithilfe der Containment-Scouts befindet sich der Standort theoretisch in einer selten vorteilhaften Lage, bei der Corona-Bekämpfung schnelle Fortschritte erzielen zu können. Sicherlich auch ein Vorteil für produzierende Gewerbe, die ihre Mitarbeiter nicht kurzerhand ins Homeoffice schicken können. In den Betrieben vor Ort werden die Scouts jedoch nicht eingesetzt, grenzt Bernhard ein: Stattdessen werde, sofern Bedarf besteht, der Kontakt in erster Linie telefonisch aufgenommen. Dann seien Arbeitgeber gut darin beraten, einen Betriebsarzt zur Stelle zu haben, der bei der Kontaktpersonennachverfolgung mit Daten aushelfen kann.

Beispielsweise: „Wann haben die positiv Getesteten Kontakt zu wem gehabt, wie sind die Kontaktwege innerhalb der Betriebe, wo begegnen sich Beschäftigte? Das alles sind Informationen, die sehr hilfreich bei der Arbeit sind.“ Auch den Arbeitnehmern müsse im Fall einer Infektion bewusst sein, mit wem sie zuvor in Kontakt standen: Das helfe unmittelbar dabei, die Infektionen einzudämmen. Bezüglich Datenschutz-Befürchtungen beruhigt Bernhard: Das Thema werde im Gesundheitsamt stets großgeschrieben und sei bereits ein elementarer Baustein bei der Schulung der Scouts gewesen.



Claudia Bernhard

FÜR DIE ZUKUNFT GERÜSTET

Zu den 30 Bremer Scouts sind 25 gestoßen, die sich in Bremerhaven auf Fährten suche begeben. Die Seestadt scheint damit zunächst passabel ausgestattet – das Hansestadt-Kontingent wiederum wird zeitnah um 50 weitere Helfer aufgestockt. Die Gesundheitssenatorin denkt flexibel: „Auch noch weitere Einstellungen sind möglich, das hängt vom Infektionsgeschehen ab.“ Der weitere Verlauf der Pandemie bedinge, in welchem Umfang und wie lange die Scouts zum Einsatz kommen, auch eine Weiterbeschäftigung über den Oktober hinaus sei denkbar. Sie ist optimistisch eingestellt, denn bereits beim ersten Ausbruch im März konnte eine rapide Verbreitung des Virus dank „hervorragend“ greifender Kontaktbeschränkungen eingedämmt werden. „Seitdem bewegen wir uns auf einem recht konstanten Niveau. Die Kliniken haben erfolgreich Kapazitäten zur Behandlung von Infizierten und Verdachtsfällen aufgebaut, wir haben eine Struktur zur Beschaffung von Schutzausrüstung etabliert und die Corona-Ambulanzen in Betrieb genommen.“

Dass dieser haltbare Zustand bestehen bleibt, hängt auch von den Datensätzen der Corona-Containment-Scouts ab. Wissen ist Macht, in einer Pandemie mehr denn je.

KOLUMNE

LOHNSUMMENKONTROLLE IN DER CORONA-KRISE

Sofern in der Vergangenheit Unternehmen bzw. Betriebsvermögen im Zuge der Unternehmensnachfolge unentgeltlich übertragen wurden, so rückte die Lohnsummenkontrolle in den Fokus des Unternehmens, da Steuerbefreiungen (85 % oder 100 %) nur zum Tragen kommen bzw. kamen, sofern die Arbeitsplätze langfristig gesichert werden würden. Zu diesem Zweck wird nach der Schenkung bzw. Erbschaft das Gehaltsniveau über einen langfristigen Zeitraum betrachtet.

Nun stellt sich die Frage, inwieweit die aktuelle Krise Auswirkungen auf das Gehaltsniveau

hat, da viele Unternehmen Arbeitsplätze reduzieren bzw. Kurzarbeit anmelden. Es könnte somit ein Interessendilemma entstehen. Im schlimmsten Fall droht die Insolvenz des Unternehmens.

Grundsätzlich ist erst nach Ablauf der Lohnsummenfrist zu überprüfen, ob ein Verstoß vorliegt.

Häufig wird bei bevorstehenden Unternehmensübertragungen die Lohnsumme vor der Übertragung abgesenkt, um Potenziale zu nutzen. Für viele Unternehmen ist diese Gestaltungsmöglichkeit allerdings nicht mehr nutzbar, da diese vor der Krise übertragen wurden.

Welche Maßnahmen, unter der Voraussetzung, dass diese auch arbeitsrechtlich bedenkenlos sind, können eingeleitet werden? Sofern das Ende der Lohnsummenfrist unmittelbar bevorsteht, können Maßnahmen kurzfristig vorgezogen werden. Gehaltsbestandteile wie Boni oder Sonderzahlungen können vorzeitig umgesetzt werden. Nach Beendigung der Krise könnten bspw. Leiharbeiter in eine feste Beschäftigung übernommen werden. Sofern momentan Unternehmensübertragungen bevorstehen und dieses Unternehmen derzeit mit einer sinkenden Arbeitnehmeranzahl rechnet, soll-

ten Überlegungen angestellt werden, die Übertragung zeitlich zu verlagern, um das Unternehmen auf einem niedrigen Niveau zu übertragen, um dann nach Übergang – und nach der Krise – neue Mitarbeiter einzustellen, um die Lohnsumme zu maximieren. Sofern keine Maßnahmen ergriffen werden können und die Übertragung aus anderen Gründen nicht verschiebbar ist und es zur Steuernachzahlung kommt, können u.U. vertragliche Vereinbarungen getroffen werden, sodass die Schenkung rückabgewickelt wird. Diesbezüglich bedarf es im Vorfeld steuerlicher und juristischer Unterstützung.



JAN LEICHEN

Steuerberater
Diplom-Kaufmann (FH)

Fachberater für Testamentsvollstreckung
und Nachlassverwaltung (DStV e.V.)

Höfele + Leichen Steuerberater
Partnerschaftsgesellschaft mbB

UBIMAX GMBH



REALITÄT +



Brille in Sehkraft mit den digitalen Hilfsmitteln zu verbinden. Das war bisher eine Hemmschwelle in der Einführung. Den weltweiten Erfolg von Ubimax führt der CEO auf die Kombination von Können und Timing zurück: „Zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein, ist bei Technologieinnovationen entscheidend. Zudem können wir in unserem Team auf reichlich Expertise und Einfühlvermögen zurückgreifen, sodass wir antizipieren können, wie wir unsere Software bei den verschiedensten Neukunden einführen können.“ Dies erfolge zunächst mithilfe der erstmaligen Prozessanalyse sowie Installation, gefolgt von Mitarbeiterschulungen, die zumeist eine Woche in Anspruch nehmen – danach über die sogenannte „Hyper-Care-Phase“, in der das zuständige Ubimax-Projektteam für Detailfragen zur Verfügung steht.

DER PUSH IN DER KRISE

Corona vermag es derzeit nicht, Ubimax aus der Bahn zu werfen. „Ehrlich gesagt“, gibt Witt zu, „hat uns das Virus eher geholfen, weil wir weltweit einen Digitalisierungs-Push erleben. Und wir stehen natürlich für die Digitalisierung des Arbeitsplatzes.“ Wie die Faust aufs Auge passe das die hausgemachte Remote-Support-Lösung, mithilfe derer sich ein Experte vom überall aus in das Betriebsnetzwerk einloggen und sich in das Visier der Werker vor Ort einklinken kann. So könne auch in Krisenzeiten die AR-gestützte Bedienung der Maschinen gewährleistet werden, „um zumindest ein Minimum an Produktion aufrechtzuerhalten“. Einjährige Remote-Support-Gastlizenzen im Gegenwert von rund einer Million Euro hat Ubimax interessierten Unternehmen zur freien Verfügung gestellt. „Die unternehmerische Hoffnung besteht darin, dass aus den temporären Lizenzen dauerhafte hervorgehen. Wenn dies nicht eintritt, haben wir trotzdem in der aktuell brisanten Lage ausgeholfen. In jedem Fall also ein Win für den Kunden!“ Auch sonst blickt Witt zuversichtlich in die Zukunft: Nun gehe es um noch schnelleres Wachstum und eine verstärkte internationale Ansprache. Neben Europa, den USA und Mexiko wollen die Bremer auch im asiatischen Markt physisch präsent werden. Gleichzeitig soll die Implementierung KI-gestützter Methoden vorangetrieben werden. Erneut mit dem Primärziel, den Werker zu unterstützen: „Durch immer leichtere Erledigung der eigenen Arbeit dank verbesserter Ergonomie und Technologieinsatz bei gleichbleibender oder sogar erhöhter Effizienz.“

Augmented-Reality-Brillen bilden eine neue Evolutionsstufe in Industrieprozessen, indem sie den Werker mit seiner Arbeitswelt vernetzen. Die zugrunde liegende Hightech-Software des Marktführers Ubimax könnte direkt aus dem Silicon Valley stammen, ist jedoch ein Bremer Original. CEO Dr. Hendrik Witt kann sich nicht über mangelnde Nachfrage beklagen: In der Offline-Krise hat sich einmal mehr der Mehrwert des digitalen Tools offenbart.

Mensch gegen Maschine. Noch immer herrscht in vielen Kreisen diese skeptische Einstellung gegenüber jener Dualität vor, die die Digitalisierung unternehmerischer Arbeitsprozesse mit sich bringt. Dabei sollen Soft- und Hardware den menschlichen Aspekt nicht ersetzen, sondern ihn im Gegenteil in seiner Kernkompetenz bestärken: nämlich kreativ und lösungsorientiert Probleme anzugehen. Datenbrillen zeigen schon heute auf, wie dies in der unternehmerischen Praxis vorstatten gehen kann. Konkret formen sie eine erweiterte Realität (engl.: Augmented Reality, AR) und heben mithilfe fortschrittlicher Sensorik und künstlicher Intelligenz Objekte in der Umgebung des Betrachters hervor, um Daten und Handlungsoptionen aufzuzeigen. Dr. Hendrik Witt, Geschäftsführer des Bremer AR-Softwareentwicklers Ubimax, zieht eine Parallele zum Head-up-Display im Auto: „Dort werden Informationen eingeblendet, die für den aktuellen Kontext relevant sind – Geschwindigkeit, Navigationspfeile et cetera. Diese digitalen Zusatzinformationen sollen die primäre Tätigkeit unterstützen, also das Autofahren. Gleichzeitig

darf durch sie die Primärtätigkeit nicht eingeschränkt werden.“ AR-Brillen sollen entsprechend die Realität überlagern und die Betrachtung des Nutzers erweitern, statt sie zu behindern. Eine reguläre Brille mit falsch eingestellter Sehkraft hilft schließlich auch nicht beim Ausgleich einer Sehschwäche.

FRÜHE FORSCHUNG MACHT SICH BEZAHLT

Witt hat sich bereits in den frühen Zweitausendern mit Anwendungsfällen von Augmented Reality beschäftigt, als die Forschung dazu noch in den Kinderschuhen steckte. Doch war er nach seiner Promotion in den USA zunächst mehrere Jahre in der Strategieberatung tätig: „Das war für einen Informatiker für mich zunächst etwas ganz anderes.“ Dann entdeckte er den „Unternehmertyp“ in sich und legte den Grundstein der Ubimax GmbH – zusammen mit seinen zwei Mitgründern Percy Stocker und Jan Junker, die er im Rahmen seiner Beratungstätigkeit kennenlernte. „Irgendwann haben wir die Beraterjobs an den Nagel gehängt. Beratung ist ein Servicegeschäft und skaliert nicht, im Gegensatz zum Produktgeschäft. Zunächst standen mehrere Ideen zur Auswahl, Augmented Reality ist es schließlich geworden.“ Das geschah

nicht ohne Grund, besaß Witt nicht nur jahrelange Erfahrung in diesem Feld, sondern auch ein ausgedehntes internationales Netzwerk, auf das er von Beginn an zurückgreifen konnte. Nicht zuletzt hat von den Besten der Besten gelernt: Sein einstiger Doktorvater, Prof. Dr. Thad Starner vom Georgia Institute of Technology in Atlanta, hat seinerseits den Grundstein für die Datenbrille Google Glass gelegt. Die Kernidee einer AR-Software wuchs wiederum noch vor Witts Zeit als Berater heran, als er von 2004 bis 2008 am EU-Forschungsprojekt „Wear IT at Work“ unter der Leitung der Uni Bremen mitwirkte, dem nach wie vor weltweit größten Forschungsprojekt seiner Art. Auch war es seiner Zeit weit voraus, resümiert der Experte für AR: „Damals besaß die Technologie noch keine Marktreife. Als der passende Zeitpunkt endlich gekommen war, gründeten wir die Ubimax. So betrachtet ist sie die Implementierung des damaligen Forschungsprojektes und seiner Ergebnisse in die heutige Realität.“

„MICROSOFT OFFICE FÜR DEN WERKER“

Mittlerweile versorgt Ubimax als globaler Marktführer über 400 Unternehmen mit Wearable-Computing-Lösungen, darunter Lieb-



Auch Coca-Cola setzt im Lagermanagement auf Ubimax-Technologie.



AR-Brillen können problemlos mit Schutzhelmen kombiniert werden.

Der neue Norden

Hat es sich ausgeträumt mit der Touristenhochburg Bremen? Die Kammern fordern, den norddeutschen Tourismus nicht im Stich zu lassen.



Protektionismus, Klimawandel, Digitalisierung: Die virale Krise bringt alle Probleme des Standorts Norddeutschland gnadenlos zum Vorschein. Nun gibt es kein Zurück mehr, ein Strukturwandel ist dringender vonnöten denn je. Die wirtschaftspolitische Strategie der IHK Nord fordert die Transformation, die den Norden in das nächste Zeitalter befördern soll.

Die derzeitige Situation bleibt angespannt. Zwar haben die meisten Geschäfte wieder geöffnet, doch können viele von ihnen wegen weiterhin geltender Hygienerestriktionen zum einen oder weiterhin zaghafte Kundenströmen zum anderen noch immer nicht zum produktiven Alltagstrott zurückkehren. Derweil stapeln sich hinter den Ladentüren die Schuldenberge. „Für die vom Shutdown betroffenen Unternehmen war es dringend notwendig, dass sie ihren Geschäften wieder nachgehen können. Ich bin davon überzeugt, dass dies mit der größtmöglichen Sorgfalt geschieht“, wertet Dr. Matthias Fonger das Geschehen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven. Es stehe außer Frage, dass für alle weitere Unsicherheit herrsche, wie sich die Corona-Infektionen im Verlauf entwickeln werden. „Wir müssen aber den Gesundheitsschutz mit der Funktionsfähigkeit unserer Gesellschaft und Wirtschaft sehr sorgfältig abwägen.“ Fonger hofft darauf, dass keine zweite Welle auf den Norden zurollen wird. Falls dies doch passieren sollte, sieht er die Unternehmen zumindest wesentlich besser auf die nächste Lockdown-Verordnung vorbereitet. „Das darf aber nicht darüber hinwegtäuschen“, stellt Fonger im selben Atemzug klar, „dass erneute komplette Schließungen für viele Betriebe massiv existenzgefährdend

wären. Für die Wirtschaft wäre das nicht zu verkraften.“ Es geht also um alles, weshalb die IHK Nord nun ihren Hut in den Ring geworfen hat.

„DIE NÄCHSTE PHASE DER CORONA-KRISE BEGINNT“

Am 11. Mai präsentierte Janina Marahrens-Hashagen, Vorsitzende der IHK Nord und Präses der Bremer Handelskammer, das neue Positionspapier „Wege aus der Corona-Krise III – Eine wirtschaftspolitische Strategie zur Überwindung der Corona-Krise in Norddeutschland“. Auf 34 Seiten legt das Dokument eine Einschätzung zu den Corona-Auswirkungen auf die norddeutsche Wirtschaft offen und regt zu Ideen an, wie sie erneut stimuliert werden kann. „Laut einer Umfrage sind 92 Prozent von 4.500 norddeutschen Unternehmen negativ von der Corona-Krise betroffen. Ich würde sagen, diese Zahl sagt alles“, gab Marahrens-Hashagen anlässlich der Vorstellung zu bedenken. Bedingt durch die stark international ausgerichtete Aufstellung und die eigentliche Stärke des Tourismus sei der Norden besonders hart von der Quarantäne betroffen. „Mit der sukzessiven Lockerung der staatlichen Infektionsschutz-Vorgaben beginnt für die norddeutsche Wirtschaft die nächste Phase der Corona-Krise“, leitete die IHK-Nord-Vorsitzende zum Lösungskatalog über. Ein umfassendes wirtschaftspolitisches

Programm sei prompt vonnöten, um weitere Pleiten zu vermeiden und die getroffenen Cluster zu stabilisieren. In vier Handlungsschritten führt das Positionspapier durch die Krise – und noch weit darüber hinaus.

ERSTENS: ÜBERLEBEN

Wer die Bedürfnispyramide des US-Psychologen Abraham Maslow kennt, weiß: Ohne grundlegende Sicherheit ist keinerlei Basis für erneutes Wachstum gegeben. Schritt eins zur Überwindung der Corona-Krise lautet daher, das Überleben der norddeutschen Unternehmen zu sichern. Angesichts des Insolvenzrisikos für breite Teile der Wirtschaft macht das Papier kei-

nen Hehl daraus, dass nicht jeder gerettet werden kann: Doch dürfe kein gesundes Unternehmen ohne Vorerkrankungen dem Coronavirus zum Opfer fallen. „Schnell, unbürokratisch und ‚im Zweifel für den Unternehmer‘“ muss ein Maßnahmenpaket erstellt werden, das gemeinsam von den norddeutschen Ländern auszuarbeiten ist. Es müsse schrittweise Lockerungen ermöglichen, da Betriebsverbote und -beschränkungen ohnehin massive Eingriffe in die Grundrechte der Unternehmer darstellten. Staatliche Vorgaben müssten künftig logisch und transparent begründet werden. Auch dürften Betriebe, die notgedrungen auf Notbetrieb geschaltet haben, nicht aus dem Raster

staatlicher Förderprogramme und Hilfen fallen. Das gesamte Liquiditätsarsenal – zinsfreie Kredite, Kurzarbeitergeld-Verlängerungen, Stundungen, die Mobilisierung privaten Beteiligungskapitals – ist aufzufahren, um angeschlagenen Unternehmen zu helfen. Unternehmen, denen der laufende Betrieb untersagt wird, sollen die Fixkosten übernommen bekommen, schließlich sei es nicht ihr eigenes Verschulden. Auch das Bürokratiemonster soll mithilfe eines „Bürokratie-Moratoriums“ besänftigt werden, indem bis mindestens Ende 2021 Informations- und Dokumentationspflichten reduziert beziehungsweise verschoben werden.

ZWEITENS: DEN NORDEN RETTEN

Tourismus- und Freizeitwirtschaft, Gastronomie, Einzelhandel sowie Kultur- und Kreativwirtschaft, allesamt Pluspunkte für die Standortattraktivität im Norden, sind von der Krise bedroht. Bluten sie, bluten ganze Städte und Regionen, so das Strategiepapier. Außerdem unterliegt gerade der Einzelhandel der digitalen Transformation, eine doppelte Belastung insbesondere für kleine Betriebe. Sie seien nun auf die Solidarität der Gesellschaft angewiesen. Dazu benötigt es durch das Virus erschüttertes Vertrauen. Touristische Infrastrukturen zum Beispiel sollten auf einen Top-Hygienestandard erhoben werden, um Deutschlands Ruf als sicheres Reiseland auch gegen die aktuell widrigen Umstände zu verteidigen. Wann besser damit anfangen, wenn nicht jetzt, solange sich die Besucherfrequenz noch auf niedrigem Niveau bewegt? Dann könne auch



Dr. Matthias Fonger und Janina Marahrens-Hashagen

branchenspezifisch für Abhilfe gesorgt werden, etwa durch flexiblere Öffnungszeiten für Geschäfte oder einfachere Genehmigungsprozesse für die Außengastronomie, die den Sommer so besser zum Aufholen ausgebliebener Einnahmen nutzen kann. Selbst dann prognostiziert die IHK Nord, dass noch einige Zeit verstreichen wird, bis sich der Tourismus im Norden wieder erholt haben wird. Eine Marketinginitiative könne dazu beitragen, ihn schneller wieder attraktiv zu machen. Qualität und Internationalisierung seien ebenfalls voranzutreiben, um das Publikum für sich zu gewinnen.

DRITTENS: WARENSTRÖME STABILISIEREN

Der Corona-Schock machte sich im internationalen Welthandel in Raten bemerkbar: Länder in Asien, die es zuerst traf, befinden sich nun wieder auf dem Weg der Besserung. Sich neu ordnende Warenströme, warnt die Strategie, dürfen nicht am Standort Norddeutschland vorbeiziehen – Multilateralismus sei das Gebot der Stunde. Stimuli müssten den Außenwirtschafts- und Seeverkehr ohne Umwege erreichen, darunter Verfahrenserleichterungen bei Zollverfahren und Entlastungen bei den Hafengebühren. Derweil ist der Luftverkehr aufrechtzuerhalten, indem die Flughäfen liquide bleiben und die Airlines nicht in ihren Zahlen ausgedünnt werden. Der EU-Binnenmarkt samt seiner vier Grundfreiheiten ist, sofern medizinisch vertretbar, wiederzueröffnen. Daher müsse ein Konzept her, wie Personenfreizügigkeit auch in der Pandemie funktionieren kann. Der EU-Markt stelle gegenüber Dritt-



Langsam füllt sich die Bremer Innenstadt wieder mit Leben, doch der Kampf gegen das Virus ist noch lange nicht vorbei.

märkten ohnehin den bedeutenden Partner für Deutschland dar und müsse gegenüber der Marktmacht der USA und China wettbewerbsfähiger gemacht werden. In diesem Zusammenhang muss für freie Märkte und Freihandel gewonnen, ein klares Zeichen gegen Protektionismus gesetzt werden. Da auch davon auszugehen ist, dass sich viele durch aktuelle Umstände abgeschreckte Unternehmen nun regionaler organisieren werden; dies müsse ebenfalls innerhalb einer norddeutschen Anpassungsstrategie bedacht werden. Neue Industrie anzusiedeln und bestehende zu entwickeln, benötigt denn auch neue Gewerbeflächen.

VIERTENS: DIE „ZUKUNFT NORDDEUTSCHLAND“

Das finale Kapitel der Nord-Strategie blickt in eine Zukunft, die schon jetzt beginnt. Die allumfassenden Herausforderungen der Digitalisierung, des Klimawandels und einer auch ansonsten immer dynamischen Welt treffen derzeit noch auf alte Strukturen, Geschäftsmodelle und Arbeitsweisen. „Wie ein Brennglas“ nehme die Corona-Krise nun alle gewachsenen strukturellen Defizite unter die Lupe: Ein radikaler Wandel sei vonnöten, um zukünftig mithalten zu können. Digitalen Handlungsbedarf sieht die IHK Nord an vielen Fronten gegeben: Vonnöten

seien beispielhaft eine gemeinsame 5G-Strategie, eine Digitalisierungsoffensive samt Digitalisierungsbonus für Unternehmen zur Beförderung neuer Formen der Arbeit und ein flächendeckender Breitbandausbau. Dann biete da noch die Wasserstoff-Technologie das historische Potenzial, Norddeutschlands grünes Energieportfolio zu komplettieren, das Nord-Süd-Gefälle zu reduzieren und ganz nebenbei der Welt zu beweisen, wie eine Industrie unter Strom dem Klimawandel entgegenzutreten kann. Innovationen zu fördern und damit wegbrechende Produktionskapazitäten im Zuge der Corona-Insolvenzen zu kompensieren, wird ebenfalls zum zentra-

len Ziel erklärt: Eine überregionale Innovationsstrategie, verbesserte Rahmenbedingungen für Neugründungen, die Vernetzung norddeutscher Cluster untereinander und die Vernetzung ganz Norddeutschlands mit internationalen Innovationszentren könnten den Weg weisen. Schließlich muss die Infrastruktur der norddeutschen Logistikkreislauf durch beschleunigte Genehmigungsverfahren optimiert werden.

NUN SIND DIE LÄNDER AM ZUG

„Die Corona-Krise legt schonungslos die strukturellen Defizite des Standortes Norddeutschland offen. Wir benötigen daher nachhaltige Impulse in Schlüsselbereichen, um langfristig aus der Krise herauszuwachsen“, summierte Marahrens-Hashagen. Ihre Botschaft im Namen der norddeutschen Kammern an die norddeutschen Länder war unmissverständlich: Es müssen handfeste Maßnahmen zur Stimulierung der regionalen Wirtschaft formuliert werden, auch um gestärkt in Berlin und Brüssel um Unterstützung werben zu können. Man brauche in Krisenzeiten einander, betonte die Unternehmerin: „Ein norddeutscher Schulterschluss zur Überwindung der Corona-Krise in der Wirtschaft wäre ein ebenso starkes wie notwendiges Signal für den Zusammenhalt im Norden.“ Den Kammern sei bewusst, welche Last damit den öffentlichen Haushalten auf Jahre, gar Jahrzehnte auferlegt würde. Die Alternative wäre für den Norden jedoch ein noch größerer volkswirtschaftlicher Schaden, als ohnehin schon abzusehen ist.

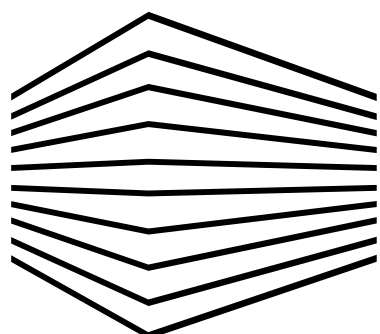
Wie viel ist der Norden sich selbst wert? Man darf gespannt sein.

IT-Sicherheit = Firewall = Clavister!

Schützen Sie Ihr Unternehmen mit der Next Generation Firewall-Lösung.



CLAVISTER



haus der dokumente

NEUES DENKEN FÜR IT UND PRINT



weitere Informationen

AUF ENERPREMIUM GMBH

DER DREIFACHE WANDEL

Die enerpremium berät zu Energiefragen aller Art – kein leichter Job, wenn sich der gesellschaftliche Diskurs in stetiger Bewegung befindet. Nun zieht es das Familienunternehmen in die Hansestadt. Gerade in Anbetracht der Corona-Panik appellieren Horst und Dennis Krugmann daran, die noch weitaus größere Krise nicht außer Acht zu lassen.

1997 begann Horst Krugmann mithilfe der enerpremium GmbH den Aufbau eines umfangreichen Energieberatungs-Netzwerks rund um Bremen, Weyhe und Stuhr. Un-

ternehmen, aber auch Privatkunden und Kommunen ist damit ein breites Angebot an Dienstleistungen eröffnet worden: Vom Energieausweis über die Baubegleitung bis hin zu

Schulungen gibt es kaum eine Facette in alltäglichen wie auch besonderen Energiefragen, die nicht abgedeckt wird. „Die Idee zur Gründung entstand aus der Notwendigkeit heraus, die Energiewende weiter voranzubringen“, blickt Krugmann zurück. Die enerpremium wolle ihren lokalen Beitrag zur großen Sache leisten, denn „aus unserer Sicht sind die Energiewende und der Klimaschutz ganz klar die größten Herausforderungen in der Menschheitsgeschichte. Mit der Energiefrage ist



Wie der Vater, so der Sohn: Horst und Dennis Krugmann

unmittelbar die Überlebensfrage in diesem Jahrhundert verknüpft.“ Der Energieberater verdeutlicht, dass dazu Energiesparen und der Einsatz erneuerbarer Energien Hand in Hand gehen: Daraus resultiere die interdisziplinäre Aufstellung des enerpremium-Teams, das Energieberatung und Fördermittelberatung gleichermaßen abdeckt.

AUS DEN FEHLERN DER VERGANGENHEIT LERNEN

Innerhalb der letzten 23 Jahre hat sich die Arbeit der enerpremium stark gewandelt. „Die Energiepolitik ändert sich stetig und mit ihr die entsprechenden Gesetze und Vorgaben. All das muss man in unserem Team im Blick haben. Alles ist in Bewegung“, betont Dennis Krugmann, der 2009 in die Firma einstieg und Ende 2015 den Mantel der Geschäftsführung vom Vater übernommen hat. Kaum ein Ereignis zeige derartige Umbrüche besser auf als das schicksalhafte Beben von Fukushima, dessen Folgen noch über Generationen zu spüren sein würden. Doch bedauert Krugmann, dass scheinbar nur derartige Katastrophen einen grundlegenden Wandel im Denken auszulösen vermögen. „Das ginge auch anders und weniger schmerzvoll, nämlich wenn die Menschen sich nicht nur an ihre Fehler der Vergangenheit erinnern, sondern auch aus ihnen lernen.“ Tatsächlich sei der Ausbau erneuerbarer Energien denn auch durch „inkonsistente Förderlandschaften, eine wechselnde politische Agenda und fehlenden Mut“ stets aufs Neue ausgebremst worden.

SICH NICHT IN DER KRISE VERLIEREN

Seit April hat die enerpremium ihren Sitz aus Weyhe ins Bremer World Trade Center verlagert. Dennis

Krugmann führt naheliegende Gründe für den Umzug an: „Schon immer haben wir einen Großteil unserer Kunden in Bremen gehabt. Zudem bin ich in Bremen geboren. Im World Trade Center finden wir eine gute Infrastruktur und technologieorientierte Unternehmen vor. Die Verkehrsanbindung ist gut und wir haben Ladesäulen für unsere E-Fahrzeuge in der Nähe.“ Die zentrale Lage ermögliche den schnellen Kontakt zu den Stammkunden, Stuhr und Weyhe inklusive – von neu eröffneten Netzwerk-Synergien und der direkten Flughafen-nähe ganz zu schweigen. Überschattet werde das neue Kapitel allemal von der Corona-Krise, die auch die Energieberatungsbranche in Mitleidenschaft gezogen habe. Kontakteinschränkungen, verdeutlicht Krugmann, sind nicht gerade förderlich fürs Dienstleistungsgeschäft. Er hoffe aber auf einen nur temporären Einbruch, da seit diesem Jahr energetische Förderanreize angehoben worden seien. Zudem warnt er: „Die Klimakrise ist sicherlich von größerem Ausmaß als die Corona-Krise, sodass ein völliges Einbrechen des Marktes an dieser Stelle fatal wäre. Klimatechnisch können wir jedenfalls nicht so weitermachen wie bisher – und das ist ja nicht erst seit Corona so.“ Die Antwort der enerpremium auf beide Krisen ist jedenfalls dieselbe: „Wir glauben an Chancen und verlieren uns nicht in Problemen.“

ENERPREMIUM GMBH



World Trade Center
Hermann-Köhl-Strasse 7, 28199 Bremen
Telefon: 0421 – 96 01 330
E-Mail: info@enerpremium.de
Internet: www.enerpremium.de

NEUEINTRAGUNGEN HANDELSREGISTER

Unternehmen	Adresse
Recyclebar GmbH	Karl-Ferdinand-Braun-Straße 5, 28359 Bremen
H. Marahrens Group GmbH & Co. KG	Auf den Sandbreiten 2, 28719 Bremen
E.S. Innenausbau GmbH	Walliser Straße 53, 28325 Bremen
db Straßenbau UG (haftungsbeschränkt)	Fischkamp 21, 28307 Bremen
AD Pro Consulting UG (haftungsbeschränkt)	Otto-Lilienthal-Straße 12, 28199 Bremen
IWP Factory GmbH	Konsul-Smidt-Straße 8 V, 28217 Bremen
Aloha Bremen GmbH	Vor dem Steintor 139, 28203 Bremen
MIGMATITE GmbH	Goebenstraße 11 a, 28209 Bremen
ai Consult GmbH	Buschhöhe 6, 28357 Bremen
Semini UG (haftungsbeschränkt)	Achterbergstraße 19, 28219 Bremen
AOT Technology GmbH	Am Becketal 14, 28755 Bremen
Adil Dienstleistungen UG (haftungsbeschränkt)	Franz-Grashof-Straße 4-8, 28201 Bremen
AKKURAT-HB GmbH & Co. KG	Ludwig-Erhard-Straße 45, 28197 Bremen
SHS-WorldWide Logistics GmbH	Hermann-Ritter-Straße 108, 28197 Bremen
M.G.A. Friseur und Raumausstattung UG (haftungsbeschränkt)	Schevemoorer Landstraße 12, 28325 Bremen
WB Beteiligungs UG (haftungsbeschränkt)	Dantzweg 42, 28279 Bremen
Confairenz Unternehmensberatung GmbH	Werrastraße 1, 28199 Bremen
HBJu 4401 GmbH	Hermann-Hollerith-Straße 1, 28355 Bremen
Windpark Lembruch GmbH & Co. KG	Stephanitorsbollwerk 3, 28217 Bremen
Stadt Land Weser GmbH	Insterberger Straße 29, 28207 Bremen
ELOFE GmbH	Butendieker Landstraße 49 A, 28357 Bremen
apm projektmanagement gmbh	Bahnhofplatz 42, 28195 Bremen
H3S1 Immobilien GmbH & Co. KG	Hermann-Funk-Straße 7, 28309 Bremen
Drettmann Immobilien- und Beteiligungs GmbH	Arberger Hafendamm 22, 28309 Bremen
RPB Verwaltungs GmbH	Theodor-Neutig-Straße 54, 28757 Bremen
BIK Immobilien GmbH	Gröpelinger Heerstraße 275, 28239 Bremen
Paprycka Verwaltungs GmbH	Georg-Gleistein-Straße 85, 28757 Bremen
SGB Betriebsgesellschaft mbH	Osterholzer Heerstraße 234, 28325 Bremen
BBK GmbH	Rockwinkeler Landstraße 86 a, 28355 Bremen
Hashagen Verwaltungs GmbH	Auf den Sandbreiten 2, 28719 Bremen
Wagenmeister Bahn Service GmbH	Adam-Opel-Straße 6, 28237 Bremen
Dasenbrook Gebäudeservice GmbH	Am Becketal 14, 28755 Bremen
OPZ City Gate Bremen Verwaltungs GmbH	Gärdesstraße 10, 28755 Bremen
OJR Management GmbH	An der Gete 20, 28211 Bremen
Holiday Apartment UG (haftungsbeschränkt)	Ostertorsteinweg 42, 28203 Bremen
UPSYS GmbH	Vegeacker-Bahnhofplatz 2, 28757 Bremen
Peralo Restaurant GmbH	Parkallee 117, 28209 Bremen
Cycologic UG (haftungsbeschränkt)	Hermann-Hollerith-Straße 10, 28355 Bremen
Master-Clean GmbH	Außer der Schleifmühle 67, 28203 Bremen
IR Company GmbH	Vegeacker-Bahnhofplatz 2, 28757 Bremen
Drettmann Living GmbH & Co. KG	Arberger Hafendamm 22, 28309 Bremen
Papais Food GmbH	Am Hulsberg 44, 28205 Bremen
GeMo UG (haftungsbeschränkt)	Hermann-Hollerith-Straße 10, 28355 Bremen
Holzrecycling Bremen GmbH	Hüttenstraße 20, 28237 Bremen
WWB Asset GmbH	Osterdeich 18, 28203 Bremen
Q3 Pintor GmbH	Ellenerbrokstraße 43, 28325 Bremen
DAMWATECH GmbH & Co. KG	Hohenlohestraße 46, 28209 Bremen
Breiting Beteiligungen UG (haftungsbeschränkt)	Admiralstraße 7-11, 28215 Bremen
Martina e. K.	Universitätsallee 1 BO.7, 28359 Bremen
Ladenbau Paprycka GmbH & Co. KG	Georg-Gleistein-Straße 85, 28757 Bremen
Chiefs & Indians UG (haftungsbeschränkt)	Besselstraße 62, 28203 Bremen
Claas Roggendorf Consulting e. K.	Rockwinkeler Landstraße 23, 28355 Bremen
Rhein Group Grundbesitz GmbH	Außer der Schleifmühle 29, 28203 Bremen
Cloudworks GmbH	Ludwigstraße 12, 27570 Bremerhaven
Portstore UG (haftungsbeschränkt)	Wurster Straße 321, 27580 Bremerhaven
Ecofiltersolutions GmbH	Hafenstraße 109-111, 27576 Bremerhaven
TIFA GmbH	Lessingstraße 19, 27568 Bremerhaven
BVT Verwaltungs- und Beteiligungs GmbH	Kleiner Westring 19, 27572 Bremerhaven
EUROGATE KV-Anlage Bremerhaven GmbH	Senator-Borttscheller-Straße 1, 27568 Bremerhaven
Ulrich Holzbau GmbH	Am Grollhamm 19, 27574 Bremerhaven
Konzept Plus GmbH	Seeborg 1, 27572 Bremerhaven
Wibeg Handels GmbH	Heinrichstraße 26, 27568 Bremerhaven

LÖSCHUNGS-ANKÜNDIGUNGEN HANDELSREGISTER

Unternehmen	Adresse
ÖSN Öko Solar Nord GmbH	Große Riehen 11, 28239 Bremen
Rust-Bau GmbH	Döttinger Straße 3, 28197 Bremen
A.R. Immobilien GmbH	Hermann-Frese-Straße 32, 28355 Bremen
Finnovest Holding GmbH	Martinstraße 68, 28195 Bremen
Premicon Hochseekreuzfahrt GmbH	Herdentorswallstr. 93, 28195 Bremen
MS 'VEGA NIKOLAS' Verwaltungsgesellschaft mbH	Herdentorswallstraße 93, 28195 Bremen
EUCODATA GmbH	Flughafenallee 26, 28199 Bremen
AVIAWERKS INTERNATIONAL (Deutschland) GmbH	Domshof 22, 28195 Bremen
Bremer Media Concept GmbH	Am Wall 178, 28195 Bremen
RECO Verputzarbeiten UG (haftungsbeschränkt)	Hemmstraße 358, 28219 Bremen
A D N C Immobilien UG (haftungsbeschränkt)	Heidstraße 9 A, 28777 Bremen
Gle Verwaltungs GmbH	Herdentorswallstraße 93, 28195 Bremen
Boest Bau UG (haftungsbeschränkt)	Schlachte 22, 28195 Bremen
Herwarth Slupinski GmbH	Am Lunedeich 159, 27572 Bremerhaven
BSA Handels u. Vertriebs GmbH	Bismarckstraße 50, 27570 Bremerhaven

LEITFADEN: SANIERUNG IN ZEITEN VON COVID-19

ALLES AUSSER „WEITER SO“

Was tun, wenn sich das Unternehmen in der Krise befindet und kein Weg an der Sanierung vorbeizuführen scheint? Dr. Christian Willmer und Dr. Hans-Joachim Berner haben einen Sanierungs-Leitfaden zusammengestellt.



Dr. Christian Willmer



Dr. Hans-Joachim Berner

Dr. Christian Willmer und Dr. Hans-Joachim Berner warnen: Selbst gesunde Unternehmen sind innerhalb der historischen Corona-Krise nicht vor Liquiditätsproblemen gefeit. Unternehmerische Entscheidungen sind damit mehr denn je gefragt. Die Anwälte der Insolvenzkanzlei WILLMERKÖSTER haben einen Überblick über mögliche Handlungsoptionen bei einem Sanierungsfall zur Verfügung gestellt. Theoretisch möglich, praktisch jedoch fast nie eine gute Idee ist demnach „weiter so“. Wer in Zahlungsschwierigkeiten gerät und versucht, ohne Eingreifen die Krise zu wuppen, riskiert die Zahlungsunfähigkeit oder eine sich verschleppende Überschuldung. Laut den Anwälten führt gar das Nichtbeachten der Zahlungsunfähigkeit zum schnellen Unternehmensverfall. Lieferanten stellen dann erst auf Vorkasse um, bevor sie Lieferungen gänzlich einstellen, ähnlich wie die Energieversorger; Arbeitnehmer quittieren ihren Dienst; Gläubiger

und Banken machen ihre Forderungen gültig, leiten die Einzelzwangsvollstreckung ein beziehungsweise kündigen Kredite auf. Jegliche Sicherheit ist dahin. Kurzum also keine gute Idee, doch gibt es noch zwei Alternativen.

EINE FRAGE VON PRO UND CONTRA

Option zwei bietet den Insolvenzexperten zufolge die außergerichtliche Sanierung. Bevor ein Amtsgericht involviert ist, kann das leidende Unternehmen auf einige Tools zurückgreifen. Das wohl bekannteste stellt hierbei das Kurzarbeitergeld dar, das auf Kosten verminderter Arbeitskraft eine

effektive Kostenreduktion gewährt. Trotz derzeit überlasteter Behörden ist dieses Mittel aus Sicht der Anwälte ein unerlässliches, das sofort beantragt werden sollte, falls noch nicht geschehen. Außerdem sind zurzeit diverse steuerliche Hilfen und Stundungen möglich: Hierzu ist auf jeden Fall der Steuerberater zurate zu ziehen. Zuschüsse in Höhe von bis zu 25.000 Euro auf Kosten des Staates sind je nach Fall ebenfalls möglich. Jedoch gilt zuvor zu klären, ob die Voraussetzungen für diese Hilfen gegeben sind: Andernfalls begeht man das gravierende Risiko eines Subventionsbetrugs. Alternativ kann der Staat auch über die Hausbank Sonderkredite ausstellen, die aber komplizierten Regelungen

unterliegen und das Unternehmen in Zukunft belasten. Willmer und Berner lassen deswegen auch andere, bewährte Optionen nicht unerwähnt: etwa Eigen- und Fremdkapital anderweitig aufzustocken, Gesellschafterdarlehen aufzunehmen und Kosten zu reduzieren. Welche Option auch immer favorisiert wird – stets sind zuvor die Wirksamkeit und Nachhaltigkeit zu hinterfragen.

HIATUS SCHÜTZT VOR ZERFALL

Sollten Präventivmaßnahmen dem Insolvenzfall nicht zuvorgekommen sein, muss aber noch nicht das Handtuch geworfen werden. Schon innerhalb des vorläufigen Insolvenzverfahrens kann für maximal drei Monate Insolvenzgeld in voller Nettogehaltshöhe bezogen werden. Parallel ist das Kurzarbeitergeld nicht zu vergessen. Es bietet sich die einmalige Chance, als Unternehmen beide Ins-

trumente zu kombinieren und in eine Art „Ruhezustand“ einzutreten, während die Arbeitnehmer abgesichert sind. Willmer und Berner räumen mit diversen Mythen des Insolvenzverfahrens auf. So würden doch die Gerichte wie auch die Insolvenzverwalter alle Register ziehen, um die Schließung des Unternehmens zu verhindern. Der vermeintliche Kontrollverlust ist ebenfalls ein Relikt der Vergangenheit, schon seit 2012 ist die Insolvenz in Eigenverwaltung möglich, bei der der Sachwalter lediglich eine Kontrollfunktion einnimmt. Zuletzt dient das Insolvenzverfahren zur Zufriedenstellung aller involvierten Gläubiger; nicht der kalten Enteignung. Der Insolvenzplan stellt dabei sicher, dass alle Parteien ihren Anspruch fair geltend machen können. Das vollständige PDF zum Sanierungs-Leitfaden ist unter www.willmerkoester.de innerhalb der Sektion „Veröffentlichungen“ abrufbar.

INSOLVENZ-VERFAHREN ERÖFFNUNGEN	
Unternehmen	Adresse
Brasilhaus GmbH	Altenwall 1-3, 28195 Bremen
B.T. Bau-Tec GmbH	Schwachhauser Ring 29 A, 28213 Bremen
ZEAMARINE Germany GmbH & Co. KG	Marcusallee 35, 28359 Bremen
Rickmers-Line Verwaltungs GmbH	Marcusallee 35, 28359 Bremen
RZ Carrier Verwaltungs GmbH	Marcusallee 35, 28359 Bremen
deWe Dienstleistungen GmbH	Oslebshauer Heerstraße 102, 28239 Bremen
PCS Bremen GmbH	Deichland 141, 28279 Bremen

Für Individualisten und Menschen, die Unikate zu schätzen wissen.

Ihr kompetenter Ansprechpartner für:

- Edle Marmorputze
- Innovative Spachteltechniken
- Exklusiver Metallic-Look
- Maler- und Lackierarbeiten
- Fassadenanstriche
- Tapezierarbeiten
- Wärmedämmverbundsysteme / WDVS

uwe meyer 
Malerfachbetrieb

Uwe Meyer Malereibetrieb e.K., Robert-Bosch-Straße 4, 27243 Groß Ippener | Tel.: 04224-8008922 | info@malerfachbetrieb-delmenhorst.de | www.malerei-meyer.de

ANLAGETIPPS

von erfahrenen Finanzprofis



DAS WOHL UND WEHE DER BÖRSE

Rund 100 Milliarden Euro Steuereinnahmen brechen unserem Finanzminister allein in diesem Jahr weg. Tendenz steigend. Auch die Arbeitslosenquote dürfte in nächster Zeit deutlich ansteigen. An den Börsen sprang der Angstindex in nie gekannte Höhen und der Aktienmarkt quittierte das Ganze mit extremen Verlusten. Das, was wir gesehen haben, war Panik an den Aktienmärkten. Auch Börsenguru Warren Buffett musste einsichtig erklären, dass er mit einigen seiner Substanz-Investments (Value) sehr falsch lag. Aktien seiner Luftfahrtbeteiligungen und jüngst auch US-Banken wurden teils mit hohen Verlusten verkauft. Doch diese Einsicht, Fehler zu erkennen und zuzugeben, ist gut und richtig. Man muss auch mal einen Schlusstrich ziehen können. Psychologisch schwer, aber notwendig. Was



Christoph Pospich, Analyst bei der Oldenburgischen Landesbank AG in Bremen

Daten- und Softwaretechnologie? Wir meinen: Ja. Ob bei Umwelt, Bio-Pharmazie, Medizintechnik oder 5G-Netzen: Keine Zukunftsinnovation mehr ohne Datentransfer und -analyse. Das ist keine neue Erkenntnis, aber Corona ist ein Beschleuniger dieser Entwicklung. Insofern bleiben wir dabei, dass langfristig mit der richtigen Auswahl an Aktien, gesundem Optimismus und mit dem Blick über die Krise hinaus kein Weg an Aktien vorbei geht.



heißt das für uns? Bedeutet „zeitgerechtes Investieren“ heute vielleicht „Anlegen in

MAXIMALE TRANSPARENZ LÄSST ANLEGER RUHIGER SCHLAFEN

Die Börsen erleben aktuell turbulente Wochen. In diesen Zeiten zeigt sich einmal mehr: Sich als Privatanleger einmal für ein Produkt-Portfolio zu entscheiden und dann auf ewig daran festzuhalten, funktioniert heute meist nicht mehr. Dafür ändern sich die Märkte, die Produkte und auch die Situation des Anlegers zu häufig. Eine gute Beratung muss all dem Rechnung tragen und den Anleger dauerhaft begleiten. Der Kunde sollte seinen Berater daher regelmäßig sehen, mindestens zweimal im Jahr.



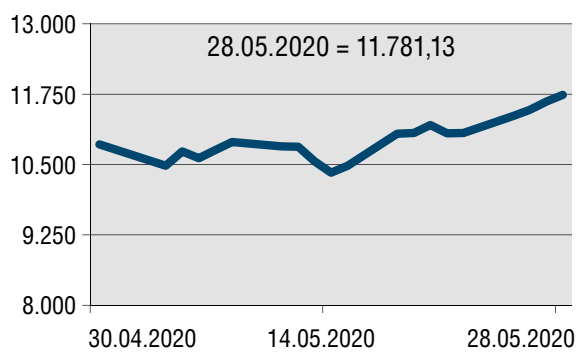
Frank Eilers, Leiter Vermögensberatung bei der Targobank in der Knochenhauerstraße 15 in Bremen

Eine gute Beratung muss für maximale Transparenz sorgen, etwa was Renditevorstellungen, Risikoakzeptanz, aber auch Risikotragfähigkeit des Anlegers angeht. Noch mehr gilt das für die Funktionsweise der ausgewählten Anlagen oder Fonds. Hier ist maximale Transparenz sogar oberstes Gebot. Denn der Kunde muss die genaue Funktionsweise seiner Anlagen

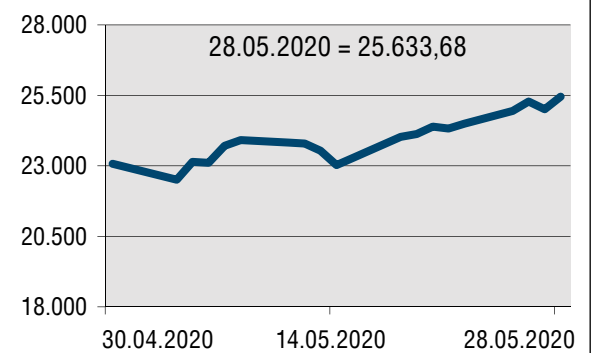
kennen. Nur wenn er sie versteht, kann er einschätzen, ob seine Auswahl richtig ist. Das ist Aufgabe einer guten Beratung. Das heißt, der Anleger muss auch wissen, wie seine Investments in den unterschiedlichen Marktphasen reagieren und wie sein Depot arbeitet. So kann der Anleger auch dann ruhiger schlafen, wenn die Märkte ins Schwanken geraten. Ergo: Transparenz beugt Überraschungen bei Marktveränderungen vor.



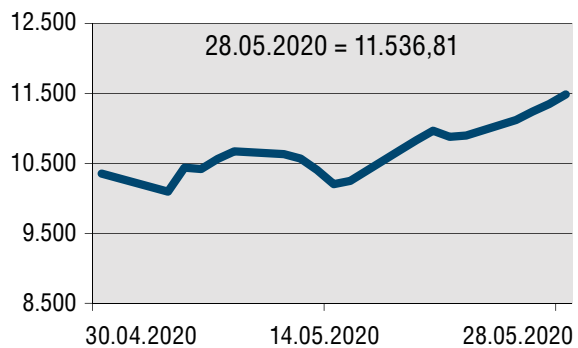
DAX PERFORMANCE-INDEX



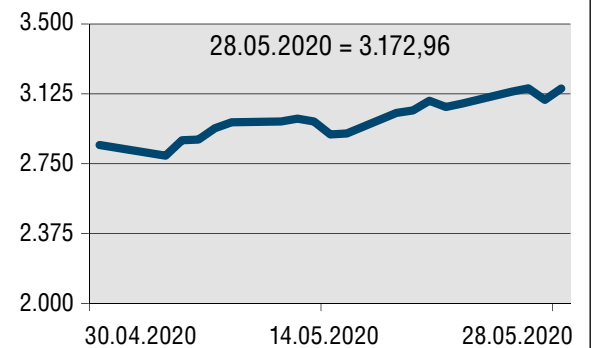
MDAX PERFORMANCE-INDEX



SDAX PERFORMANCE-INDEX



TECDAX TR



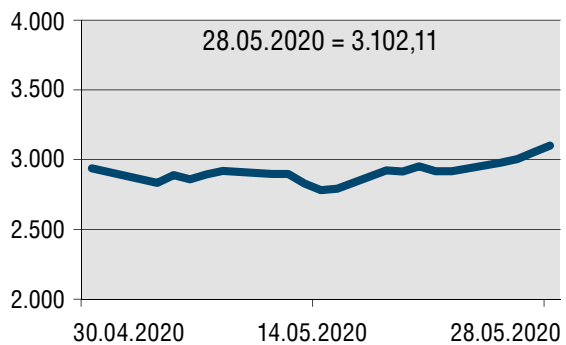
MARKTRÜCKBLICK

Mai 2020

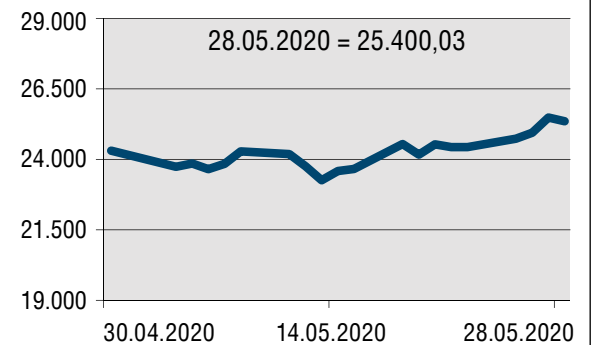
Die wichtigsten Indizes, Rohstoffe und Devisenkurse im Überblick

alle Angaben ohne Gewähr

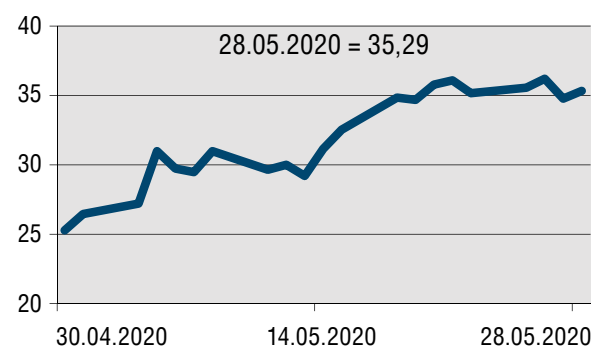
EURO STOXX 50



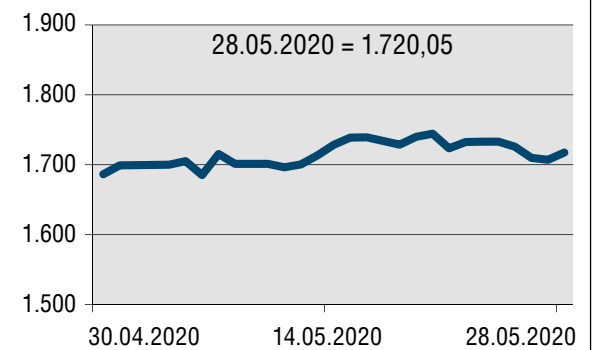
DOW-JONES INDUSTRIAL



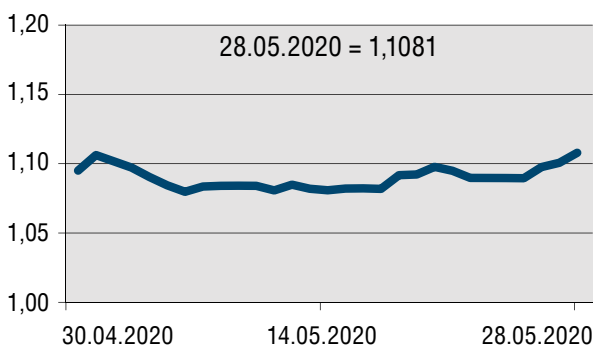
BRENT CRUDE ROHÖL IN US-DOLLAR



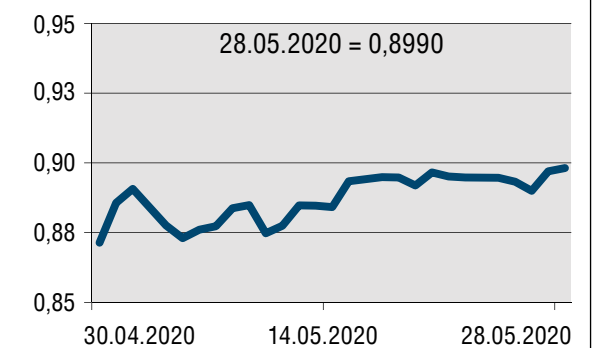
GOLD IN US-DOLLAR



US-DOLLAR JE EURO



BRITISCHE PFUND JE EURO



J. B. NIELSEN KOPENHAGEN

Das Maßatelier von John B. Nielsen erweist sich in Corona-Zeiten als Ruheoase für Kunden, die Wert auf hochwertige Kleidung legen. Sie lassen sich dort längst nicht mehr nur Anzüge nach Maß schneiden: Der Trend geht zum sportiveren Aussehen, einmal mehr beflügelt durch die derzeitige Veränderung der Arbeitskultur. Nielsen hat bereits vorgesorgt und seine Kollektion um fein gestrickte Pullover erweitert.

Anzüge, Abendkleidung, Polos, Jeans und Chinos: John B. Nielsen bringt so ziemlich jeden Dress an den Mann. Während andere Bekleidungsgeschäfte die Ware in Masse bereithalten, setzt sein Oldenburger Atelier auf Kleidung nach Maß. Gerade Kunden, deren Fassung nicht durch uniforme Einheitsgrößen gedeckt wird, gelangen auf diesem Weg an einen individuell auf sie zugeschnittenen Kleiderschrank, der Business-Anlässe wie auch Freizeitwünsche berücksichtigt. Zudem kennt Nielsen keine Öffnungszeiten, sondern passt sich individuell an die unterschiedlichen Rhythmen seiner Kunden an. Und empfängt so Reisende auf der Durchfahrt gerne schon einmal mit ein paar Frühstücksbrötchen. Die maßgeschneiderte Ruheoase, in der Zeit keine Rolle spielt, wirkt umso einzigartiger inmitten des aktuell durchziehenden Sturms, der im Stundentakt neue Hiobsbotschaften bereithält. Außerdem besitzt nicht jeder Entscheider die eiserne Geduld, sich nach einem nervenaufreibenden Tag an der Front auch noch hinten an der Schlinge vor dem kürzlich wiedereröffneten Kleidungsladen anzustellen – das potenzielle Ansteckungsrisiko sei hier ebenfalls nicht zu vergessen. Nielsen kontrastiert, dass Besucher seines Ateliers von derartigen Situationen verschont bleiben: „Die gesamten Räumlichkeiten stehen dem Kunden exklusiv zur Verfügung. Wir können mit minimalen Einschränkungen weiterhin eine entspannende Beratung bieten.“ Wenn Maße genommen werden, wird Mundschutz getragen, und Stammkunden, deren Maße bereits vorliegen, ersparen sich sogar diesen Schritt.

WIE TRÄGT MANN PULLOVER HEUTE?

Strick-Pullover stellen die neueste Ergänzung für John B. Niensens Kollektion dar: „Dieser Schritt ist eine natürliche Evolution der Gesamtstrategie, immer aufs Neue



Mit seiner Kollektion sichtlich zufrieden: John B. Nielsen

Mit KLAREM KONZEPT durch die Krise

Kleidung nach Maßarbeit anbieten zu können.“ Jahrelang befand er sich inmitten eines an Masse ausgerichteten Marktes auf der Suche nach Manufakturen, die die Kapazitäten bereitstellen können, Strick-Teile auch in Einzelexemplaren anzufertigen. Die Herausforderung liege hierbei auf der Hand: „Die Strickmaschinen müssen für jeden unserer Pullover neu eingestellt werden. Das ist deutlich zeit- und kostenintensiver, als nur einmal die Maschine pro Schnitt und Stückzahl zu justieren.“ Nun aber hat Nielsen für seine Pullover eine Spezialmanufaktur innerhalb Europas gefunden, die Lieferanten für hochwertige Garne akquiriert und die Muster zusammengestellt. Doch was bewegt Kunden dazu, das klassische Überziehteil individuell anzufragen, statt sich üblicher Handelsware zu bedienen? Häufig spielt laut Nielsen die Summe aller Teile eine wichtige Rolle. Bei einem Stück mag die Farbe perfekt sein – aber der V-Ausschnitt gefällt nicht. Das andere Exemplar passt möglicher-

weise schon sehr gut vom Umfang, aber die Ärmel fallen zu kurz aus. Der Maß-Experte spielt an dieser Stelle seine bekannten Vorteile aus: „Ob Farbe, Ausschnitt, Körperform: In unserem Geschäft geht man keine Kompromisse ein, sondern lässt sich den Pullover bis ins kleinste Detail anpassen.“ In Zeiten individualisierter Kleidungsstile fänden Pullover auch im Business-Bereich zunehmend Anklang: gerade im eleganten Business-Casual-Look, in dem sich der Pullover in Kombination mit Hemd stetig wachsender Beliebtheit erfreut.

PROBLEMLÖSER IN DER KRISE

Nach Jahren der Vorbereitung zeigt sich Nielsen sichtlich erleichtert, seine neue Kollektion noch rechtzeitig vor dem kompletten Ausbruch der Krise auf den Markt gebracht zu haben. Abgesehen von einer sechswöchigen Schließung musste Nielsen auch sonst keine großen Einbußen durch Corona in Kauf nehmen. „Wir befinden uns in der



Von V-Ausschnitt bis zum Rollkragen deckt Nielsen jede Variation ab.



VERÄNDERTE ARBEITSWELTEN, VERÄNDERTE KLEIDUNG

privilegierten Lage, dass wir aus der Situation gestärkt hervorgehen“, hält er fest. Der individuelle Service ohne große Einschränkungen spielt dem Atelier zurzeit doppelt in die Karten, da einige Stammkunden, die zuvor auch in Bekleidungsäden eingekauft haben, Niensens Dienste nunmehr komplett in Anspruch nehmen. Gleichzeitig brechen viele Herren aus ihren alten Mustern heraus und zeigen sich offen für eine tiefer gehende Beratung. „Unser Konzept spricht sich somit auch bei immer mehr potenziellen Neukunden herum. Wir bieten uns als Problemlöser für diejenigen an, die zuvor ausschließlich im stationären Handel eingekauft haben.“ Das geänderte Mindset hält Nielsen für keine Eintagsfliege: Er ist sich sicher, dass sich das gesteigerte Interesse an Maßanfertigungen wie seinen verstetigen wird. Mehr noch: „Durch die Krise werden wir mit vielen neuen Ansätzen neue Wege in unseren Leben gehen, unternehmerisch und privat. Wir werden lernen, uns anders zu verhalten. Solche Verhaltensmuster werden auch über die Kleidung ausgedrückt.“

Damit nimmt Nielsen auch Bezug auf den Schwung, den das Homeoffice in Deutschland erhalten hat, wengleich krisenbedingt. „Zwar werden Menschen in Zukunft nicht nur zu Hause sitzen, doch wird das Konzept des Arbeitsplatzes künftig nicht mehr automatisch mit festen Büros verbunden, zu denen man zwangsläufig hin pendeln muss.“ Von Zeitersparnissen und ökologischen Vorteilen einmal abgesehen, profitiert von dieser Liberalisierung der sportive Bekleidungsstil, der nicht mehr an strenge Konventionen gebunden ist. Doch muss das keinesfalls heißen, dass man an die Kleidung keine Ansprüche stellen darf: „Zu Anfang war im Homeoffice alles erlaubt. Mittel- bis langfristig wird sich das jedoch wieder ändern und eine Professionalisierung einsetzen.“ Nielsen jedenfalls will mit seinem Maßatelier weiter neue Wege beschreiten, um sich verändernden Wünschen und Sehnsüchten seiner verschiedenen Kunden entgegenzukommen: „Hier erhalten sie die Möglichkeit, diese individuell angepasste Kleidung auch in höchster Qualität zu erwerben.“



Nielsen achtet stets darauf, dass das gesamte Ensemble ineinandergreift.



Dem Kunden wird bei der Zusammenstellung des individuellen Pullovers das gesamte Farbspektrum zur Verfügung gestellt.

WIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION IN DER KRISE (NICHT) AUSSEHEN SOLLTE

PR in Zeiten von Corona

Seit Ende des letzten Jahres hält das Coronavirus die Welt in Atem. Kaum ein Unternehmen war auf den Ausbruch und die anschließende Krise vorbereitet. Viele Firmen stehen deshalb unter Druck und befinden sich in Ausnahme- oder sogar wirtschaftlichen Notsituationen. Klassische Marketing- und PR-Botschaften wirken derzeit oft unpassend – auf Kommunikation verzichten sollten Unternehmen aber nicht.

Nachdem sich das Virus SARS-CoV-2 weltweit verbreitet hatte, reagierten die meisten Staaten mit Ausgangssperren, Kontaktbeschränkungen sowie Schließungen von Unternehmen und Geschäften. Auch in Deutschland resultierte daraus im März ein „Lockdown“. Nun folgen Schritt für Schritt Lockerungsmaßnahmen, doch Corona wirkt sich weiterhin auf Organisationen und Unternehmen aus. Immer noch verändert sich die Situation laufend, Regelungen und Vorschriften zum Schutz vor dem Virus werden stetig angepasst. Wenn innerhalb einer Woche 50 Neuinfektionen pro 100.000 Einwohner gemeldet werden, sollen in den betroffenen Landkreisen oder Städten beispielsweise auch wieder strikte Einschränkungen folgen. Für Unternehmer gilt es, sich deshalb stets auf dem Laufenden zu halten und auf konkrete Auswirkungen für den eigenen Betrieb vorbereitet zu sein. Corona stellt damit das Change-Management und auch die Unternehmenskommunikation vor besondere Herausforderungen. Zum Schutz der Reputation und zur Vertrauensbildung von Mitarbeitern und Kunden ist während der Ausnahmesituation schnelle, präzise und transparente Kommunikation gefragt.

ERST INTERN KOMMUNIZIEREN

Zunächst gilt es Vorgehensweisen und Maßnahmen während der Krisenzeit zu erarbeiten beziehungsweise einzuleiten. Manche Unternehmen müssen den Betrieb einstellen oder Kurzarbeit einführen, andere schließen einzelne Abteilungen, führen verschiedene Schichtsysteme ein, damit sich weniger Mitarbeiter begegnen, oder bieten die Möglichkeit für Arbeit aus dem Homeoffice an. Solche Beschlüsse und Regelungen müssen an die Mitarbeiter kommuniziert werden. Auch Schutzmaßnahmen und das Vorgehen bei Verdachts- beziehungsweise bestätigten Fällen im Unternehmen sollten den Mitarbeitern bekannt sein. Dies beruhigt in unsicheren Zeiten und schafft ein vertrautes Verhältnis zum

Arbeitgeber. Als nächsten Schritt empfiehlt es sich, den engen Kontakt und Austausch mit Partnern wie Lieferanten und Kunden zu suchen, um diese ebenfalls über alle Vorkehrungen zu informieren. Nur so lässt sich auch in Ausnahmesituationen eine



Die Presse fokussiert sich auf die Krise – dies gilt es aufzugreifen.

Zusammenarbeit ermöglichen. Veränderte Öffnungszeiten, angepasste Regelungen bei der Warenannahme oder eventuelle Standortschließungen betreffen schließlich auch diese Personengruppen.

PRESSEERKLÄRUNG VORBEREITEN

Um im Verdachtsfall oder auch bei einem bestätigten Infizierten im Unternehmen schnell Partner und Kunden informieren zu können, empfiehlt es sich, eine Presseerklärung vorzubereiten. Darin lassen sich die weiteren Schritte erklären, beispielsweise dass eng mit der Gesundheitsbehörde zusammengearbeitet wird und alle Empfehlungen der Behörde umgesetzt werden, sodass die Sicherheit für Mitarbeiter, Partner und Kunden gewährleistet werden kann und der Standort des Unternehmens geöffnet bleibt. Durch die vorbereitende Maßnahme lässt sich die Mitteilung schnell versenden – auch um das Vertrauen und die Loyalität in die eigene Firma zu stärken. Plant die interne Kommunikationsabteilung oder die fürs



Angepasste Vorgehensweisen sollten den Mitarbeitern schnell mitgeteilt werden.

Unternehmen tätige Agentur zudem das Versenden der Pressemitteilung an die Medien, um die Öffentlichkeit zu informieren, hilft vorab das Zusammenstellen eines Verteilers mit allen Zielmedien. Um in diesem Fall direkt auf mögliche Nachfragen von Redakteuren antworten zu können, empfiehlt es sich, weitere Hintergrundinformationen bereitzuhalten und eventuell einen Ansprechpartner auf mögliche Interviews vorzubereiten. Das Erstellen eines Fragen- und Antwortenkataloges, der das Engagement für die Sicherheit der Mitarbeiter, Partner und Kunden ausführlich beschreibt, ermöglicht außerdem die Hilfestellung für den Kundenservice und das Dokument lässt sich auch auf der eigenen Website veröffentlichen.

CONTENT-IDEEN ZUR KRISENBEWÄLTIGUNG GEFRAGT

Klassische Marketing- und PR-Botschaften wirken in der momentanen Ausnahmesituation hingegen häufig unsensibel. Viele Medien greifen immer noch überwiegend Krisen-

themen auf und verzichten auf das Veröffentlichen vieler Produkt- und Sonderthemen. Meldungen und Nachrichten, die mit der Coronapandemie zusammenhängen oder Tipps für die aktuelle Lage bereithalten, nehmen Redakteure jedoch öfter auf. Gefragt sind also aktuelle Informationen zur Servicesituation und -verfügbarkeit während der Krise, alternative Angebote und Dienstleistungen von Unternehmen oder auch Content-Ideen und Fachbeiträge mit Tipps zur Krisenbewältigung. Beispielsweise Anleitungen zum Aufbau von Onlineshops, Tipps gegen Einsamkeit und für E-Learning oder Tools für das Homeoffice und die virtuelle Zusammenarbeit von Teams sind derzeit gefragt und bieten eine Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen mit Nutzen für die Öffentlichkeit zu vermarkten.

SOCIAL MEDIA FÜR SCHNELLE KOMMUNIKATION NUTZEN

Die kontinuierliche Veröffentlichung und Anpassung aktueller Informationen und Servicebeiträge hilft dabei, die Kontrolle über die Kommunikation zu behalten und mit Partnern, Kunden sowie der Öffentlichkeit in Kontakt zu bleiben. Onlinekanäle und die sozialen Medien stehen dafür im Vordergrund, da das Internet als Informationsquelle eine immer größere Bedeutung einnimmt. Viele Menschen informieren sich auf diesem Wege über die aktuelle Lage. Außerdem bieten soziale Plattformen und Blogs auf der Unternehmenswebsite die Möglichkeit, schnell Neuigkeiten, weiterführende Infor-

mationen oder Stellungnahmen zu verbreiten und sich mit Menschen auszutauschen und zu diskutieren. In der Krisenzeit feiern aber auch traditionelle Medienangebote eine Renaissance. Viele Menschen geben an, während der Pandemie häufiger auf Informationsangebote der öffentlich-rechtlichen Medien sowie überregionaler Qualitätszeitungen zuzugreifen. Da gleichzeitig auch viele Verlage Einnahmen einbüßen, vor allem durch Anzeigenstornierungen und fehlende Neubuchungen, bieten sich für Unternehmen hier Chancen. Häufig gibt es zurzeit viele Werbeformen im Sonderangebot. Lassen es die finanziellen Mittel des eigenen Unternehmens zu, empfiehlt es sich durchaus, in aufgaben- und reichweitenstarken Medien Werbung zu schalten und die eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. So bietet sich eine Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben.

MEHR INFORMATION

■ Hier schreiben je nach Thema und Schwerpunkt die PR-Experten der Borgmeier Media Gruppe. Auf die Standorte in Delmenhorst, Hamburg und Lilienthal verteilt, betreuen sie Kunden aus unterschiedlichen Branchen, wie Medizin, Technik, Logistik & Lifestyle.

Fragen zum Thema PR und Beratungswünsche können gern an Anne Lüder unter lueder@borgmeier.de gerichtet werden.

KOLUMNE

VERDAMMTE VERÄNDERUNG

Wir können uns das sehr gut vorstellen, wie es ausschauen würde, wenn wir schon viel weiter wären. Wenn es wieder läuft und wir beruhigt in die Zukunft schauen.

Aber dann wachen wir auf und sehen uns mit derselben Realität konfrontiert wie gestern und vorgestern. Mit wuchernden Problemen und quälenden Entscheidungen. Und zwischen uns und unserem Traum liegt sie da, riesig, diffus und ungreifbar, diese verdammte Veränderung.

Dabei ist Veränderung was Schönes. Wir begeistern uns so gerne für neue Ideen und Trends,

wir probieren aus, lernen und wachsen. Aber DIESE Veränderung ist anders: Wir haben sie uns nicht ausgesucht. Sie kam ungebeten. Und wir würden gerne auf sie verzichten.

Denn sie kostet Zeit und Geld. Von beidem haben wir nie genug. Weshalb wir sie wegschieben, bis es nicht mehr geht. Dann schauen wir uns um, und alle Welt plappert durcheinander: „Du musst“, „Das ist modern“, „Das machen alle so“. Irgendwie plausibel und doch ganz weit weg. Der Kopf schwirrt und wir wissen nicht, welcher Weg der richtige ist. Nur eines ist klar: Viel experimentie-

ren können wir nicht. Nach zwei, drei Fehlschlägen haben wir alle um uns herum verloren.

Sind wir erst einmal fest entschlossen, steht uns das Schwerste noch bevor: der erste Schritt. Der kostet 95 % der gesamten Energie. Weil wir ungeübt sind und unter enormem Erfolgsdruck stehen, denn wir wollen ja nicht gleich am Anfang stecken bleiben. Später wird es einfacher, sobald wir Übung haben und Tag für Tag mit kleinen Erfolgen belohnt werden.

Und während wir die meisten Themen im Tagesgeschäft zügig abhaken können – wenn wir nur wollen –, bleibt die Veränderung

ziemlich klebrig. Das Neue ringt an jedem Tag mit der Realität, weshalb wir weiter hinschauen, verbessern und dranbleiben müssen, um das Gewonnene nicht wieder zu verlieren.

Genau deshalb wünschen wir uns nicht nur, bereits am Ziel zu sein, sondern auch einen Partner zu haben, der uns begleitet und mit anfasst, uns Sicherheit gibt, was zu uns passt, der das Team begeistert und den jeweils nächsten Schritt kinderleicht erscheinen lässt. Gemeinsam brauchen wir die Veränderung nicht mehr zu verfluchen, dann wird sie leicht und ist mit uns. Jeden Tag.



INGO KÖRNER

Geschäftsführer der aufwärts GmbH, liebt Veränderung. Nach 25 Jahren in Dienstleistung, Fertigung und Logistik sowie auf allen Ebenen bis zum Aufsichtsrat weiß er, worauf es ankommt. Heute hilft er als Berater seinen Kunden, erfolgreich in die Zukunft zu gehen.

Internet: www.aufwärts.org

im Herzen von Delmenhorst

Für Sie, vor Ort...

werbewerk

SCHIERLOH

Sie möchten das richtige Objekt
für Ihr Logo finden?

Das werbewerk Team steht Ihnen
mit Rat und Tat zur Seite.

Sprechen Sie uns an.

Von kleinen Werbegeschenken,
Beschilderung des Firmengeländes
über individuelle Fahrzeugbeschriftung
bis zu funktionaler Workwear
für Ihre Mitarbeiter, sowie die
Entwicklung eines Logos und dessen
effektiven Einsatz in der Werbung.

Das werbewerk stellt diese und viele
weitere Produkte im Bereich Werbung
und Werbetechnik zur Verfügung.



Besuchen Sie uns
auf unserem neuen Internetauftritt
www.werbewerk-delmenhorst.de

Für Sie, vor Ort...

werbewerk
SCHIERLOH



Lange Straße 42
27749 Delmenhorst



04221 - 59 27 541
01577 - 18 31 523

www.werbewerk-delmenhorst.de

AKIN OGUROL IM INTERVIEW

Nicht meckern, kreativ werden!



Roadblocks sind für Akin Ogurol kein Fremdwort – nicht ohne Grund trafen er und sein Team die Entscheidung, mit seinem Vergleichsportal neue Pfade einzuschlagen. Nun befinden sie sich auf dem besten Weg, selbst zum Rang des Versorger-Versicherers aufzusteigen. Welche Tipps hält Ogurol für andere Jungunternehmer in schwierigen Zeiten parat?

01/ *Eure Unternehmung begann zunächst mit der Marke Einfachsparen. Wie verlief diese erste Gründung?*

2015 starteten wir Einfachsparen mit der Kernidee, ein Vergleichsportal 2.0 für Versicherungen, Strom und Gas sowie Telekommunikation und Reisen zu werden. Mit unserer Technik-Affinität sind wir voller Gewissheit auf den Digitalisierungs-Zug aufgesprungen. Nach mehreren Jahren haben wir jedoch realisiert, dass unser Traffic gegen den der großen Vergleichsportale nicht ankam. Daraufhin haben wir uns gefragt: Wie können wir besser werden als andere Portale? Wie wäre es, wenn wir die Offline-Beratung unter vier Augen mit der Online-Tarife-Welt kombinieren? So ist 2018 die Einfachsparen-Filiale entstanden: die erste Vergleichsportalfiliale in Deutschland. Die Erfahrung zeigt, dass sich unsere Kunden zunächst offline über Verträge beziehungsweise Tickets informieren, um online den Preisvergleich vorzunehmen und die Buchung abzuschließen. Viele von ihnen kommen jedoch wieder in die Filiale zurück, weil die Servicequalität anderer Portale zu wünschen übrig lässt. Binnen eines Jahres haben wir allein über die Filiale über 600 Neukunden gewinnen können.

02/ *Was hat euch dann dazu verleitet, immorow ins Leben zu rufen?*

Wir haben uns überlegt, wie wir unser Einfachsparen-Modell nochmals skalieren können. Also haben wir mit der Marke immorow das Vergleichsportal-Denken auf die Immobilienwirtschaft angewandt

und vom B2C- in den B2B-Sektor verlagert. Wir sprechen mit immorow in erster Linie Hausverwaltungen, aber auch Hotellerie-Ketten, Franchise-Unternehmen und Sozialeinrichtungen an und sammeln ihre Verträge, um mit den Versorgern und Versicherern Rahmenverträge auszuhandeln. Den Immobilienverwaltern und Eigentümern wird dadurch 25 Prozent der Arbeitszeit eingespart und ebenso einige Nerven dank des schnellen Schadensservices. Zudem kostet der Basisservice für den Endkunden null Euro, da wir uns durch Provisionen der Versorger und Versicherungen finanzieren. Außerdem können wir selbst Versicherungsschäden bis 2.500 Euro schnell und problemlos abrechnen. Die Einfachsparen-Filiale dient für immorow weiterhin als Servicepoint, sowohl für die Mieter als auch für die Immobilienverwalter.

03/ *Welche Langzeitstrategie verfolgt ihr nun mit beiden Marken?*

Unser Hauptziel ist es, ein eigener Bank-, Versicherungs- und Energieversorger zu werden, um nicht nur Prozesse zu optimieren, sondern auch Vermögen zu verwalten und Versicherungsdienstleistungen schnell zur Abrechnung zu bringen. Dazu soll die Marke immorow von unserer Einfachsparen24 GmbH zur eigenständigen Gesellschaft ausgegliedert werden, samt der Möglichkeit, als Investor einzusteigen. Bei der maximalen Zahl an zu verwaltenden Einheiten sind uns jedenfalls keine Limits gesetzt – umso lukrativere Vertragskonditionen können wir nach oben hin aushandeln. Jetzt schon verwalten wir Tausende Einheiten in Bremen und werden

die Zukunft im B2B-Sektor der Wohnwirtschaft zu einem großen Marktanteil übernehmen, da bin ich mir sicher! Währenddessen wollen wir die Stellung von Einfachsparen weiter ausbauen. Etwa bieten wir im Gegensatz zu Vergleichsportalen einen Kündigungs- und Wechselservice an: Per App liefern wir an unsere Kunden regelmäßig neue Angebote, und durch den automatisierten Wechsel ersparen wir ihnen unnötigen Aufwand, Geld und Zeit.

04/ *Wird dieser gesteigerte Verwaltungsaufwand denn nicht schnell anstrengend für ein noch recht junges und kleines Unternehmen wie eures?*

Das kommt auf die Organisation an. Wir wachsen beständig weiter – gleichzeitig sourcen wir ja auch einige Aufgabenfelder aus. Zum Beispiel arbeite ich mit einem professionellen Callcenter zusammen, das den 24/7-Schadensservice übernimmt. Darüber haben wir mithilfe zweier Bremer Anwaltskanzleien eine Rechtsschutzversicherung inkludiert, falls rechtliche Rückfragen bestehen oder der Versicherer einmal nicht zahlen sollte. Schließlich, das zeigt die Erfahrung der letzten fünf Jahre, kochen ohnehin alle mit Wasser: Auf der internationalen Ticketbörse kaufen alle gleichermaßen ihre Tickets, der Vermittler bestimmt dann die Provision. Wir planen sogar in Zukunft, neue Filialen beziehungsweise Servicepoints zu eröffnen: das erste Finanz-Franchise auf dem Markt, papierlos und unkompliziert! Wir wollen damit eine Hybridlösung finden und verhindern, dass alles nur noch online stattfindet.

05/ *Wollt ihr euch mit eurem Netz dann bundesweit ausbreiten oder regional bleiben?*

Auf jeden Fall wollen wir uns weiter ausbreiten. Meine Devise ist: Klappert es in Bremen, klappert es auch in New York. Bremen ist klein, Bremen ist platt – und wenn du etwas in Bremen an den Start bringen kannst, dann ist das gut! Ich habe mir be-

wusst diese Herausforderung gesetzt und zunächst diesen Hauptstandort ausgewählt. Wir wollen aber auf gar keinen Fall nur hier verweilen, sondern unser Filialen-Netzwerk mithilfe neu akquirierter Banker und Versicherungskaufleute in ganz Deutschland ausbauen. Ich weiß, dass es bis dahin noch ein weiter Weg ist, da auch unser Gesamtkonstrukt zunächst noch von anderen verstanden werden muss. Aber ich bin da guter Dinge.



Altes Konzept neu gedacht: die Einfachsparen-Filiale

06/ *Nur können einem großen Plan auch Krisen dazwischenfunken. Wie hart hat euch die Krise in euren jeweiligen Segmenten getroffen?*

Für das Reiseticketgeschäft ist die aktuelle Lage katastrophal. Wir haben unseren Laden schließen müssen, darüber wurden auch die Ticketverkäufe abgewickelt. Das Gute ist aber, dass wir ja weitaus mehr als nur Reisen anbieten, dadurch konnten wir uns fangen. Trotzdem haben wir uns weiter um unsere Kunden gekümmert: Zwei Reisende, die wegen des Virus in Shanghai festgingen, haben wir nach kurzen Verhandlungsgesprächen mit der Airline mit dem letzten Flieger nach Deutschland zurückholen können – drei Wochen, bevor die Bundes-

regierung eigene Rückflüge organisiert hat. Toll für uns ist dafür, dass der Energiepreis im Keller ist. Wir nutzen diese historische Chance für die Neukunden- und Vertragsakquise. Unser letzter Kunde hat mit 1.200 Einheiten rund 40.000 Euro gespart: Wer da nicht zuschlägt, ist selbst schuld. Viele Telekommunikationsanbieter tun sich zwar derzeit schwer mit neuen Rahmenverträgen, aber auf diesen Bereich fokussieren wir uns ohnehin nicht so sehr. Und für den Versicherungsbereich ist die Lage größtenteils gleich geblieben. Kurzum: Strom und Gas sind aktuell unser Kerngeschäft. Gott sei Dank fahren wir mehrgleisig, daher hat uns die Krise nicht so hart getroffen wie andere.

07/ *Könnt ihr aus der Krise also gar Profit schlagen?*

Nicht wirklich, trotz gestiegenem Umsatz. Der viel größere Gewinn für uns ergibt sich aus der verstärkten Akquise von Kunden, bei denen sich vorher die Ansprache schwerer gestaltet hätte. Dank der gefallen Energiepreise bin ich plötzlich mit einer der größten Hausverwaltungen in Bremen und Frankfurt ins Gespräch gekommen. Wir nutzen die freie Zeit im Homeoffice, so gut es nur geht, um unser Beziehungsnetz auszubauen und Akquise zu schaffen. Wir helfen aber auch unseren Kunden in der Krise mit einer kostenlosen Corona-Beratung aus, verhandeln etwa für sie eine Stundung bei den Strom- und Gasanbietern und kontrollieren ihre Energieverbräuche.

08/ *Welche Tipps hast du abschließend für andere Jungunternehmer, die selbst durchstarten wollten und sich jetzt in der Krise befinden?*

Wir alle haben Existenzängste. Man sollte gerade nicht meckern, während man auf die Überweisung der Fördergelder wartet. Auch sollte man nicht panisch zur Bank laufen. Jeder Gläubiger kann mal warten, die Pandemie betrifft uns ja alle irgendwo. Aus diesem Grund: Ruhe

bewahren. Das klingt zunächst etwas platt. Aber in dieser Phase sollte man die freie Zeit nutzen, um neue Kraft zu tanken und Ideen zu sammeln, wie man aus dieser Corona-Krise eine Corona-Idee bilden kann: ein Übergangsmodell, bis man das eigentliche Kerngeschäft wieder angehen kann. Unternehmen stellen Masken her, Restaurants steigen auf Außer-Haus-Verkauf um, Ladenbesitzer erstellen erstmals eine Website. Man kann davon nicht das Riesengeschäft erwarten. Wer aber nichts tut, und das haben viele gemacht, wird in spätestens ein, zwei Monaten auf Riesenprobleme stoßen. Die wirtschaftliche Pandemie wird höchstwahrscheinlich schlimmer ausfallen als die Corona-Pandemie. Man muss kreativ werden, um den Kunden zu zeigen: Wir sind noch da!

ABWÄRME-KOOPERATIONEN AUFBAUEN

ENERGIE DURCH SYNERGIE

Warum nicht überschüssige Abwärme anderen Unternehmen zur Verfügung stellen? Möglichkeiten einer klimaschonenden wie auch kostensparenden Zusammenarbeit stellten die Klimaschutzagentur energiekonsens und die BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH in einem Webinar vor.



Wirbt für Abwärme-Kooperationen: Stella Reulecke

Mitte Mai luden die Bremer Klimaschutzagentur energiekonsens sowie die BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH zu einem Tutorial der etwas anderen Art. Weisen die Effizienz-Experten für gewöhnlich auf Potenziale hin, Energie zugunsten der Umwelt und des Geldbeutels einzusparen, betrachtete das Webinar „Wärme-Synergien zwischen Unternehmen“ die Fragestellung aus einem anderen Winkel. Bevor überschüssige Energie in die Umwelt abgegeben werden muss, kann sie schließlich noch anderen Betrieben zur Verfügung gestellt werden. „Klimaschutz geht weit über Betriebsgrenzen hinaus. Gerade im Bereich Abwärme

bieten sich für Unternehmen viele Möglichkeiten, zusammenzuarbeiten und so CO₂ einzusparen“, erläuterte Stella Reulecke gegenüber den rund 50 Teilnehmern, die dem Webinar beiwohnten. Sie spricht aus Erfahrung: Innerhalb des durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und die Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau geförderten Projekts „Bremer Unternehmen sparen CO₂“ betreut sie bei energiekonsens den Baustein „Kooperation CO₂“. Sollten sich keine Nachbarunternehmen anbieten, könnte der Überschuss auch einem Versorger oder sogar über eine mobile Versorgung zur

Verfügung gestellt werden. „Ressourcenschutz und Wirtschaftlichkeit“, unterstrich Reulecke, „gehen hier Hand in Hand.“

HÄFEN VOLLER POWER

Bremerhaven verfolgt den kooperativen Ansatz bereits innerhalb des neuartigen Gewerbegebiets „Lune Delta“. BIS-Vertreterin Annette Schimmel legte dar, dass man zurzeit die Option einer hundertprozentigen Wärmeversorgung aus erneuerbaren Energien untersuche. Elektrolyseure, die verfügbaren Wasserstoff in elektrischen Strom umwandeln, seien hierbei nur einer der Ecksteine der Null-CO₂-Strategie.

Die östliche Hafencity in Hamburg hat derweil bereits eine handfeste Kooperation mit dem Metallproduzenten Aurubis AG aufgenommen, wie Christian Hein berichtete, Director Corporate Energy & Climate Affairs von Aurubis. Überschüssige, CO₂-neutrale Abwärme wird damit ohne Umwege zur Beheizung weitergeleitet. Aurubis könne unterdessen einen kolossalen Beitrag zum Umweltschutz leisten, schwärmte Hein: „Wenn wir unser vollständiges Industriewärme Potenzial ausschöpfen, können insgesamt bis zu 140.000 Tonnen Kohlendioxid im Jahr eingespart werden.“

„KEINEN GRUND, ES NICHT ZU TUN“

Michael Rüdibusch von ArcelorMittal warb ebenso für Kooperationen, der Umwelt zuliebe: „Es gibt viele Gründe, gemeinsame Projekte nicht zu machen. Aber es gibt keinen Grund, es in diesem Fall nicht doch zu tun.“ Beim Klimaschutz gelte Ausprobieren als erste Devise, das schaffe Raum für Innovationen. Er rechnete vor, dass sich gerade denjenigen Branchen, die sich regelmäßig mit überreichlicher Abwärme auseinandersetzen müssen, die größten Einsparpotenziale eröffnen. Wohin mit teils 40 Prozent nicht verwendbarer Energie, wenn man sie nicht an die Umwelt abgeben will? Noch zu häufig, beklagte Rüdibusch, werde der einfache Weg gewählt,

anstatt über den Überschuss zusätzliche Gewinne zu generieren.

WARME CONTAINER-TRANSPORTE

Auch der Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover (aha) hat mit dem Projekt „Wärme to go“ kooperative Pfade eingeschlagen und beheizt nun Klassenzimmer mithilfe der Abwärme eines Blockheizkraftwerkes auf der Deponie Hannover. Die Entsorgung der Abfälle lässt Methan entstehen, das wiederum in Strom und Wärme umgewandelt wird. Letztere kann in Containern eingespeichert und mithilfe von Elektro-Lkws annähernd CO₂-neutral zum Ort des Geschehens verfrachtet werden, in diesem Fall eine Schule in Isernhagen. „Für uns sind die Latentwärme-Container die ideale Möglichkeit, unsere Wärme an größere Verbraucher zu liefern, anstatt sie ungenutzt abzugeben“, zog aha-Vertreter Roland Middendorf Bilanz. „Mit dem E-Lkw funktioniert das sogar lautlos und emissionsfrei und bringt uns unseren Klimaschutzzielen näher.“

KONTAKT-INFORMATION

Bremer und Bremerhavener Unternehmen, die an Abwärme-Synergien interessiert sind, erreichen Stella Reulecke unter 0421- 376671-63 beziehungsweise unter reulecke@energiekonsens.de.

BANG & OLUFSEN

DER NEUE BEOVISION ECLIPSE OLED
55 UND 65 ZOLL • BEI UNS AM WALL VORFÜHRBEREIT

Beim Kauf eines Eclipse 65 Zoll erhalten Sie einen Willkommensgutschein im Wert von **2.000 €**



Beim Kauf eines Eclipse 55 Zoll erhalten Sie einen Willkommensgutschein im Wert von **1.500 €**



BUNGALSKI GMBH

Am Wall 153-156 · 28195 Bremen · 0421-325500-0 · amwall.bremen@beostores.com · www.bungalski.com
Große Straße 117 · 27283 Verden · 04231-308-0 · verkauf@bungalski.de · www.bungalski.com

NEU BEI UNS AM WALL: Metz Home Entertainment Produkte

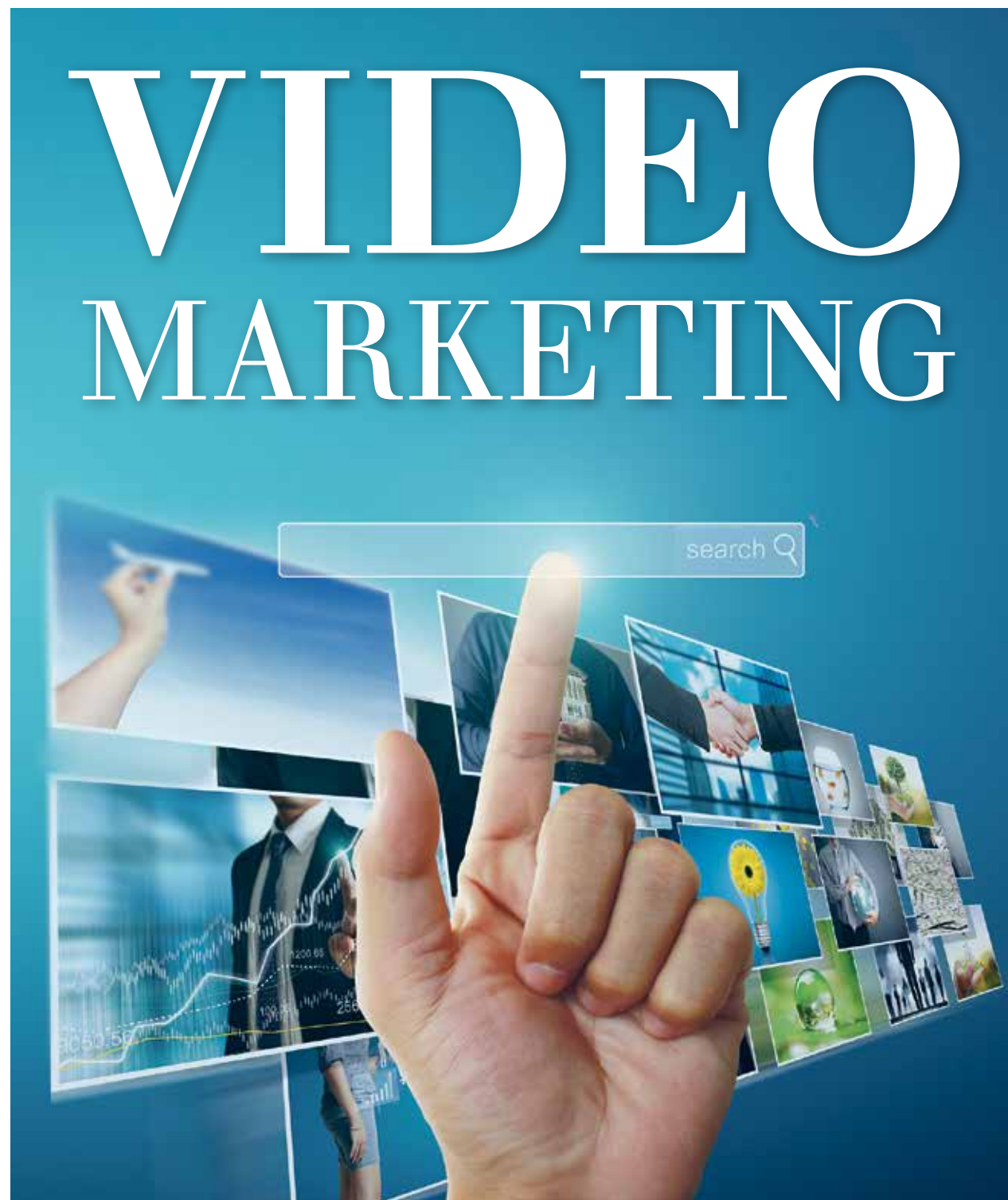
MITHILFE VON VIDEOS DIE MARKE HERAUSBILDEN

Emotionen sind der Schlüssel zu einer starken Marke und Videos sind das beste Medium, um Emotionen zu transportieren. Videos schaffen alles, was eine Marke braucht: Persönlichkeit, Begeisterung, Kaufbereitschaft und Kundenbindung. Markenbildung mit Video-Marketing ist die perfekte Ergänzung zum Performance-Marketing und unverzichtbar im Marketingmix.

Noch nie war Online-Marketing performancegetriebener als heute. Daten sind das neue Gold und Tools wie Google Analytics die Spitzhacken, die es zutage fördern. CPC, CTR, CPO und ROI sind die Währungen, in denen Erfolge gemessen werden. Dass Unternehmen auf Performance-Marketing setzen, ist verständlich, schließlich geben messbare Erfolge Sicherheit. Marketing-Manager sehen ihre Ergebnisse schwarz auf weiß, Geschäftsführer haben die Bestätigung, dass sie das Geld sinnvoll investiert haben. Doch was passiert, wenn alle nur auf Performance setzen? Die E-Commerce-Branche boomt, Onlineshops schießen wie Pilze aus dem Boden, der Verbraucher hat weltweit eine riesige Auswahl an Waren und Dienstleistungen, die nur einen Klick entfernt sind. Das macht Angebote immer austauschbarer. Warum entscheidet der Kunde sich für ein bestimmtes Unternehmen und warum bleibt er ihm treu? Wahrscheinlich nicht, weil es die besten Zahlen beim Online-Marketing vorzuweisen hat.

MARKE ALS SEELE DES UNTERNEHMENS

Es gibt nur einen Grund, warum Menschen vor Geschäften kampieren, wenn das neue iPhone auf den Markt kommt, anstatt eine Woche später einfach in den Laden zu gehen, oder warum Menschen darauf schwören, dass der eine Softdrink viel besser schmeckt als der andere mit den gleichen Inhaltsstoffen, nur einem anderen Logo auf dem Etikett. Der Grund ist die Marke. Per Definition ist eine Marke eine Vorstellung, die durch den Markennamen, das Markenzeichen und die Marketingmaßnahmen entsteht. Eine Marke ist also etwas, was in den Köpfen der Konsumenten vorgeht, höchst emotional und wenig rational – ganz im Gegensatz zu den Zahlen im Performance-Marketing. Eine Marke gibt einem Produkt oder Unternehmen ein klares Profil, macht es markant und einzigartig, der beste Weg, um aus der Masse herauszustechen. Die Marke ist das Gesicht eines Unternehmens, macht es erlebbar und verleiht ihm Persönlichkeit. Wenn sie sich etabliert hat, ist die Marke etwas Vertrautes. Es ist menschlich, auf Vertrautes zu setzen. In der Regel mögen wir, was wir kennen. Und wir kaufen, was wir mögen. Wer eine starke Marke kreieren möchte, muss Emotionen wecken. Emotionen sorgen dafür, dass Botschaften im Langzeitgedächtnis bleiben. Schließlich erinnert man sich im Detail an die rührende Hochzeitszeremonie des besten Freundes vor drei Jahren, der Termin mit dem Steuerberater vor drei Wochen gerät dagegen schnell in Vergessenheit. Wenn es darum geht, Emotionen in der digitalen Welt zu transportieren, dann sind Videos ungeschlagen. Bewegte Bilder in Verbindung mit Ton, vor allem Musik, haben eine weitaus größere emotionale Wirkung



als andere Medien und sind somit der Schlüssel für den Aufbau einer starken Marke. Videos verleihen einem Onlineauftritt Persönlichkeit, sie geben den anonymen Unternehmen im Netz ein Gesicht.

VIDEOS SIND VERKÄUFER

Im stationären Handel sind Aufmachung, Ambiente und Personal wichtige Elemente, auf die jedes Geschäft Wert legt. In Onlineshops hingegen sind fehlende oder schlecht aufgemachte Inhalte immer noch allgegenwärtig. Doch warum ist das so? Inhalte sind schließlich die Verkäufer im Internet. Laut einer Studie im Auftrag von Google schauten sich 68 Prozent der YouTube-Nutzer schon einmal ein Video an, um eine Kaufentscheidung zu treffen. Und wer denkt, die Nutzer schauen YouTube-Videos hauptsächlich unterwegs in kurzen Sessions, der liegt falsch. In der Primetime, also zwischen 20 und 23 Uhr, erzielt YouTube eine höhere Reichweite als das Kabelfernsehen. Dabei nutzen die YouTube-Zuschauer hauptsächlich ihr Smartphone für die abendliche Video-Unterhaltung auf der Couch. Für die mobile Nutzung gilt: Im Vergleich zum Fernsehzuschauer ist es doppelt so wahrscheinlich, dass der Onlinenutzer dem Inhalt seine volle Aufmerksamkeit schenkt, wenn er auf dem Smartphone ein Video schaut. Für Unternehmen ist das eine Riesenchance, die Zielgruppe für sich zu gewinnen, denn Reichweite nützt nichts ohne Aufmerksamkeit.

KUNDEN MILDE STIMMEN

So perfekt eine Online-Marketing-Strategie sein mag und so gut der Kundenservice in der Theorie ist, im

Alltagsstress gerät der Kunde mit seinen Wünschen und Bedürfnissen manchmal in den Hintergrund. Wer Videos einsetzt, kann seine Kunden auf eine charmante Weise ansprechen und sie so über kleine Fehler hinwegsehen lassen. Wer zum Beispiel mit Lieferschwierigkeiten zu kämpfen hat, wird bei Kunden mit einem humorvollen und selbstironischen Video wahrscheinlich besser ankommen als per Notiz auf der Website oder mit einer erklärenden E-Mail.

Die erfolgreichsten Geschichten lassen sich mit Videos besonders gut erzählen.

GESCHICHTENERZÄHLER

Storytelling ist ein hervorragendes Transportmittel für Emotionen und ein Anker für unsere Erinnerung. Seit jeher wurden Geschichten erzählt, um Wissen an die nächste Generation zu übertragen, Zusammenhänge zu erklären und Lehren zu vermitteln. Das menschliche Gehirn ist auf Geschichten ausgelegt. Sie begleiten uns ab dem frühen Kindesalter in Märchen, Liedern und Büchern. Die Filmindustrie lebt vom Geschichtenerzählen. Und nicht zuletzt hat die Werbeindustrie das Storytelling für sich entdeckt. Die emotionalsten Werbespots bekommen in der Regel die größte Beachtung. Die erfolgreichsten viralen Spots sind meistens Geschichten, und mit Videos lassen sich Ge-

schichten besonders gut erzählen. Und wer eine fesselnde Story hat, muss nicht die große Videoproduktion auffahren. Mit der richtigen Idee und etwas Kreativität kann auch mit schmalen Budget ein erfolgreiches Video entstehen. Das ist die Chance selbst für kleine Unternehmen, eine starke Marke zu schaffen.

NEWSLETTER-UNTERSTÜTZUNG

Newsletter haben entscheidende Vorteile. Sie sind ideal, um Kunden und Leads auf direktem Weg zu erreichen sowie die Markenbotschaft zu kommunizieren. Das Unternehmen entscheidet selbst über das Design und die gesamte Aufmachung. Ein gut gepflegter und umfangreicher Newsletter-Verteiler macht das Unternehmen unabhängiger von „fremden“ Kommunikationskanälen, ein wichtiger Schritt beim Markenaufbau. Videos machen E-Mail-Newsletter erfolgreicher. Laut einer Studie der ostasiatischen Digital-Marketing-Agentur Syndacast bewirkt das Wort „Video“ im Betreff eine um 19 % höhere Öffnungsrate, eine um 65 % höhere Klickrate sowie 26 % weniger Abmeldungen vom Newsletter. Es lohnt sich also, Newsletter mit Videos zu verschicken. Neben dem Betreff kann eine Videoplayer-Grafik im Newsletter die Klickrate positiv beeinflussen. Klickt der Nutzer darauf, gelangt er auf eine Landingpage, auf der das Video idealerweise automatisch abgespielt wird.

KUNDENBINDUNG STÄRKEN

Ein essenzieller Bestandteil einer Marke ist die Kundenbindung. Wenn aus Kunden begeisterte Fans und Markenbotschafter werden,

stimmt die Kundenerfahrung, auch Customer Experience (CX) genannt, an jedem Berührungspunkt mit der Marke. In der digitalen Welt gibt es etliche sogenannte Touchpoints, an denen Kunden mit der Marke in Berührung kommen, von Werbeanzeigen über den Bestellvorgang bis hin zur Nutzererfahrung mit dem Produkt und dem Kundenservice. Sogar das Paket, in dem das Produkt verschickt wird, ist ein Touchpoint. Lässt es sich einfach öffnen? Liegt der Lieferung vielleicht ein kleines Geschenk oder ein netter Spruch bei? An vielen Touchpoints können Videos das Kundenerlebnis positiv beeinflussen. Beim Einsatz sind nahezu keine Grenzen gesetzt. Von Werbespots über Produktvideos bis hin zu How-to-Videos, die als Bedienungsanleitung dienen, ist alles möglich. Auch eine direkte Ansprache per Video im Online-shop kann die Customer Experience verbessern, zum Beispiel als einfaches Begrüßungsvideo, in dem ein Mitarbeiter in die Kamera spricht. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Besucher positiv überrascht ist und diese Erfahrung als angenehm bewertet, ist groß. Marken, die an jedem Berührungspunkt ein tolles Kundenerlebnis schaffen, stärken die Kundenbindung. Treue Kunden sind enorm viel wert, ein oft unterschätzter Punkt bei der Unternehmensstrategie. Denn loyale Kunden kaufen im Vergleich zu anderen Kunden „ihre“ Marke deutlich häufiger, sind weniger preissensibel, sind empfänglicher für Cross- und Upselling-Angebote, verzeihen kleine Ausnahmefehler beim Kundenerlebnis schneller, wenn sonst alles stimmig ist, und empfehlen ihre Lieblingsmarke Freunden, der Familie und Kollegen weiter.

VIDEO-PRODUKTION UND -STRATEGIE

Bei Videoproduktion denken viele an große Filmteams mit ganzen Lkws voller Equipment. Natürlich gibt es diese aufwendigen Produktionen auch im Bereich der Werbung. Die großen Marken produzieren ihre TV-Spots teilweise mit enormen Budgets und entsprechendem Aufwand. Doch es geht auch anders. Wer eine Spiegelreflexkamera oder ein gutes Smartphone hat, kann sich mit ein wenig Übung und Kreativität als Videoproduzent versuchen. Für eine erfolgreiche Video-Marketing-Strategie sollten zunächst Ziele definiert werden: Denn nur wer sein Ziel kennt, kann den richtigen Weg wählen. Ob man sich auf dem richtigen Weg befindet, zeigen Leistungskennzahlen, sogenannte Key Performance Indicators (KPI). YouTube ist der ideale Kanal, um Markenbekanntheit aufzubauen. Die Leistungskennzahlen hier können Views sein, aber auch die Anzahl der Abonnenten, Likes und Kommentare sowie die durchschnittliche Wiedergabedauer. Ein Ziel kann beispielsweise folgendermaßen lauten: „In sechs Monaten möchten wir 1.000 neue Abonnenten gewinnen. Jedes neue Video soll im Schnitt 1.000 Views bekommen und eine durchschnittliche Wiedergabedauer von 40 % der Gesamtlänge erzielen.“

NICHT IMMER HOCHGLANZ

Meistens ist die Idee wichtiger als die Umsetzung. Es gilt aber: Je hilfreicher der Inhalt ist, desto weniger stört die Zuschauer eine schlechtere Qualität. Hier zwei Beispiele: Maik hat einen YouTube-Link von einem Freund zugeschickt bekommen und klickt drauf, um sich das Video anzuschauen. Davor ist ein Werbespot geschaltet, den Maik nach fünf Sekunden wegzuklicken kann. In diesem Moment möchte sie das Video von ihrem Freund sehen

– eigentlich stört der Spot sie. Doch er ist so gut gemacht, dass er sofort ihre Aufmerksamkeit fängt. Sie klickt nicht weg und schaut sich die Werbung ganz an. Am nächsten Tag muss Maike mit dem Auto zu einem wichtigen Termin fahren – doch die Batterie ist leer und der Wagen springt nicht an. Maike hat ein Überbrückungskabel und der Kollege stellt sein Auto als Starthilfe zur Verfügung. Beide sind sich jedoch nicht sicher, wie sie das Kabel richtig anschließen. Maike sucht bei YouTube nach einem Erklärvideo – und findet auf Anhieb eines. Es ist ein etwas verwackeltes Amateurvideo mit schlechtem Ton. Das stört Maike jedoch nicht, denn sie bekommt die Informationen, die sie gerade dringend braucht. Deshalb gilt: Je größer der Bedarf ist, desto weniger wichtig ist die Form. Umgekehrt muss das Video besonders hervorstechen, um die Aufmerksamkeit eines „gesättigten“ Nutzers zu bekommen. Dabei muss das Video nicht immer mit Qualität und großem Aufwand punkten. Passt das Thema sehr gut zum Nutzer und ist es für ihn besonders interessant, reicht ein weniger aufwendiges Video aus, um die Aufmerksamkeit zu bekommen.

KUNDEN BEGLEITEN

Die Customer Journey ist der Weg des Kunden vom ersten Interesse über den Produktvergleich sowie die -recherche bis hin zur Kaufentscheidung und, im Idealfall, der Markentreue. Die Video-Marketing-Strategie sollte so aufgebaut sein, dass die Marke an jedem Punkt der Customer Journey für den Nutzer sichtbar und erlebbar ist.



Jeder fängt einmal klein an: Auch simple Videos sind besser als keine.

Indem Sie Aufmerksamkeit schaffen und Interesse aufbauen, lernt Ihre Zielgruppe etwas Neues und gleichzeitig die Produkte kennen. Geeignete Videoformate dafür sind zum Beispiel Erklärvideos, Webinare und unterhaltsame Inhalte, die sich in den sozialen Medien verbreiten. Wenn Sie dem Kunden Vertrauen und Sicherheit geben, haben Sie als Unternehmen die Möglichkeit, zu zeigen, welche Vorteile die Produkte dem Nutzer bringen und warum sie eine gute Wahl sind. Die Kommunikation sollte dabei nicht produkt-, sondern lösungsorientiert sein. Dabei hilft es, sich Fragen wie „Welche Lösung habe ich für das Problem des Kunden?“ oder „Wie sieht die Welt des Kunden aus, wenn er mein Produkt nutzt?“ zu stellen. Für diese Customer-Journey-Phase eignen sich zum Beispiel Produktvideos, Kunden-

Testimonials, Video-Fallstudien und Videos zu den Einsatzmöglichkeiten des Produkts. Kurz vor dem Kauf gilt es, letzte Kaufhürden und Bedenken abzubauen und dem Kunden einen kleinen Schubs zu geben. Dabei helfen beispielsweise Videos, die häufig gestellte Fragen beantworten, und Video-Bedienungsanleitungen. Nach dem Kauf sollte der Kunde in seiner Entscheidung bestätigt werden und eine emotionale Bindung zur Marke aufbauen. Dabei ist das Produkt selbst natürlich entscheidend, aber auch unterhaltsame Videokampagnen oder Clips von Kunden, die bereits Markenbotschafter sind, unterstützen diesen Prozess.

ERFOLGE UND FEHLER

Auch wenn der Markenaufbau mit Videos wenig greifbar erscheint, ist dennoch eine Erfolgsmessung

möglich und nötig. Dazu dienen die oben erwähnten Ziele und Leistungskennzahlen. Doch messen ist nicht genug – anschließend müssen entsprechende Maßnahmen folgen. Läuft das Video-Marketing gut, gilt es zu überlegen, wie die Erfolge auf andere Bereiche ausgebaut werden können. Sind die Ergebnisse schlecht, müssen Verbesserungsmaßnahmen her, eventuell ist es sinnvoll, die gesamte Strategie zu überdenken. Die besten Kritiker sind die Nutzer. Deren Verhalten lässt sich dank der Daten, die online zur Verfügung stehen, gut analysieren. Hier wird deutlich, wie Performance-Marketing und Markenbildung ineinandergreifen. Die Analyse kann Aufschluss darüber geben, wann der Nutzer abspringt. Was ist der mögliche Grund? Fehlt vielleicht eine Handlungsaufforderung oder ist sie falsch platziert? Ist das Video auf der Landeseite nicht interessant genug oder erfüllt es nicht die Erwartungen des Nutzers? Nutzer, die nicht konvertiert haben, können per Retargeting gezielt noch einmal angesprochen werden und diesmal auf verbesserte Inhalte geleitet werden. Per A/B-Testing lassen sich unterschiedliche Versionen von Inhalten gegeneinander testen. So kann man zum Beispiel herausfinden, ob das Produktvideo auf der Landeseite besser funktioniert oder doch ein Testimonial.

EINFACH MACHEN

Aus der Masse herauszustechen, ist nicht einfach, erst recht nicht im digitalen Wettbewerb, der weltweit ausgefochten wird. Der beste Weg ist, mit Persönlichkeit und Emotionen zu überzeugen. Für kleine und

mittlere Unternehmen erscheint es oft schwierig, die Ressourcen aufzubringen, um Videos in den Marketingmix einzubauen. Das muss jedoch nicht im großen Stil passieren. Es reicht zunächst, klein anzufangen. Vielleicht ist es zum Start das einfache Produktvideo im Newsletter oder ein Begrüßungsvideo auf der Homepage. Häufig schlummern in Mitarbeitern ungeahnte Talente, die es zu entdecken gilt. Vielleicht gibt es einen begabten Videoproduzenten im Haus? Und wenn nicht, Übung macht den Meister und Kreativität macht vieles wett. Wenn Routine in die Sache kommt und sich die ersten Erfolge einstellen, kann das Video-Marketing Schritt für Schritt ausgebaut werden. Nur wer es probiert, hat eine Chance auf Erfolg.

MEHR INFORMATION



Bei der Borgmeier Media Gruppe berät Dr. Sandra Peterwerth zu allen Facetten des Online-Marketings.

Erste, kostenlose Analysen können direkt und unverbindlich unter peterwerth@borgmeier.de angefragt werden.

Dienstleister aus Ihrer Region



- ▶ Garten- u. Landschaftsbau
- ▶ Hausmeisterservice
- ▶ Gebäudereinigung
- ▶ Winterdienst

Wir sind für Sie da:

- Bremen
- Delmenhorst
- Oldenburg
- Syke
- Weyhe
- Bassum

M&A rund ums Haus
www.m-a-dienstleistungen.de



☎ 04241 - 60 79 42 0

Dienstleistungen **Lenz**




Mit der Citipost Druck abbauen!

Nur 10 Cent pro Seite!
zzgl. Porto



Versand per Mausclick | direkte Anbindung | einfache Beilagen- und Briefpapierverwaltung

www.citipost-nordwest.de/eversand

oder unter: 0441 - 9988 36 37

ZENTRUM FÜR ANGEWANDTE RAUMFAHRTTECHNOLOGIE UND MIKROGRAVITATION

Bahnen mit geometrischen Unregelmäßigkeiten

Ein internationales Team aus Wissenschaftlern hat nachgewiesen, dass es in Blutbahnen oft turbulenter zugeht als gedacht. Forschung und Simulation wurden unter anderem am Zentrum für angewandte Raumfahrttechnologie und Mikrogravitation durchgeführt.

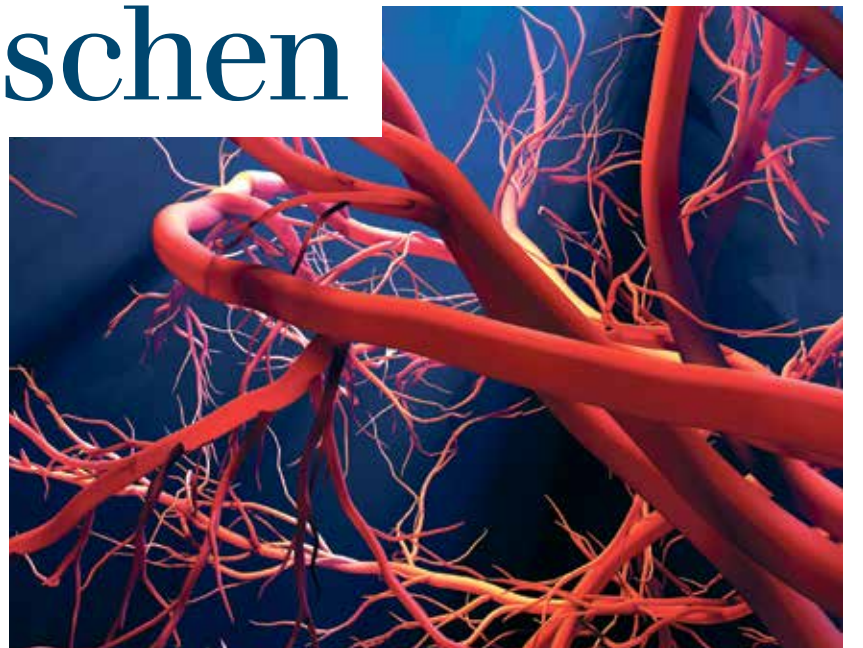
„Pulsierende Strömungen durch Rohrgeometrien sind bei moderaten Geschwindigkeiten laminar.“ So beginnt die Zusammenfassung der wissenschaftlichen Arbeit, die im „Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA (PNAS)“ – einem der weltweit renommiertesten Wissenschaftsmagazine – erschienen ist. Gemeint ist

damit, dass in einer Flüssigkeit keine Verwirbelungen entstehen, wenn sie ausreichend langsam durch ein Rohr gepumpt wird. Generell sind pulsierende Strömungen zwar turbulenzanfälliger als stetig fließende Strömungen, dennoch ist man bislang davon ausgegangen, dass aufgrund der geringen Geschwindigkeit und der hohen Zähigkeit (Viskosität) des Blutes im menschlichen Kreislaufsystem keine Turbulenzen entstehen.

ENTWICKLUNG VON ARTERIOSKLEROSE

In der PNAS-Veröffentlichung zeigt ein internationales Forschungsteam, dass es in Blutbahnen oft turbulenter zugeht, als es für den menschlichen Körper von Vorteil wäre. Unregelmäßigkeiten im Blutstrom fördern nachweislich Entzündungen und Funktionsstörungen der

inneren Schicht der Blutgefäße, dem Endothel. Entzündungen in der Endothelzellschicht können wiederum zur Entwicklung von Arteriosklerose führen, der Zivilisationskrankheit, die als weltweit häufigste Todesursache gilt. Eingereicht wurde die Forschungsarbeit von Duo Xu, der seit vier Jahren am Zentrum für angewandte Raumfahrttechnologie und Mikrogravitation (ZARM) an der Universität Bremen Strömungen erforscht und nachgewiesen hat, dass ein turbulenzfreies Strömungsverhalten nur im Idealfall immer erreicht wird. Die zentrale Erkenntnis des Forschungsteams ist, dass pulsierende Strömungen sehr empfindlich auf geometrische Störungen reagieren und dadurch schon bei einer niedrigeren Strömungsgeschwindigkeit turbulent werden, als es bei einem nicht-pulsierenden, konstanten Massestrom der Fall wäre. Übertragen auf den menschlichen Blutstrom heißt das, dass Verwirbelungen viel häufiger auftreten, als anhand der klassischen Strömungsmechanik-Theorie zu erwarten wäre, da in menschlichen Blutbahnen häufig Krümmungen, Unebenheiten oder auch Verengungen vorkommen.

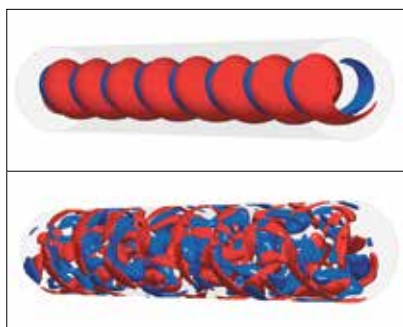


In nicht ideal geformten Blutgefäßen kann in jedem einzelnen Pulszyklus eine Störung des Blutstroms auftreten.

AUFTRETEN VON TURBULENZEN

Das Forschungsteam hat sowohl theoretisch, anhand von Simulationen, als auch experimentell nachgewiesen, dass Blutbahnen mit geometrischen Unregelmäßigkeiten Turbulenzen auslösen. In den Experimenten sei deutlich sichtbar geworden, wie in der Phase, in der sich der pulsierende Blutstrom verlangsamt, in diesen kritischen Bereichen Verwirbelungen entstehen, die sich rasch zu einer Turbulenz ausweiten. Erst durch die erneute Beschleunigung mit dem nächsten Herzschlag beruhigt sich die Strömung wieder:

Sie wird laminar. Das bedeutet, dass in nicht ideal geformten Blutgefäßen in jedem einzelnen Pulszyklus eine Störung des Blutstroms auftreten kann. Für Menschen mit kardiovaskulären Vorerkrankungen bedeutet das Forschungsergebnis, dass sie durch das Auftreten von Turbulenzen an bestehenden Unebenheiten oder Verengungen in den Blutgefäßen einem erhöhten Risiko zur Entstehung oder Fortschreitung von Arteriosklerose ausgesetzt sind. Doch auch bei gesunden Menschen können Turbulenzen auftreten. Es bleibt hier also noch viel zu erforschen.



Visualisierung der numerischen Simulation eines turbulenten Blutstroms

ERNEUT MILLIONENFÖRDERUNG FÜR PROFESSOR ROLF DRECHSLER

Das „Schweizer Taschenmesser“ für Prüfungsverfahren

Die Deutsche Forschungsgemeinschaft hat Professor Rolf Drechsler von der Universität Bremen zum zweiten Mal ein Reinhart Koselleck-Projekt genehmigt. Die Fördersumme umfasst über fünf Jahre mehr als 1,5 Millionen Euro.

Reinhart Koselleck-Projekte stehen für mehr Freiraum, um besonders innovative und im positiven Sinne risikobehaftete Forschung zu fördern. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) ermöglicht sie ausschließlich Forschenden, die in ihren Wissenschaftsbereichen besondere Leistungen nachweisen können. Namensgeber des Programms

ist der im Jahr 2006 verstorbene deutsche Historiker Reinhart Koselleck – er gehörte zu den Begründern der modernen Sozialgeschichte und galt als Querdenker. Bereits zum zweiten Mal erhält nun der Informatiker der Universität Bremen und Leiter des Forschungsbereichs Cyber-Physical Systems des Deutschen Forschungszentrums für künstliche

Intelligenz (DFKI), Professor Rolf Drechsler, diese Förderung – das gab es in der Geschichte der DFG bislang noch nie.

„FORMALE VERIFIKATIONSTECHNIKEN“

Die Förderung wird für das Projekt mit dem Titel „PolyVer: Polynomiale Verifikation elektronischer Schaltungen“ eingesetzt. „Nach Computern, Internet und modernen mobilen Geräten hält die Digitalisierung in viele traditionelle Industrien Einzug“, erklärt Professor

Drechsler: Die Grundlage dieser Revolution seien sogenannte digitale Logikschaltungen. Dabei handelt es sich um kleine Bauelemente, die die elektronische Datenverarbeitung überhaupt erst ermöglichen. Damit diese ihre Aufgabe erfüllen können, müssen die Schaltkreise von digitalen Geräten fehlerfrei arbeiten. Doch das sei in der Praxis erfahrungsgemäß nicht der Fall und die einzelnen Systeme einzeln zu prüfen kostet viel Zeit. Der Informatiker will deshalb spezielle Verfahren ausprobieren, die möglichst viele Systeme unter allen Bedingungen testen. Diese Verfahren nennen sich „formale Verifikationstechniken“ und sollen im Hintergrund laufen, sodass Nutzende sich damit nicht beschäf-



Professor Rolf Drechsler: „Ich freue mich sehr, dass ich durch das zweite Koselleck-Projekt die Freiheit bekomme, Dinge auszuprobieren, um die technische Entwicklung in der digitalen Welt langfristig voranzubringen.“

tigen müssen. „Sie sollen quasi zum ‚Schweizer Taschenmesser‘ für die Verifikation von digitalen Schaltungen aus der Praxis werden.“

KOLUMNE

WEITERE HILFEMASSNAHMEN DURCH DEN GESETZGEBER

Der Gesetzgeber hat Mitte Mai mit dem Sozialschutzpaket II weitere Unterstützungsmaßnahmen wegen der Corona-Pandemie für Arbeitgeber und Angestellte und mit dem Corona-Steuerhilfegesetz für Unternehmer beschlossen.

Die wesentlichen Inhalte des Sozialschutzpakets II sind:

- Verbesserte Bedingungen beim Kurzarbeitergeld: Das Kurzarbeitergeld wird für diejenigen, die Kurzarbeitergeld für ihre um mindestens 50 Prozent reduzierte Arbeitszeit beziehen, ab dem vierten Monat des Bezugs auf 70 Prozent (bzw. 77 Prozent für

Haushalte mit Kindern) und ab dem siebten Monat des Bezuges auf 80 Prozent (bzw. 87 Prozent für Haushalte mit Kindern) des pauschalierten Netto-Entgelts zeitlich befristet bis 31. Dezember 2020 erhöht. Für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Kurzarbeit werden die bereits bestehenden Hinzuverdienstmöglichkeiten mit einer Hinzuverdienstgrenze bis zur vollen Höhe des bisherigen Monatseinkommens bis zum 31. Dezember 2020 verlängert und für alle Berufe geöffnet.

- Verlängerung der Anspruchsdauer beim Arbeitslosengeld: Für diejenigen, die bereits vor

der Krise arbeitsuchend waren und Arbeitslosengeld nach dem SGB III beziehen und deren Anspruch zwischen dem 1. Mai 2020 und dem 31. Dezember 2020 enden würde, wird das Arbeitslosengeld um drei Monate verlängert.

Das Corona-Steuerhilfegesetz sieht folgende wesentlichen Maßnahmen vor:

- Der Umsatzsteuersatz wird für Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen mit Ausnahme der Abgabe von Getränken ab 1. Juli 2020 für ein Jahr von 19 Prozent auf 7 Prozent abgesenkt.

- Die bisherige Übergangsregelung zu § 2b UStG für juristische Personen des öffentlichen Rechts, insbesondere Kommunen, wird bis zum 31. Dezember 2022 verlängert.

- Entsprechend der sozialversicherungsrechtlichen Behandlung werden Zuschüsse des Arbeitgebers zum Kurzarbeitergeld und zum Saison-Kurzarbeitergeld bis 80 Prozent des Unterschiedsbetrages zwischen dem Soll-Entgelt und dem Ist-Entgelt steuerfrei gestellt.
- Die steuerlichen Rückwirkungszeiträume in § 9 Satz 3 und § 20 Absatz 6 Satz 1 und 3 UmwStG werden vorübergehend auf 12 Monate verlängert.



RECHTSANWALT UND STEUERBERATER AXEL SCHOLZ

Axel Scholz ist bei der Delmenhorster Kanzlei Abel, Wilke und Partner tätig. Mehr unter: www.abel-wilke-partner.de



KAMPF GEGEN GELDWÄSCHE UND TERRORISMUSFINANZIERUNG

Verteidigungslinie verstärken

Die Europäische Kommission will mit einem Aktionsplan die Vorschriften gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung besser durchsetzen, überwachen und koordinieren. So sollen etwaige Schlupflöcher geschlossen und letzte Schwachstellen beseitigt werden.

Die Europäische Kommission hat im Mai ein Konzept vorgelegt, um den Kampf der Europäischen Union (EU) gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung noch weiter zu verstärken. „Wir müssen dafür sorgen, dass schmutziges Geld unser Finanzsystem nicht infiltrieren kann. Heute stärken wir unsere Verteidigungslinie gegen Geldwäsche

und Terrorismusfinanzierung mit einem umfassenden und weitreichenden Aktionsplan“, so Exekutiv-Vizepräsident Valdis Dombrovskis. „Wir sind entschlossen, all diese Maßnahmen in den kommenden 12 Monaten umzusetzen – zügig und konsequent. Außerdem stärken wir die Rolle der EU in der Welt, wenn es darum geht, internationale Standards für die Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung zu prägen.“

SCHLUPFLÖCHER SCHLIESSEN

Der neue Aktionsplan listet konkrete Maßnahmen auf, die die Kommission in den nächsten Monaten ergreifen will, um die EU-Vorschriften gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung besser durchzusetzen, zu überwachen und zu koordinieren. Ziel dieses Ansatzes ist es, etwaige noch verbleibende Schlupflöcher zu schließen und jegliche Schwachstel-

len in den EU-Vorschriften zu beseitigen. Der Plan beruht dabei auf sechs Säulen: wirksame Anwendung der Vorschriften, ein einheitliches Regelwerk, Aufsicht auf EU-Ebene, ein Koordinierungs- und Unterstützungsmechanismus für die zentralen Meldestellen der Mitgliedstaaten und die globale Rolle der EU. So wird die Kommission etwa weiterhin genau darüber wachen, dass die Mitgliedstaaten EU-Vorschriften umsetzen. Parallel dazu wird aber noch die Europäische Bankenaufsichtsbehörde ermutigt, ihre neuen Befugnisse zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung voll auszuschöpfen.

REGELWERK UND AUFSICHT

Außerdem führten die unterschiedlichen Auslegungen der EU-Vorschriften in den Mitgliedstaaten zu Schlupflöchern, die von Straftätern ausgenutzt werden können. Um dagegen vorzugehen, wird die Kommission im ersten Quartal 2021 ein stärker harmonisiertes Regelwerk vorschlagen. Bis dahin wird die Kommission auch die Einrichtung einer auf EU-Ebene angesiedelten



Valdis Dombrovskis will die Maßnahmen zügig und konsequent umsetzen.

Aufsicht vorschlagen. Derzeit ist es noch Sache der Mitgliedstaaten, über die Anwendung der einschlägigen EU-Vorschriften zu wachen, was Unterschiede bei der Aufsicht zur Folge haben kann. Die Kommission hat zudem eine neue Methodik veröffentlicht, um Drittländer mit hohem Risiko zu ermitteln, deren nationale Regelungen zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung strategische Mängel aufweisen und von denen eine erhebliche Bedrohung für das

EU-Finanzsystem ausgeht. Entsprechend konnte letztlich auch eine neue Liste mit Drittländern verabschiedet werden, deren System strategische Mängel aufweist. Auf dieser stehen die Bahamas, Barbados, Botsuana, Ghana, Jamaika, Kambodscha, Mauritius, die Mongolei, Myanmar, Nicaragua, Panama und Simbabwe. Äthiopien, Bosnien-Herzegowina, die Demokratische Volksrepublik Laos, Guyana, Sri Lanka und Tunesien wurden hingegen gestrichen.

VERWALTUNGSaufWAND FÜR BÜRGER UND UNTERNEHMEN

„FIT FOR FUTURE“

Mit der Plattform „Fit for Future“ will die Europäische Kommission den Verwaltungsaufwand für Bürger und Unternehmen verringern.

„Nach der COVID-19-Pandemie wird es – besonders für kleine und mittlere Unternehmen – noch wich-

tiger sein, Vorschriften zu vereinfachen und den Verwaltungsaufwand zu verringern. Wir müssen prüfen, welchen Beitrag die Digitalisierung dazu leisten kann. Unsere Rechtsvorschriften sollen zukunftsgerichtet sein und den neuen Herausforderungen gerecht werden“, sagt Maroš Šefcovič, Vizepräsident für interinstitutionelle Beziehungen und Vorausschau. Die Europäische Kommission hat daher am 11. Mai

die Plattform „Fit for Future“ ins Leben gerufen. Ziel der Plattform ist es, die geltenden Rechtsvorschriften in der Europäischen Union (EU) zu vereinfachen und den Verwaltungsaufwand für Bürger und Unternehmen zu verringern.

SACHVERSTÄNDIGE GESUCHT

Die Plattform „Fit for Future“ wird sich aus einer Gruppe von Behör-

denvertretern und einer Gruppe von Interessenträgern zusammensetzen. Vertreten sein werden die nationalen, regionalen und kommunalen Behörden der Mitgliedstaaten, der Ausschuss der Regionen, der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss und Interessenträgergruppen mit praktischem Fachwissen in verschiedenen Politikbereichen. Die Kommission hat dazu auch eine Aufforderung zur Einreichung von Bewerbungen veröffentlicht, um Sachverständige für die Gruppe der Interessenträger auszuwählen. Bewerber sollten über gute Fachkenntnisse im Bereich der Um-

setzung des EU-Rechts verfügen und die gemeinsamen Interessen verschiedener Organisationen von Interessenträgern in ihrem jeweiligen Bereich vertreten können. Ihre Aufgabe ist es, die Sicht von Unternehmen, insbesondere KMU, Sozialpartnern und Organisationen der Zivilgesellschaft einzubringen. Bewerbungen können bis zum 19. Juni eingereicht werden. Sobald die Plattform ihre Tätigkeit aufnimmt, können Öffentlichkeit und Interessenträger zur Vereinfachung und Verringerung des Verwaltungsaufwands beitragen.

UNLAUTERE HANDELSPRAKTIKEN

Schutzmaßnahmen

Wie handelspolitische Schutzmaßnahmen der Europäischen Union dazu beitragen, unlautere internationale Handelspraktiken einzudämmen, zeigt ein Bericht für das vergangene Jahr.

Die von der Europäischen Kommission eingeführten Antidumping-, Antisubventions- und Schutzzölle führen im Durchschnitt zu einem Rückgang der unfairen Einfuhren um 80 Prozent. Wie die Kommission am 4. Mai in einem Bericht ferner veröffentlichte, konnten durch die Maßnahmen der Europäischen Union (EU) weitere 23.000 Arbeitsplätze geschützt werden. „Faire Marktbedingungen für unsere Unternehmen zu sichern, wird in der



EU-Handelskommissar Phil Hogan

Erholungsphase nach der Corona-Krise noch wichtiger sein“, erklärt dazu EU-Handelskommissar Phil Hogan. „Deshalb freue ich mich, dass das bisherige System funk-

tioniert und dass die Reformen der letzten Jahre Früchte tragen.“

MEHR ÜBERPRÜFUNGEN ALS 2018

Dem Bericht zufolge leitete die Kommission im vergangenen Jahr 16 Untersuchungen ein (2018 waren es 10) und verhängte 12 neue Maßnahmen (gegenüber 6 im Jahr 2018). Insgesamt wurden 18 Auslaufüberprüfungen – und damit 11 mehr als 2018 – abgeschlossen. Ende 2019 galten in der EU 140 handelspolitische Schutzmaßnahmen (5 Prozent mehr als im Jahr davor): 121 Antidumping-, 16 Antisubventions- und 3 Schutzmaßnahmen. Die meisten handelspolitischen Schutzmaßnahmen betreffen Importe aus Ländern wie China (93 der geltenden Antidumping- und Antisubventionsmaßnahmen), Russland (10 Maßnahmen), Indien (7 Maßnahmen) und den USA (6 Maßnahmen).

DIE RUNDUM-SORGLOS-BETREUUNG FÜR IHRE EDV.

**IT-LÖSUNGEN
SICHERHEIT
SERVICE
CONSULTING
WEB
MOBILITY**

www.gemelo.de
040 / 35 53 06-0



gemelo.
network solutions

JAHRESEMPFANG DER PARTNERSCHAFT UMWELT UNTERNEHMEN

STABILES NETZWERK

Satte 70 Teilnehmer der Partnerschaft Umwelt Unternehmen wollten sich trotz aller Schwierigkeiten ihren Jahresempfang nicht nehmen lassen und verschalteten sich zum Mega-Webinar. Immerhin gab es auch vier Neuankömmlinge zu begrüßen.

Die Zeit der Webkonferenzen hat endgültig Einzug gehalten: Meetings aller Art finden online statt, um zumindest ein Mindestmaß an Austausch aufrechtzuerhalten. Das erste Webformat der Partnerschaft Umwelt Unternehmen, der virtuelle Jahresempfang, wurde dabei zugleich einer regelrechten Feuerprobe unterzogen. Am 30. April trafen nicht vielleicht ein oder zwei Dutzend, sondern rund 70 Netzwerkmitglieder per Webinar-Software aufeinander. Die Verbindung aber hielt dem Unternehmer-Ansturm stand. Ein hervorragendes Zeichen für Geschäftsstellenleiter Martin Schulze, der nicht grundlos die Aktivitäten des größten Umweltnetzwerks für Bremens und Bremerhavens Betriebe in digitale Sphären verlagern will. „Uns ist es gerade jetzt ein wichtiges Anliegen, vorhandenes Wissen und Erfahrungen im Netzwerk zu teilen, auch über den betrieblichen Umwelt- und Klimaschutz hinaus. Dazu gehört, dass wir bekannte Formate wie den Jahresempfang jetzt als Webinar anbieten und neue digitale Angebote etablieren, bei denen sich die Betriebe in Zeiten von Corona zu relevanten Inhalten und aktuellen Heraus-

forderungen austauschen können.“ Unternehmen sollen sich auf Inhalte fokussieren können, „wir schaffen den entsprechenden Rahmen.“

JETZT SCHON DIE WEICHEN STELLEN

Virtuell zugegen war auch Bürgermeisterin und Umweltsenatorin Dr. Maike Schaefer: Sie formulierte den dringlichen Appell, auch nach der harten Corona-Pandemie die Bestrebungen hin zu einer nachhaltigen Zukunft nicht aus dem Blick zu verlieren. Auf der To-do-Liste stünden eine ganze Reihe von Baustellen: „Wir benötigen einen starken Akzent im Bereich Klimaschutz, die Digitalisierung muss vorangetrieben werden. Und die Verkehrswende ist ein sehr wichtiger Baustein, um uns in Zukunft gemäß des Pariser Klimaabkommens aufzustellen und so einen Beitrag gegen eine weitere Ressourcenvernichtung und damit einen Vorschub für weitere Pandemien zu leisten.“ Gerade den nunmehr 201 Vorzeigemitgliedern der Partnerschaft Umwelt Unternehmen fiele die Verantwortung zu, Akzente zu setzen: Sie hätten schließlich schon vor der Krise ihr ökologisches, ökonomisches und soziales Können unter Beweis gestellt.

SAUBERER STANDORT, INDUSTRIELLES FEUER

Und dann gab es da noch die vier Neuen, die feierlich in die inneren Zirkel des Netzwerks aufgenommen wurden. DACHSER SE ist als führender Anbieter von Transportleistungen, Warehousing und individuellen Zusatzservices weltweit unterwegs. Auf allen Unternehmens-



Martin Schulze und Dr. Maike Schaefer empfangen alte und neue Netzwerkmitglieder erstmals virtuell.

nahmen aktiv verfolgt, so zu sehen am Bremer Standort: Dieser wurde 2016 nach modernsten Baustandards neu errichtet. Der Stromverbrauch ist mithilfe von LED-Technik und einer effizienteren Anlagensteuerung gesenkt worden, der verbleibende Bedarf wird in Gänze aus Wasserkraft gewonnen. Nicht zu unterschlagen ist auch das Außengelände der DACHSER, das inmitten des GVZ eine grüne Oase offeriert.

Die SAACKE GmbH hat sich hingegen seit 1931 als großer Name im Bereich der industriellen Feuerungstechnik etabliert. Die Brenner und dazugehörigen Systeme für thermische Prozesse werden dabei immer emissionsarmer und energieschonender entwickelt. Darüber hinaus ist SAACKE an Forschungen zur Reduzierung schiffsseitiger Emissionen beteiligt, mit dem finalen Ziel, eine optimierte Abgasreinigung zu entwerfen.

Ein neuartiger, stickstoffarmer Brenner, kombiniert mit einer verbesserten Steuerung für Kesselfeuerungsanlagen, brachte dem Industrieproduzenten sogar die Nominierung zum Bremer Umweltpreis ein.

MILLIONEN QUADRATMETER GRÜN, FULL-SERVICE-RESSOURCENSCHONUNG

Kein anderes Unternehmen in Bremen kommt an so viel Grün heran wie der Umweltbetrieb Bremen. Das ist auch nicht weiter verwunderlich, verwaltet der Eigenbetrieb der Stadtgemeinde doch über 20 Millionen Quadratmeter Grünflächen samt rund 290.000 Bäumen. Er kümmert sich um den Erhalt und die Weiterentwicklung aller Parkanlagen und Friedhöfe in der Hansestadt. Noch ökologischer kann der Umweltbetrieb nun dank des Manage-

mentsystems EcoStop operieren, das neue Einspar- und Optimierungspotenziale aufzeigt sowie das erlangte Wissen über Workshops an alle beteiligten Akteure weiterreicht.

Das vierte und letzte Neumitglied der Partnerschaft Umwelt Unternehmen ist die ZECH Umwelt GmbH. Die Aufgabenfelder sind breit gestreut: Flächenrecycling, Deponiebetrieb, Wasserbehandlung und Emissionsvermeidung, um nur ein paar zu nennen. Der Full-Service-Dienstleister setzt logischerweise auf die Schonung natürlicher Ressourcen, hat beispielsweise am Bremer Standort eine Photovoltaik-Anlage und eine Einspeisung überschüssiger Energie in die Gebäudebeheizung eingerichtet. Die Pflanzenkläranlage der ZECH Umwelt GmbH hat schließlich einen weiteren Lebensraum für Pflanzen und Tiere erschaffen.

EFFIZIENTISCHE „KOMMUNAL“ UND „KOMPAKT“ ERÖFFNET

Kennenlernrunde am virtuellen Tisch

Auch in schwierigen Zeiten wollen Bremer Unternehmen ökologisch durchziehen und mit ihrer CO₂-Senkung einen Beitrag zum aktiv gelebten Klimaschutz leisten. Die zwei Effizientisch-Formate, die die Netzwerk-Reihe vorerst abschließen, sind daher auf kreative Weise an den Start gegangen.

In großer Runde am Tisch beisammenzusitzen, ist in Zeiten wie diesen kein ratsamer Entschluss. Da trifft es sich, dass die Effizientische der Klimaschutzagentur energiekonsens ohnehin nur auf metaphorischer Ebene zu verstehen sind. In diesen Netzwerken organisieren sich Unternehmen unterschiedlichster Genres über mehrere Jahre hinweg, um ihren gesetzten CO₂-Einsparzielen näher zu rücken. Für diesen Zweck bezieht das Projekt Fördermittel aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE); weitere Unterstützung erfährt es seitens der Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungs-

bau, der BAB – Die Förderbank für Bremen und Bremerhaven, der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH, der Handwerkskammer Bremen sowie der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven. Eine Teilnahme an einem Effizientisch bleibt somit kostenlos. Das Netzwerkformat blickt längst auf mehrere Iterationen zurück: Aktuell finden vier Tische parallel statt, von denen zwei, „Klassik“ und „Hotellerie“, mit insgesamt 19 Unternehmen schon Ende letzten Jahres eröffnet worden sind. Zwei weitere stoßen nun hinzu – doch erscheint die Ausgangslage ungleich anders als noch vor ein paar Monaten.

„BEMERKENSWERTE“ ZUSAMMENARBEIT

„Diese Pandemie ist ein einschneidendes Ereignis mit großen wirtschaftlichen Auswirkungen“, bemerkte auch Ronny Meyer, Staatsrat bei der Senatorin für Klimaschutz, als er das Auftakttreffen des Effizientisches „Kompakt“ einleitete. Umso mehr freue er sich darüber, hier sieben mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen begrüßen zu dürfen: „Das ist be-



Sieben Unternehmensvertreter des Effizientisches „Kommunal“ trafen sich online.

merkenswert, weil mir bewusst ist, dass Unternehmen derzeit auch ganz andere Sorgen haben.“ Die Teilnehmer – Azul Kaffee GmbH & Co. KG, CITIPOST Bremen, Diersch & Schröder GmbH & Co. KG, Kaefer Industrie GmbH, Rübeling Dental-Labor GmbH, Sonnentracht GmbH sowie Wagon Automotive Bremen GmbH – können von derartigen Sorgen sicherlich ein Lied singen. Jedoch nutzten sie die Videokonferenz lieber dazu, den Klimaschutz anzu-

sprechen und die ersten, virtuellen Grundsteine für die kommende strategische Zusammenarbeit zu legen.

KOMMUNALES TEAMPLAY

Kurz darauf ging der Effizientisch „Kommunal“ online, ein Zusammenschluss aus sieben Unternehmen mit kommunaler Beteiligung. Konkret sind dies die M3B GmbH, die hanseWasser Bremen GmbH, die Radio Bremen/BREMEDIA

PRODUKTION GmbH, die Theater Bremen GmbH, der Umweltbetrieb Bremen, die Werkstatt Bremen und die botanika GmbH. Petra Schäfer, Geschäftsführerin der Letzteren, zeigt sich „dankbar für diesen Effizientisch, dass man mit all den Fragen zu Klimaschutz und Energieeffizienz nicht allein dasteht“. Wie bei anderen Effizientischen auch vereinbaren alle Teilnehmer ein CO₂-Einsparziel, das sie in den nächsten zweieinhalb Jahren erreichen wollen, gemeinsam. Dazu erfolgt eine individuelle Energieberatung, die Zwischenstopps bei allen Unternehmen einlegt – kein allzu leichtes Unterfangen inmitten strikter Hygienevorschriften. Die Ermittlung des aktuellen Energieverbrauchs leitet in die Erarbeitung energieschonender Maßnahmenkataloge über. Der zuständige Energieberater kann bei den regelmäßig stattfindenden Netzwerk-Treffen die gesamte Gruppe intensiv auf ihrem Weg zu weniger Emissionen begleiten. Schon in der Vergangenheit zeigte sich, dass dadurch die Effizientisch-Teilnehmer weitaus effektiver Effizienzmaßnahmen umzusetzen wussten als der Durchschnitt der Industrie. Dank des bequemen Tools der Videokonferenz wird sich an diesem Vorsprung wohl auch in der Krise nicht allzu viel ändern.



HANSA TRESOR

First Class Tresore
DENN SICHER IST SICHER!



Rufen Sie uns an! 0421 69 64 37-0

Wir liefern bundesweit!

- Alle Feuerschutzklassen
- Alle Sicherheitsstufen
- Alle Tresortypen
- Speziallösungen für jede Branche
- Individuelle Sonderanfertigungen
- Designtresore mit exklusiver Ausstattung (z.B. Klavierlack, Leder- Holzinterieur etc.)



Wir bieten bundesweit!

- Individuelle und fachliche Beratung vor Ort
- Maßgeschneiderte Angebote
- Leasing mit garantiertem Restkaufwert
- Vor-Ort-Service in 24 Stunden
- Lieferung und Aufstellung am Aufstellort
- Tresortransporte (z.B. bei Umzügen)



Besuchen Sie uns in der Überseestadt!



Hansa Tresor Vertriebsgesellschaft mbH

Eduard-Suling-Straße 13 • 28217 Bremen • Fon 0421 – 69 64 37-0 • Fax 0421 – 69 64 37-99
Mail kontakt@ht-bremen.de • www.hansa-tresor.com



Sein Job:
Ihren leichter machen

Die #WirStattIch-Aktion

Gewerbekunden leasen
ab 195,00¹ €

Der Transporter 6.1 EcoProfi

Die größten Aufgaben löst man nicht allein – sondern gemeinsam. Daher gibt es jetzt die #WirStattIch-Aktion für unsere Transporter Modelle mit besonders günstigen Leasingraten¹ und beitragsfreiem Ratenschutz bei Geschäftsaufgabe aus wirtschaftlichem Grund².

Bereit, die Dinge anzupacken: Der Transporter 6.1 EcoProfi kommt mit Ganzjahresreifen, elektrischen Fensterhebern, Zentralverriegelung, ParkPilot, Vorbereitung für Anhängervorrichtung, Komfortpaket Plus inkl. Klimaanlage, Laderaumpaket u. v. m. Bestens untergebracht ist übrigens auch der Fahrer: dank ergonomisch optimiertem Arbeitsplatz.

Mtl. Leasingrate Geschäftsfahrzeug:	195,00 €
Sonderzahlung:	0,00 €
Laufzeit:	48 Monate
Jährliche Fahrleistung:	10.000 km

¹ Ein CarePort Angebot der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorn Str. 57, 38112 Braunschweig, für gewerbliche Einzelabnehmer (ohne Sonderabnehmer). Mtl. Leasingrate exkl. gesetzlicher MwSt., zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten. Modell-/Motorvariante ist stückzahlmäßig begrenzt. Für eine Laufzeit von 48 Monaten und 10.000 km Laufleistung pro Jahr, ohne Sonderzahlungen. Entsprechende Bonität vorausgesetzt.

² Maßgeblich sind die gültigen Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB) der Cardif Allgemeine Versicherung Stuttgart.



Nutzfahrzeuge

STARKE
GRUPPE
STARKE
LEISTUNG

NUFA Nutzfahrzeug-Center
Schmidt + Koch GmbH
Feuerkuhle 19
28207 Bremen
Tel. 0421 800 38-0

Schmidt + Koch GmbH
Stresemannstraße 122
27576 Bremerhaven
Tel. 0471 594-0

www.schmidt-und-koch.de