

BERLINER

WIRTSCHAFT

Das Magazin der Industrie- und Handelskammer zu Berlin – 03 / 2017

IMMOBILIEN

BIM-Chef Sven Lemiss
über den Umgang mit
Berlins Liegenschaften

FILMPREIS

IHK und Progress ehren
Schauspielerin Dagmar
Manzel mit der „Paula“

KONJUNKTUR

Die Hauptstadtregion
boomt anhaltend, Sorgen
bereiten externe Faktoren

Marktplatz der guten Ideen

Milena Glimbovski

Erfolg in der Nische: Die Geschäftsführerin von Original
Unverpackt ist mit ihrem Unternehmen Teil der
neuen Vielfalt im Berliner Lebensmitteleinzelhandel

LESEN, WAS KOMMT.

ARTE ERLEBEN

aktuelle Kulturevents, spannende Köpfe,
provokante Meinungen

ARTE ENTDECKEN

faszinierende Hintergrundberichte,
große Reportagen, kompetente Analysen

ARTE BEGEGNEN

exklusive Interviews, authentische Porträts,
prominente Autoren

ARTE SEHEN

das komplette ARTE-Programm
auf über 40 Seiten

WWW.ARTE-MAGAZIN.DE/GRATIS
040 - 3007 4000



EDITORIAL

03/2017

Verhalten optimistisch

Ein weiteres Mal ist die Stimmung der Unternehmen in Berlin und Brandenburg auf Rekordhoch – allen sich abzeichnenden Verwerfungen im Welthandelssystem zum Trotz

Brexit-Sorgen? Trump-Skepsis? Drohende Welthandelsnöte? Nicht, oder zumindest noch nicht in Berlin und Brandenburg – so sagt es uns unser traditioneller Konjunkturreport zum Jahresbeginn (Seite 52). Zum vierten Mal in Folge ist die Stimmung der Unternehmen in Berlin und Brandenburg auf einem Rekordhoch, und in neun von zehn Unternehmen laufen die Geschäfte gut. Zudem sind die Erwartungen weiter positiv. Angesichts wieder steigender Energiepreise und der sich abzeichnenden Verwerfungen im Welthandelssystem sind dies überraschend gute Nachrichten. Sie zeigen, dass die Unternehmen auf ihre Konkurrenzfähigkeit und die Stärken der Region vertrauen – zu denen die Attraktivität des Berliner Ballungsraums für qualifizierte Fachkräfte ebenso zählt wie die dynamische Kaufkraftentwicklung.

Dennoch blicken wir auf ein Jahr voller Ungewissheiten: Denn wie sich – vor allem für Berliner Unternehmen – der Zugang zum bedeutenden US-Markt entwickeln wird, scheint unberechenbar. Und ob der nahende Brexit sich in unse-

rer Region eher negativ oder positiv auswirkt, ist kaum vorauszusehen.

Eine der wenigen Branchen, bei denen sich die konjunkturelle Lage eingetrübt hat, ist der Handel. Die demografische Entwicklung und steigende Mieten, die eine zunehmende Verdrängung des Einzelhandels aus Spitzenlagen bewirken, sind Gründe, wie natürlich auch die zunehmende Konkurrenz aus dem E-Commerce. Unsere Titelgeschichte beleuchtet dieses Thema ausführlich am Beispiel des Lebensmittelhandels, dessen Kräfteverhältnis sich durch Innovationen und vor allem neue Player merklich verschieben wird.

Neben der spannenden Lektüre unserer März-Ausgabe mit vielen weiteren interessanten Themen wünsche ich Ihnen einen schönen Frühlingsanfang. Bleiben Sie zuversichtlich!

Ihr

JAN EDER

ist seit 2003 Hauptgeschäftsführer der IHK Berlin. Bereits seit 1992 ist der Jurist und Politologe bei der IHK tätig



INHALT

03/2017



”

Wir können bei weitem nicht alles bedienen, was an Anfragen auf uns zukommt. Es sind dabei gar nicht so sehr die großen Unternehmen, die große Flächen haben möchten, sondern viele kleine.

“

SVEN LEMISS

Geschäftsführer der
Berliner Immobilienmanagement
GmbH (BIM)

S. 20

NUTZEN SIE UNSER WEB-ANGEBOT

Die „Berliner Wirtschaft“ als E-Paper
auf www.berliner-wirtschaft.de

TITELTHEMA

10 Lebensmitteleinzelhandel in Berlin



52 Konjunkturmfrage der vier IHKs

10-19

TITELTHEMA

10 Marktplatz Berlin

Erlebnishopping mit Wohlfühlfaktor, Online-Portale, Lieferdienste: In Berlin probieren die Lebensmittelhändler gern Neues aus – oder suchen sich die Nische

20-23

MEINUNG & MACHER

20 Interview des Monats

Sven Lemiss, Geschäftsführer der BIM, über Flächenbedarf und Daseinsvorsorge

23 Mittelstandskolumne

Sebastian Stietzel über die notwendige Planung der Unternehmensnachfolge

24-31

IHK AKTUELL & SERVICE

24 Paula

Der Filmpreis von IHK Berlin und Progress geht an Dagmar Manzel

26 Thema des Monats

Wettbewerb „KlimaSchutzPartner“ im Fokus des Service Centers

28 IHK vor Ort-Kolumne

Ulrich Misgeld über die Notwendigkeit, die Industriestadt Berlin zu stärken

31 CSR-Berichtspflicht

Auch KMU können vom EU-Beschluss zum Thema Nachhaltigkeit betroffen sein

32-41

AUS- & WEITERBILDUNG

32 Jobsnap

Tag der Berufsausbildung im Ludwig Erhard Haus mit vielen attraktiven Angeboten

33 Bildungsprojekt

„Bridging the Gap“ hilft geflüchteten Jugendlichen auf dem Weg ins Berufsleben

38 Bildungspolitische Agenda

IHK fordert vom Senat konkrete Schritte, um jeden Ausbildungsplatz besetzen zu können

42-63

UNTERNEHMEN & MÄRKTE

42 Mittendrin Berlin!

Projekte aus Schöneberg, Weißensee und Oberschöneweide sind die Gewinner

52 Konjunkturumfrage

Die Stimmung der Unternehmen in Berlin und Brandenburg ist weiterhin gut

54 Filmstadt Berlin

Hochkarätig besetzte Runde diskutierte im Delphi über den Wirtschaftsfaktor Film

58 Start-ups

Fubalytics, spezialisiert auf Videoanalyse, will mit Nebenprodukt neu durchstarten

03, 06, 43, 64-66

RUBRIKEN

03 Editorial

43 Impressum

06 Nachrichten

64 Treffpunkt

66 Unternehmen im Blick

66 Unternehmen im Blick

Als General Manager der Mercedes-Benz Arena ist Michael Hapka Herr über einen der größten Veranstaltungsorte Berlins



FOTOS: CHRISTIAN KIELMANN (3); MICHAEL BRUNNER; TITELBILD: CHRISTIAN KIELMANN

summa summarum für Unternehmer

Lokale Nachrichten + Angebote vor Ort

= 32 Lokalausgaben in Berlin

+ zuverlässige Haushaltszustellung

= 1,837 Millionen* Leser

+ starke Werbung

= Abverkaufserfolg!

Angebot ok?

Ja, buchen!
030-887 277 277

*WLK, Leseranlyse 2014 Berliner Woche inkl. Spandauer Volksblatt



Die auflagenstärkste Wochenzeitung der Hauptstadt

www.berliner-woche.de

DIGITALISIERUNG SCHRECKT BERLINER FIRMEN NICHT



Ideen für das Digitalzeitalter: Die Berliner Firma Siut integriert LED-Lichtpunkte in Beton

Mittelständler in der Hauptstadt sehen die Digitalisierung als Herausforderung an. Nachteile fürchten aber nur wenige

Der Berliner Mittelstand rechnet mit großen Veränderungen seiner Geschäftsmodelle im Zuge der Digitalisierung. Doch die meisten sehen dem Wandel optimistisch entgegen. Das ist ein Ergebnis einer aktuellen Studie, die von der Berliner Sparkasse und DIW Econ vorgelegt wurde. Danach haben drei Viertel der Unternehmen aus der Region erkannt, dass die Digitalisierung auch für den Mittelstand immer wichtiger wird. 26 Prozent sehen in der Digitalisierung eine große Herausforderung für die nächsten fünf Jahre. Bei der Vorjahresumfrage hatten nur halb so viele Firmen dies erklärt. Etwa 41 Prozent erwarten positive Veränderungen für ihr Geschäft. Nur knapp ein Viertel will aber auch investieren. Mit negativen Effekten rechnet nur eine Minderheit von sieben Prozent. < BW

ZAHLE DES MONATS

46
PROZENT

beträgt der Anstieg der Kaufpreise für Eigentumswohnungen in Berlin seit 2012. Das berichten die Berlin Hyp und der Immobiliendienstleister CBRE im Wohnmarktreport 2017. Der Anstieg lag 2016 bei 9,6 Prozent.

HERE

Einstieg neuer Gesellschafter

An dem Berliner Kartendienst Here haben sich mit Intel sowie einem Konsortium aus dem chinesischen Kartendienst Navinfo, dem Internet-Konzern Tencent und dem Staatsfonds GIC aus Singapur neue Investoren beteiligt. Das Bundeskartellamt hat für den Einstieg der neuen Gesellschafter grünes Licht gegeben. Here war zunächst von den drei deutschen Autoherstellern Daimler, BMW und Audi zu 100 Prozent von Nokia übernommen worden. Intel hat nun 15 Prozent erworben, das Konsortium aus Asien ist jetzt mit zehn Prozent beteiligt. < BW

BVG

Test mit Erdgas-Bus

Die BVG hat im Februar auf der Linie 140 zwischen den Bahnhöfen Tempelhof und Ostbahnhof einen mit Erdgas betriebenen Bus vom Typ Mercedes Citaro NGT getestet. Der Test soll zeigen, ob Erdgas-Busse eine geeignete Brückentechnologie bis zur Elektrifizierung der Flotte sein können. Im Vergleich zu Diesel-Bussen verursachen Erdgas-Busse keine Stickoxid- und Feinstaubemissionen. Der Senat möchte, dass die BVG ab 2020 nur noch emissionsfreie Fahrzeuge anschafft. < BW



Im Test: Erdgas-Bus von Mercedes

FOTOS: PAKAI-UWE HEINRICH, BVG/REINKE

PERSONALIEN DES MONATS



**DR. RICHARD
LUTZ**

hat kommissarisch den Vorstandsvorsitz bei der Deutschen Bahn AG übernommen. Der bisherige Bahn-Chef Dr. Rüdiger Grube hatte den Aufsichtsrat gebeten, seinen Vertrag mit sofortiger Wirkung zu beenden. Finanzvorstand Lutz ist danach per Geschäftsordnung zum Chef geworden.



**LUTZ
COELEN**

ist neuer CFO für die gesamte Unternehmensgruppe Kofler & Kompanie. Coelen löst bei dem internationalen Premium-Catering-Unternehmen Olaf Seidel ab. Er war zuletzt CFO der CCG Cool Chain Group, zu der auch Rungis express gehörte und deren Verkauf an Metro er federführend verantwortete.



**JÖRG
KNELLER**

ist zum 1. Januar zum neuen Vorstandsmitglied der EVM Berlin eG bestellt worden. Er folgt auf Jörg Dresdner, der in den Ruhestand wechselt. Kneller führt die Wohnungsgenossenschaft zusammen mit Torsten Knauer. Zuvor war er in verschiedenen Berliner Wohnungsunternehmen tätig.



**MATTHIAS
AL-AMIRY**

hat die Führung des Hotel Adlon Kempinski Berlin übernommen. Er folgt auf Emile Bootsma, der das Hotel aus persönlichen Gründen verlässt. Al-Amiry war zuvor als Vice President verantwortlich für die Entwicklung und Voreröffnungsphase des Hotelprojekts MGM Cotai, Macao, mit 1.500 Zimmern.



Neu: Klaus Lederer (l.), Michael Müller bleibt

FLUGHAFEN

Neuer Aufsichtsrat

Da die Marke von 2.000 Mitarbeitern erreicht wurde, hat die Flughafen Berlin Brandenburg GmbH einen paritätisch besetzten Aufsichtsrat mit 20 Mitgliedern eingesetzt. Vorsitzender bleibt Berlins Regierender Bürgermeister Michael Müller. Neu im Gremium sind die Berliner Senatoren Dirk Behrendt (Justiz) und Klaus Lederer (Kultur). < BW



Springt als CEO ein: Jörg Braesecke

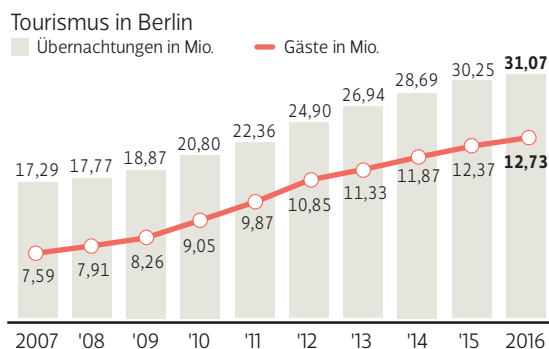
DUSSMANN

Umbau im Vorstand

CEO Dirk Brouwers und CFO Hans-Jürgen Meyer sind auf eigenen Wunsch und mit sofortiger Wirkung vom Stiftungsrat der Dussmann Group von ihren Aufgaben entbunden worden. Bis zur Neubesetzung werden die Geschäfte von Vorstandsmitglied Jörg Braesecke geführt. Zugleich wurde bekannt gegeben, dass der frühere hessische Ministerpräsident Roland Koch zum Mitglied des Stiftungsrats berufen wurde. < BW

CHART DES MONATS

Das Interesse der Touristen an Berlin wächst weiter, wenn auch etwas langsamer. Erneut sind die Übernachtungs- und Gästezahlen gestiegen.



Grafik: Henriette Anders Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg / VisitBerlin

31

MILLIONEN

Übernachtungen – diese Marke hat Berlin 2016 erstmals übersprungen. Exakt ist die Zahl um 2,7 Prozent auf 31,068 Mio. gesprungen. Die Zahl der Gäste stieg um 2,9 Prozent auf 12,732 Millionen an. Die Rekordjagd im Berlin-Tourismus dauert damit auch weiterhin an.

SPIELBANK

Neues Ziel: City West

Die Berliner Spielbank will ihren Standort am Potsdamer Platz schließen und im Jahr 2020 im Kudamm Karree neu eröffnen. Zwar hat sie sich nach Angaben von Geschäftsführer Günter Münstermann zur umsatzstärksten Spielbank in Deutschland entwickelt. Von einem Umzug in die City West verspricht sich Münstermann aber weitere Vorteile. Das liegt auch daran, dass die Spielbank im Kudamm Karree Räume bekommen wird, die viel besser als am Potsdamer Platz auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sein werden. Am Innenhof des Komplexes soll für sie ein eigenes Gebäude entstehen. < BW

GROTH GRUPPE

953 neue Wohnungen

Noch im Frühjahr will die Groth Gruppe mit den Bauarbeiten für das Maximilians Quartier in Wilmersdorf beginnen. Geplant sind 953 Wohnungen, die in vier Blöcken angesiedelt sein sollen. Das Gelände an der Forckenbeckstraße ist Teil der früheren Gartenkolonie Oeynhausens. 150 Lauben der Kolonie bleiben erhalten, 152 wurden abgerissen. Die höchsten Gebäude werden den Planungen zufolge acht Stockwerke haben. Im Westen des Quartiers wird viergeschossig gebaut. < BW



Simulation des Maximilians Quartiers



Ein Solitär mit roter Ziegelfassade soll den Mittelpunkt des Quartiers Heidestraße bilden

STARTSCHUSS FÜR DAS QUARTIER HEIDESTRASSE

Preisgericht entscheidet sich für den Entwurf des Berliner Architekturbüros Robertneun

Das Herzstück des Quartiers Heidestraße wird ein sechs- bis neungeschossiger Solitär aus rotem Ziegelstein bilden. Der vom Preisgericht ausgewählte Entwurf stammt vom Berliner Architekturbüro Robertneun. In dem Gebäude, das auf einer Grundfläche von 9.490 Quadratmetern entsteht, sollen 170 Wohnungen errichtet werden. Zudem wird Einzelhandel und Gewerbe angesiedelt.

„Robertneun entwerfen ein sehr selbstbewusstes Ziegelgebäude, das die

Erinnerung an die industrielle Vergangenheit des Areals wieder aufleben lässt“, erklärte Senatsbaudirektorin Regula Lüscher. „Der identitätsstiftende Solitär wird städtebaulich der herausragenden Lage in höchstem Maße gerecht.“

Mit den Bauvorbereitungen will der Bauträger im Mai beginnen. Insgesamt sind im Quartier Heidestraße 175.000 Quadratmeter Bruttogeschossfläche Gewerbe- und Einzelhandelsflächen sowie rund 860 Wohnungen geplant. Laut dem städtebaulichen Vertrag werden davon 25 Prozent Sozialwohnungen sein.

Im März soll der Architekturwettbewerb für den nächsten Bauabschnitt, einen 550 Meter langen Gewerberiegel, entschieden werden. < BW

MERCEDES-BENZ

Eigenes Kraftwerk

Mercedes-Benz hat in Marienfelde ein Blockheizkraftwerk (BHKW) in Betrieb genommen. Es deckt den Grundbedarf des Werks an Wärme sowie Teile des Strombedarfs ab. Der CO₂-Ausstoß kann somit um jährlich rund 3.800 Tonnen gesenkt werden. Die Anlage verfügt über 1.900 Kilowatt elektrische sowie 2.000 Kilowatt thermische Leistung < BW

GASAG

Provedo-Übernahme

Die Gasag hat 56,67 Prozent der Anteile an der Leipziger Provedo GmbH erworben. Provedo entwickelt und produziert seit acht Jahren Hard- und Software für intelligente Gebäudeautomation. Die Produkte werden vorrangig in der Wohnungswirtschaft, in Krankenhäusern, Hotels oder Gewerbegebäuden eingesetzt. < BW

TECHNOLOGIESTIFTUNG

Berlin künftiger Blockchain-Standort?

Die Technologiestiftung Berlin hat in der Studie „Blockchains, Smart Contracts und das dezentrale Web“ die Chancen des Standorts Berlin untersucht. Ergebnis: Gerade Berlin ist eine Hochburg für Blockchain-Technologien. Nach New York und London ist die Stadt einer der Hauptknotenpunkte für Blockchain-Entwickler. Der Studie zufolge gibt es in Berlin eine blühende Szene von jungen Unternehmen, Softwareentwicklern, kreativen Köpfen und zunehmend mehr Investoren. Die Technologiestiftung sieht somit die Chance, dass sich Berlin zu einem der Blockchain-Hotspots weltweit etabliert. Blockchain ist eine neue Technologie zur Verifizierung von Datentransaktionen, die im Kontext der Internet-Währung Bitcoin bekannt geworden ist.

Großkonzerne und etablierte Start-ups sind allerdings mit wenigen Ausnahmen in dem Technologie-Feld noch nicht aktiv. Vorwiegend treten neue Namen als Anbieter in Erscheinung. Viele davon haben ihren Stammsitz nicht in Berlin, sind aber mit Entwicklungsbüros in der Bundeshauptstadt vertreten. < BW

STRATO

Übernahme durch UI

Der Berliner Webhosting-Marktführer Strato wird von United Internet (UI) übernommen. Das Bundeskartellamt hat die Freigabe erteilt. United Internet zahlt für 100 Prozent der Anteile 600 Mio. Euro an den bisherigen Eigentümer Deutsche Telekom. Das Unternehmen ist mit 16,75 Mio. kostenpflichtigen Kundenverträgen und 33,44 Mio. werbefinanzierten Accounts der führende europäische Internet-Spezialist. < BW

GRÜNE WOCHE

Aussteller erzielen mehr als 48 Mio. Euro Umsatz

Die Internationale Grüne Woche hat in diesem Jahr erneut ihre Funktion als Leitmesse des nationalen und internationalen Agribusiness unterstrichen. Vom 20. bis 29. Januar zeigten 1.650 Aussteller aus 66 Ländern einen umfassenden Überblick über den Weltmarkt der Ernährungsindustrie. Mehr als 200 Spitzenpolitiker aus dem In- und Ausland –



Andrang am Berlin-Stand der Grünen Woche

darunter fünf Bundesminister – statteten der Messe mit ihren Delegationen einen Besuch ab. Insgesamt wurden knapp 400.000 Messe- und Kongressbesucher registriert. Die Pro-Kopf-Ausgaben der Gäste lagen wie bereits im vergangenen Jahr bei über 120 Euro und bescherten den Ausstellern insgesamt Umsätze von mehr als 48 Mio. Euro.

„Das Qualitätsniveau der Grünen Woche hat mit der diesjährigen Veranstaltung eine neue Dimension erreicht“, erklärte Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH. „Der agrarpolitische Dialog mit über 80 Landwirtschaftsministern aus allen Kontinenten, der globale Austausch mit den Spitzenvertretern des nationalen und internationalen Agribusiness sowie die erlebnis-orientierten Präsentationen im Ausstellungsbereich waren die Gütekriterien der 82. Grünen Woche.“ < BW

IBB FREUT SICH ÜBER GUTES FÖRDERGESCHÄFT 2016

Berlins Förderbank steigerte das Neugeschäftsvolumen im letzten Jahr um 40 Prozent

Die Investitionsbank Berlin (IBB) erteilte 2016 Finanzierungszusagen in Höhe von 1.727 Mio. Euro und steigerte damit das Neugeschäftsvolumen um gut 40 Prozent. Dabei entfielen auf den Geschäftsbereich Immobilien und Stadtentwicklung 52 Prozent, auf die Wirtschaftsförderung 48 Prozent.

Besonders deutlich legte die Neubauförderung zu. Sie stieg von 119 Mio. Euro im Jahr 2015 auf 276 Mio. Euro – das bedeutet ein Plus von mehr als 130 Prozent. Deutlich über dem Vorjahreswert lag auch das Ergebnis in der Wirtschaftsförderung. Nach 289 Mio. Euro 2015 lag

der Wert im vergangenen Jahr bei 837 Mio. Euro. Das Ergebnis war aber geprägt von einer großen Infrastrukturfinanzierung über 571 Mio. Euro.

Bei der Gründer- und Mittelstandsförderung stieg die Konzentration auf die Cluster der gemeinsamen Innovationsstrategie „InnoBB“ weiter an. Der Anteil dieser Branchen am gesamten IBB-Finanzierungsvolumen stieg im vergangenen Jahr von 62 auf 72 Prozent an. „Insgesamt sind wir mit dem Förderjahrgang 2016 sehr zufrieden. Trotz der Niedrigzinsbedingungen am Markt ist es gelungen, mehr als 1.000 Finanzierungszusagen in der Wirtschaftsförderung und rund 500 Zusagen in der Immobilienförderung zu verbuchen“, erklärte IBB-Vorstandschef Jürgen Allerkamp. < BW



INGWER
0,60 €/kg

STEINKREBBERN
0,85 €/kg

KIWIS
0,55 €/kg

KOKOSNÜSSE
2,00 €/kg

GRANATAPFEL
2,00 €/kg

REISKORN MEI...

RABBI
0,55 €/kg

ROMMALAALAT
0,40 €/kg

ROTHA-TOMATEN
4,15 €/kg

Fenchel
3,90 €/kg

FENHEL

Schwartz...

SCHWARZE...
1,89 €/kg

Mausklick zum Marktplatz

Lebensmitteleinzelhandel Erlebnishopping mit Wohlfühlfaktor, Online-Anbieter und Lieferdienste direkt ab Supermarkt: Gerade in Berlin probiert die Branche vieles aus. Die Händler in der Hauptstadt punkten mit maßgeschneiderten Services » **Von Birgit Warnhold**

Der Mensch wird immer essen. Insofern ist die Lebensmittelbranche auf der sicheren Seite. Fragt sich nur, wie die Waren in Zukunft zum Verbraucher kommen? Hat der stationäre Handel Bestand, oder wird in zehn Jahren alles online verkauft? Der erwartete Deutschlandstart von Amazon fresh hat viele in der Branche aufgeschreckt. Wie eine latente Bedrohung geistert er durch die Medien, als hätte Amazon das Patentrezept für den reibungslosen Online-Handel mit Produkten, die prinzipiell ein Frischeproblem haben.

„Die waren im Herbst bei uns“, erzählt Dietmar Rogacki und dass man ihm einen 48-seitigen Vertrag auf Englisch vorgelegt hätte. Eine deutsche Fassung gab es auch, aber die war wesentlich dünner und nicht so detailliert, was den Inhaber des traditionsreichen Spezialitätengeschäfts Rogacki in der Wilmersdorfer Straße skeptisch gemacht hat. Im Kern sieht das Angebot so aus: Amazon fresh richtet dem Händler gegen entsprechende Zahlungen auf der Website einen Shop ein. Der Kunde ordert darüber seine Waren. Der Händler wird zweimal am Tag informiert und packt die angeforderten Produkte ein, die Amazon dann wiederum abholen lässt.

Das Familienunternehmen Rogacki, 1928 gegründet, ist bekannt für seinen Fisch. Damit, ist der Chef sicher, kann das Amazon-fresh-Prinzip schon mal nicht funkti-

onieren. „Für Frischprodukte ist das nicht machbar. Ich sehe darin keine Zukunft.“ Der Unternehmer macht keinen Hehl daraus, dass er den Online-Lebensmittelhandel auch unter ökologischen Gesichtspunkten für problematisch hält. „Da wird noch mehr Benzin verschleudert, die Straßen werden noch voller.“ Von Rogacki hat Amazon fresh einen Korb bekommen, auch andere Lebensmitteleinzelhändler in Berlin haben abgelehnt. Kommen die Amerikaner also vielleicht doch nicht?

Bereits da ist „Gegessen wird immer“, auch ein Online-Portal für Lebensmittel, nur viel kleiner und persönlicher als der Riese aus Seattle. Im Gespräch mit Beatrice von Wrede, einer der Gründerinnen, fällt eine Vokabel besonders häufig: Vertrauen. Der Handel mit Lebensmittel, da waren sie und ihre Mitgründer Friederike Tschacksch und Philipp von Sahr sich einig, erfordert eine persönliche Note. Und die ist über das Internet schwer herzustellen. „Deswegen haben wir uns ganz stark aufs Branding konzentriert, es ging darum, Identität zu erzeugen“, erzählt Beatrice von Wrede. Auch müsse man sich etwas einfallen lassen, wenn man sich gegen Konkurrenten wie Rewe und Allyouneed fresh positionieren wolle. Ein regelmäßig gepflegter Blog vermittelt Tipps und Zusatzinfos, die Berliner Telefonnummer auf der Website verdeutlicht, dass der Kunde hier wirklich jemanden anrufen kann und nicht »

Original Unverpackt GmbH

Milena Glimbovski, Gründerin und Geschäftsführerin

Kiezgröße 2014 startete Milena Glimbovski mit einer Partnerin das Konzept des Lebensmittelmarktes ohne Verpackungen – heute ist der kleine Laden in Kreuzberg eine Institution
600 Produkte Das meiste in den Behältern bei Original Unverpackt ist Bioware. Neben Nudeln, Linsen und Müsli gibt es auch Nonfood-Artikel wie Wasch- und Reinigungsmittel

irgendwo im Call-Center-Nirwana landet. Vorgestellt werden auch die Erzeuger, mit denen die drei Jungunternehmer zusammenarbeiten. Auch hier ist Vertrauen das Zauberwort: „Gegessen wird immer“ soll ein Qualitätsversprechen sein.

Zu den Produkten gehört fast alles – nur Fleisch und Fisch gibt es nicht. Das, sagt Beatrice von Wrede, finde sie unter ethischen Gesichtspunkten schwierig. Überreifes Obst etwa, das nicht mehr verschickt werden kann, liefert das Unternehmen an die Eisdiele Oak & Ice in Prenzlauer Berg. Für die Eisherstellung sei sehr reifes und damit sehr süßes Obst optimal. „Aber Fleisch kann ich nur noch wegschmeißen.“ Also ist es nicht im Portfolio. Dafür viel frisches Obst, das unter anderem an mehr als 60 Firmenkunden in Berlin geliefert wird, die sich regelmäßig von dem kleinen Unternehmen aus Berlin-Wilhelmsruh den Obstkorb auffüllen lassen.

Die Privatkunden sitzen im gesamten Bundesgebiet – und sind eine Überraschung für das Team der Gegessen wird immer GmbH gewesen. Man hatte mit urbanen Singles als Kunden gerechnet, mit jungen Menschen mit viel Sinn für Qualität und wenig Zeit, um Alltagsdinge wie Einkaufen neben dem aufreibenden Job zu erledigen. Stattdessen „wird sehr viel aufs Land bestellt“, sagt Beatrice von Wrede. „In Bayern sind wir stark, Bayern liegt jetzt mit Berlin gleichauf.“ Sie führt die Nachfrage dort darauf zurück, dass die Kunden ihre Ansprüche durch das örtli-

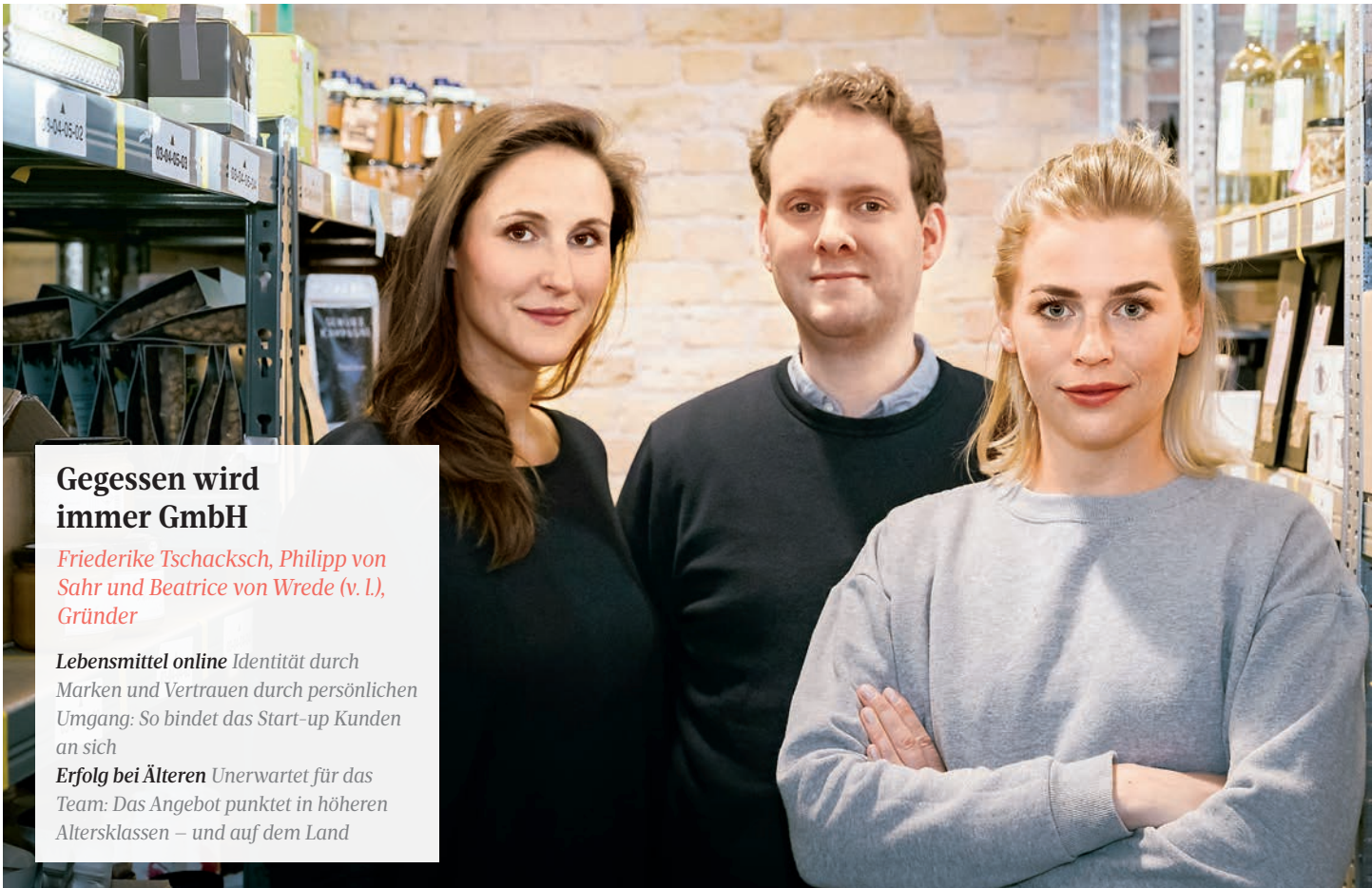
che Angebot nicht erfüllt sehen. Auffällig ist auch eine andere Gruppe, die den meisten im Zusammenhang mit E-Commerce nicht als erstes einfällt: Ältere Menschen gehören in bemerkenswert großer Zahl zum Kundenkreis. „Viele von ihnen“, so Beatrice von Wrede, „haben vorher überhaupt noch nie etwas über das Internet bestellt.“

Wie der Branchenverband Bitkom im vergangenen Jahr in einer repräsentativen Befragung ermittelt hat, ist die Tatsache, dass man die Lebensmittel nach Hause geliefert bekommt, bei den über 65-Jäh-

” Viele unserer Kunden haben vorher überhaupt noch nie etwas über das Internet bestellt. “

BEATRICE VON WREDE

Mitgründerin des Online-Lebensmittelhandels
„Gegessen wird immer“



Gegessen wird immer GmbH

Friederike Tschacksch, Philipp von Sahr und Beatrice von Wrede (v. l.), Gründer

Lebensmittel online Identität durch Marken und Vertrauen durch persönlichen Umgang: So bindet das Start-up Kunden an sich

Erfolg bei Älteren Unerwartet für das Team: Das Angebot punktet in höheren Altersklassen – und auf dem Land

rigen mit 82 Prozent der entscheidende Online-Kaufgrund. Überhaupt prognostiziert der Verband dem Online-Lebensmittelhandel eine gute Zukunft: „Viele Verbraucher sparen sich die Schlange an der Kasse und das Tütenschleppen. Lebensmittel, die lange Zeit als letzte Bastion des stationären Einzelhandelns galten, lassen sich dank ausgefeilter Logistik heute auch problemlos online bestellen und nach Hause liefern“, beurteilt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder die Situation. „Das ist etwa für nicht mehr ganz so mobile oder körperlich gehandicapte Menschen, für Berufstätige, die wenig Zeit haben, oder für Menschen, die spezielle Lebensmittel suchen, ein willkommener Service.“

Das Potenzial für gute Geschäfte ist so groß wie die Ausgangslage bescheiden. Der Berliner Marktforscher A.T. Kearney hat ermittelt, dass der Online-Anteil am Lebensmittelumsatz in Deutschland nur

etwa ein Prozent beträgt. Pro Kopf geben Deutsche 18 Euro im Jahr online für Lebensmittel aus. In Europa liegen die Briten mit 154 Euro vorn. Insgesamt werden in Deutschland pro Jahr Lebensmittel im Wert von 190 Mrd. Euro umgesetzt – ein großer Kuchen, von dem sich viele ein Stück abschneiden möchten.

„Mit Amazon betritt ein Anbieter das Spielfeld, der seinen langen Atem bereits in anderen Handelsbereichen unter Beweis gestellt hat“, erläutert IHK-Branchenkoordinator Dr. Mateusz Hartwich. „Gerade im Lebensmittelhandel mit seinen relativ geringen Gewinnspannen können schon geringe Verschiebungen der Marktanteile von großer Bedeutung sein“. Dabei ist nicht nur der Preis ausschlaggebend, sondern auch die Bequemlichkeit, alles aus einer Hand zu bekommen. So kommt für einen Anbieter wie Amazon mehr Umsatz und unterm Strich mehr Gewinn raus.

Alle großen stationären Player im deutschen Lebensmitteleinzelhandel bis auf Aldi – Rewe, Edeka, Metro (Real) und die Schwarz-Gruppe mit Lidl und Kaufland – liefern inzwischen zusätzlich auch per Mausclick. Edeka war bereits mit Edeka24 auf dem Online-Markt aktiv, durch die Übernahme von Kaiser's Tengelmann ist bringmeister.de dazu gekommen. Der Konzern möchte seine Online-Angebote in einer neuen Konzeption zusammenbringen. „Durch unser Olivia-Projekt haben wir die ersten Weichen gestellt, unsere selbstständigen Einzelhändler in die Lage zu versetzen, dem Verbraucher die Angebote gerade seines Marktes auch über das Internet verfügbar zu machen“, heißt es in einem Edeka-Geschäftsbericht von 2015. Olivia steht für „Online Lebensmittel Innovativ Vertreiben Inklusiv Auslieferung/Abholung“.

Grundlage ist die Logistik

Auch Allyouneed fresh ist ein Supermarkt, allerdings gibt es die Waren hier gar nicht stationär, sondern ausschließlich online – wie bei GEGESSEN WIRD immer, nur in größerem Umfang. 2011 als Allyouneed von Jens Drubel gegründet, wurde das Berliner Start-up bereits 2012 von der Post-Tochter DHL übernommen, die seitdem unter dem Namen Allyouneed einen umfassenden Internet-Marktplatz betreibt. Allyouneed fresh bezeichnet nun die Lebensmittelsparte.

DHL ist eine gute Grundlage für eine funktionierende Logistik. „Wir liefern an jede Adresse“, sagt Drubel. Zwei Lager gibt es, eins bei Nürnberg, eins bei Kassel. Wer bis zum Abend bestellt, kann am nächsten Tag die Waren bekommen, in einem wählbaren Zeitfenster von 10 bis 22 Uhr. Bestellt werden kann auch für einen Wunsch-Liefertag innerhalb der nächsten 30 Tage. Das Sortiment umfasst etwa 22.000 Artikel, fast dreimal mehr, als ein normaler stationärer Supermarkt bieten kann. Darunter finden sich 5.000 Bio-produkte. Die Kunden bestellen pro Auftrag 30 bis 80 Artikel, meistverkauft ist die Gurke. Zahlen gibt die All you need GmbH mit Sitz in der Friedrichstraße nicht »



Allyouneed fresh GmbH

Jens Drubel, Gründer und Geschäftsführer

DHL-Tochter 2011 gegründet, übernahm der Deutsche-Post-Logistiker ein Jahr später das Berliner Start-up

heraus, aber wie es heißt, entwickle sich das Ganze gut, „auf steigendem Niveau“. Für die Zukunft ist Drubel optimistisch: „Lebensmittel-Online-Handel wird ein ganz normaler Bestandteil unseres Alltags sein.“ Die Technik werde sich ebenfalls immer weiter verbessern. Darauf setzen auch Metro und Real, die nun gemeinsam als fachliche Partner für Start-ups

auftreten. Am 12. Juni soll in Berlin der Metro Accelerator for Retail powered by Techstars starten.

Veränderte Konsumgewohnheiten, Lebens- und Arbeitsbedingungen beschleunigen dem Onlinehandel seit Jahren Wachstum. Rewe etwa bietet seit September 2011 einen Lieferservice an, der mittlerweile bundesweit Kunden in

mehr als 75 Städten samt Umland beliefert. „Das Online-Geschäft ist dabei keine Konkurrenz zum stationären Handel, sondern ein zusätzlicher Service für Menschen, die gerade den zeitsparenden, bequemen Einkauf bevorzugen“, betont der Berliner Einzelhändler Sulaf Ahmed. „Wir müssen unseren Kunden anbieten, bei uns stationär oder auch online einzukaufen. Wir können ihn nicht mehr einschränken“, sagt er. „Im Internet bestellen sie beispielsweise den großen Wocheneinkauf – Nudeln, Milch, Wasser, Windeln, aber auch Obst und Gemüse. In den Markt gehen sie für den spontanen Kauf, für die kleineren Besorgungen, wenn man Beratung und Einkaufsatmosphäre sucht, sich bewusst inspirieren lassen will.“ Omni-Channel-Strategien, da ist sich der erfolgreiche Kaufmann sicher, werden den Lebensmitteleinzelhandel mit prägen.

Nicht alles passt an jeden Standort

In der Potsdamer Straße 128, zwischen Kurfürstenstraße und Bülowstraße, betreibt Ahmed seit 2002 seinen Supermarkt, anfangs noch unter dem Namen Bolle. Längst firmiert das Geschäft als Rewe, ungewöhnlich ist die 100-prozentige Selbstständigkeit, die Ahmed sich bei dem genossenschaftlich organisierten Lebensmittelriesen erhalten konnte. Um diese Selbstständigkeit habe er, wie er sagt, 2008 gekämpft, als der Wechsel zu Rewe kam. „Wenn man nichts anderes kennt, als eigenständig zu sein, ist einem das viel wert. Und wir waren ja auch erfolgreich.“ Inzwischen gehe der Weg bei Rewe allgemein zu mehr Individualität bei den einzelnen Märkten. Nicht jede Aktion sei gut für jeden Standort.

Was gut für seinen Standort ist und was er für den Erfolg tun muss, weiß Ahmed genau: „Ich will ein Marktplatz im Kiez sein.“ Wenn der Unternehmer von seinem Laden, seinen Mitarbeitern, seinen Kunden und seinem Standort spricht, wird schnell deutlich, dass es in diesem Supermarkt nicht nur Lebensmittel geben soll, sondern auch so etwas wie Lebensgefühl. Dafür engagiert sich Ahmed



Erfolg mit neuen Konzepten oder Tradition in der Nische: Rogacki ist nicht nur wegen seiner Frischfleischtheke eine Feinkost-Institution in Charlottenburg (o.l.). „Mein Hoffi“ wurde von Dan Pearlman im Spät-Look kreiert (o.). Allyouneed fresh begann als Berliner Start-up und gehört mittlerweile zur Posttochter DHL, die für die Lieferlogistik sorgt (l.). Im Libeskind-Bau an der Chausseestraße eröffnete im Januar ein sehr stylischer Edeka-Markt



im Kiez, ist überall dort, wo es um die Belange der Potsdamer Straße geht. So wie er den Finger am Puls der „Potse“ hat, hat er ihn auch an dem des Handels.

Seit 2002 hat er den Umsatz mehr als verdoppelt. Er beschäftigt 42 Mitarbeiter, etwa 3.500 Kunden kommen täglich in den Laden, und auf den 620 Quadratmetern seines Supermarkts hat er 12.500

Artikel versammelt, etwa 5.000 mehr, als bei der Größe üblich wäre. Sein Traum: „1.500 Quadratmeter Verkaufsfläche, Sushi vor Ort, auch einen Imbiss. Dazu natürlich die Online-Angebote.“ Der Vollblut-Kaufmann mit irakischen Wurzeln, der schon als Kind im Supermarkt seines Vaters geholfen hat, ist längst dabei zu schauen, wie er seinen Traum umset-

zen kann, der einer neuen Generation von Supermärkten entspricht.

Diese neue Generation ist dadurch geprägt, dass sie eher Marktplatz als Supermarkt ist. Nicht mehr streng und rein funktional sollen die Handelsplätze sein, sondern Aufenthaltsqualität haben. Der Kunde soll sich wohlfühlen. „Das Einkaufen in einem Ladengeschäft gewinnt zunehmend eine Erlebnisdimension“, bringt Volker Katschinski von der Agentur Dan Pearlman die Ausrichtung des stationären Handels von heute auf den Punkt (siehe Interview Seite 16).

Bewegung im Berliner Handel

INFO

Die Traditionsmarke Reichelt verschwindet, Edeka und Rewe teilen nach der Übernahme die Kaiser's-Filialen in der Hauptstadt untereinander auf

Kaiser's wird zu Edeka und Rewe Bewegung im Feld der großen Supermarktketten: Mit der Übernahme von Kaiser's Tengelmann durch Edeka und Rewe verschwindet der Name auch aus dem Berliner Straßenbild. Die beiden Unternehmen einigten sich bereits im vergangenen Jahr darauf, wie sie das Kaiser's-Filialnetz in der Hauptstadt unter sich aufteilen: Rewe und Edeka übernehmen jeweils rund die Hälfte der insgesamt gut 120 Ladengeschäfte. Wann die Umfirmierung im Einzelfall erfolgt ist offen, bis Ende Mai aber soll die Namensänderung stadtweit abgeschlossen sein. Mit den Filialen wechselten etwa 3.100 bisherige Kaiser's-Mitarbeiter zu Rewe und 2.500 zu Edeka.

Verlust von Traditionsmarken Nicht nur Kaiser's gehört bald der Vergangenheit im Berliner Lebensmittelhandel an, gerade hat



Namenswechsel: Kaiser's- wird Rewe-Markt

Edeka auch die letzten verbliebenen Reichelt-Namenszüge von den Märkten entfernt. 14 Jahre, nachdem die Berliner Gründung in den Edeka-Verbund gewechselt ist, weicht die rote Schrift nun dem blau-gelben „E“. Reichelt geht damit den gleichen Weg, den zuvor bereits langjährige Marken wie Bolle, Meyer und Beck gegangen sind.

Spiel mit Licht und Farben

Im Januar hat im Erdgeschoss des von Daniel Libeskind entworfenen Wohnhauses „Sapphire“ an der Chausseestraße ein neuer Edeka-Markt eröffnet. Mit seiner Gestaltung soll der Laden die Handschrift des Stararchitekten aufnehmen. Angenehmes Licht und dezente Farben sollen zum Verweilen einladen. Eine Backstube mit Café bietet 45 Sitzplätze, Frühstücksangebote, Kaffee- und Teespezialitäten, Kuchen und herzhaftes Snacks. Kostenloses W-Lan gibt es auch – „Ein Treffpunkt für Jung und Alt“, wie es bei Edeka heißt.

Verbindlichkeit, Nachbarschaftsnähe, Vertrauen – immer wieder hört man solche Begriffe bei Berliner Lebensmittel- >

FOTO: PA/BRITTA PEDERSEN



 **GOLDBECK**

www.goldbeck.de

Individualität trifft System

Zukunftsweisende Gebäude: schnell, wirtschaftlich und nachhaltig.

konzipieren · bauen · betreuen

GOLDBECK Nordost GmbH
Niederlassung Berlin-Brandenburg
Seestraße 35, 14974 Ludwigsfelde
Fon +49 3378 86 530 · berlin-brandenburg@goldbeck.de

„Der Kunde will verführt werden“

Retail-Experte Volker Katschinski über Erlebnisshopping, den Wohlfühlfaktor beim Lebensmitteleinkauf und überflüssigen Technikeinsatz im stationären Handel

Berliner Wirtschaft: Die Kundschaft war vielleicht nie so heterogen wie heute: Ein Digital Native tickt anders als ein Siebzjähriger. Wie bekommt man heraus, was ein Geschäft attraktiv macht?

Volker Katschinski: Grundsätzlich gehen wir heute davon aus, dass die klassischen Zielgruppen nicht mehr aufgrund ihrer demografischen Merkmale bestimmt werden. Das heißt, ein Zwanzigjähriger kann genau die gleichen Bedürfnisse wie ein Siebzjähriger haben, z.B. den Anspruch an eine hohe Produktqualität und persönlichen Service. Der Inhaber eines Ladens muss sich in seinen Kunden hineinversetzen und sich die Frage stellen: Was würde mein Kunde

im Idealfall einem guten Freund über den Besuch in meinem Geschäft berichten? Letztlich geht es darum, wie man relevant für den Kunden wird.

Was sind die Grundpfeiler eines zeitgemäßen Ladendesigns?

Das Einkaufen in einem Ladengeschäft gewinnt zunehmend eine Erlebnisdimension. Wir bewegen uns weg von einer reinen Bedarfsdeckung hin zu einem Erlebnisshopping. Wir wollen immer wieder aufs Neue inspiriert werden. Es geht darum, eine Geschichte rund um das Produkt oder

die Marke zu erzählen, die eine Relevanz für die Kunden hat. Die Kunden brauchen Anknüpfungspunkte, die sie in ihr Leben integrieren können. Der Händler muss also eine Atmosphäre des Wohlfühlens, der Inspiration und der Verführung schaffen. Wichtig ist auch, dass der Kunde das wiederfin-

det, was ihm im Internet versprochen wurde und so ein konsistenter Eindruck einer Marke und eines Unternehmens entsteht.

Wird dabei auch die Produktpalette erweitert oder verändert?

Inspirieren und überraschend bleiben bedeutet immer, dass ich meine Produktpalette erneuern muss – beziehungsweise neue Highlights biete,

ohne die bewährten Produkte zu vernachlässigen.

Wie werden heute Kaufanreize gesetzt?

Reize und Kaufanreize entstehen über „Störungen“ – anders zu sein, überraschend zu bleiben, Neues auszuprobieren, den Kunden dabei mitzunehmen. Wenn ich dem Kunden neue Impulse liefere, gewinne ich seine Offenheit. Hier geht es immer auch um das Thema der Begehrlichkeit. Im Food-Bereich spielt das „Tryvertising“ eine große Rolle, bei dem Kunden zum Ausprobieren verführt werden.



VOLKER KATSCHINSKI

Mitgründer und
Kreativdirektor
der Agentur
Dan Pearlman

Welche Rolle spielen interaktive Elemente bei der Storegestaltung? Wieviel Technik verträgt ein Geschäft?

Die Zeiten, in denen man in den Läden Technik um der Technik willen installiert hat, sind vorbei. Technische Geräte oder Terminals sind auch nicht unbedingt attraktiv. Technik funktioniert als Assistenzprogramm im Hintergrund und macht unser Leben leichter. Selbstverständlich passt insbesondere zu technikaffinen Marken auch ein größerer Einsatz von Technik als zu nicht technikaffinen Marken. Schließlich muss auch die Technik zu den Produkten passen und sich in die Gesamtstory integrieren. Wenn Technik ergänzt: prima. Wenn sie erschlägt, weg damit.

Der Lebensmittelhandel unterliegt eigenen Gesetzen. Was muss da bei der Gestaltung berücksichtigt werden?

Hier steht ganz klar die Bedarfsdeckung im Vordergrund, der Kunde möchte durch ein frisches, kompetent geclustertes Sortiment mit einer klaren Orientierung und Auffindbarkeit überzeugt werden. Doch auch im Lebensmittelbereich geht der Trend in Richtung Erlebnisshopping. Dies ist bereits in Supermärkten zu beobachten, wo die Tendenz weg von einer klaren, rationalen Ordnung hin zu einem Entdecken geht, es wird emotionaler und mit mehr Spannung gestaltet. Konzepte, die an Markthalen erinnern, werden zunehmen.

Sie haben für Getränke Hoffmann „Mein Hoffi“ entwickelt und dabei die Späti-Kultur einbezogen. Welche Relevanz hat in Zeiten der Digitalisierung der Wohlfühlfaktor im stationären Handel? Persönliche Note, Wohlfühlfaktor, Nahbarkeit spielen eine wichtige Rolle, um bei Kunden Vertrauen und Loyalität zu wecken. Gerade wenn unsere Welt immer globaler wird, ist die Verwurzelung im eigenen Kiez

für viele Menschen von hoher Bedeutung. Allein das Erkanntwerden bei der Begrüßung, das vertraute Gesicht hinter dem Tresen, der Smalltalk an der Kasse oder die fußläufige Erreichbarkeit machen den Unterschied zum anonymen Supermarkt.

Welche Details prägen diese persönliche Note?

Schon der Name des Kiezladens – „Mein Hoffi“ – sorgt für Persönlichkeit. Auch das Erscheinungsbild mit dem handgeschriebenen Namenszug und dem Zusatz „im Gräfekiez“ schaffen Lokalgefühl und Nahbarkeit. Hinzu kommen besondere Services: eine Flaschenschnellkühlung, die man über SMS bestellen kann, oder eine Kisten-

kühlung, Coffee-to-go-Angebote, Bio-Snacks. Und für den Transport kann man einfach ein Lastenfahrrad ausleihen.

Gibt es eine Erfolgskontrolle nach der Umgestaltung?

Selbstverständlich! Auch nach der Eröffnung eines Ladens pflegen wir einen regelmäßigen Austausch mit unseren Retail-Kunden. Zum einen interessieren uns natürlich die Erfolgsquoten. Bei „Mein Hoffi“ lag der Umsatz nach Eröffnung bei 20 Prozent über dem Umsatz eines vergleichbaren Zeitraumes vor dem Umbau. Zum anderen entsteht u.a. bei Sortimentsänderungen auch Bedarf für kleinere Anpassungen im Ladenbau oder be-

stimmte Medien müssen aktualisiert werden.

Inwieweit spiegelt sich das stationäre Konzept auf der Website bzw. in der mobilen Version wieder?

Bei „Mein Hoffi“ haben wir nicht nur das Erscheinungsbild der Marke entwickelt, sondern auch die Gestaltung und das Design des Ladens inklusive der Kommunikation im Laden übernommen. Die Website passt sich in dieses Erscheinungsbild nahtlos ein. Zweck des digitalen Auftritts von „Mein Hoffi“ ist vor allem, die Highlights des Ladens und seine besonderen Services zu kommunizieren oder auch spezielle Angebote – und nicht zuletzt die Öffnungszeiten. < BW



IHRE ADRESSE

für **Kompetenz, Service, Leistung** und **Sicherheit**

Tom Lindemann
Mitarbeiter der AOK Nordost

Ihr leistungsstarker Firmen-Partner – aktuell, praxisnah und günstig.

- Mit starken Leistungen und garantiert stabilem Beitragssatz der AOK Nordost profitieren Ihre Beschäftigten auch 2017.
- Fachkompetent, leicht erreichbar und ortsnah – Der Firmenkundenservice der AOK Nordost steht an Ihrer Seite.
- Experten zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement unterstützen Sie bei Gesundheitsmaßnahmen in Ihrem Betrieb.
- Immer aktuell informiert – mit den AOK-Arbeitgebermedien zur Sozialversicherung.
- Sie haben Fragen? Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.

Gesundheit in besten Händen

aok-business.de/nordost

händlern. Wahrscheinlich fällt nicht wenigen Hauptstädtern dabei ein Wort mit fünf Buchstaben ein: Späti. Der Spätverkauf ist eine Institution. Egal, wie anonym die Welt und wie hart der Alltag ist, der Späti bietet Tiefkühlpizza, Toilettenpapier und Trost. Bier natürlich auch. Seit 2011 betreibt Seyfettin Polat einen Späti an der Schönhauser Allee, Partyshop Berlin hat er seinen Laden genannt, in dem er vor allem Drehtabak samt Zubehör und Getränke verkauft, mehr mit als ohne Alkohol. Am größten ist die Nachfrage zwischen 21 und 23 Uhr, am vollsten ist es freitags und sonnabends, 70 Prozent der Käufer sind Stammkunden.

Insgesamt gibt es in Berlin ungefähr 1.000 dieser kleinen Läden, die alles haben, was der Kiez-Bewohner braucht, wobei das Angebot schwankt. Selbst Spätis mit Bioware gibt es inzwischen, und wie viele Spätis ein Bezirk beherbergt, ist für manchen (Neu-)Berliner ein Auswahlkriterium bei der Wohnungssuche – die Späti-Dichte als Standortfaktor.

Gut angekommen im Kiez ist auch Milena Glimbovski mit ihrem Laden „Original Unverpackt“ in der Wiener Straße im tiefsten Kreuzberg. Die kleinen Geschäfte dort tauschen sich untereinander aus, es gibt Nachbarschaftsrabatte und viele Stammkunden. Original Unverpackt ist möglicherweise der bekannteste Laden hier, eine Kiezgröße. In den Medien ist viel berichtet worden, selbst Touristen kommen und fotografieren. Offenbar hat die Jungunternehmerin, die 2014 gestartet ist, einen Nerv getroffen: Verpackungsmüll zu vermeiden.

Bewusst essen, bewusst einkaufen, bewusst leben ist enorm wichtig. Amazon fresh ist hier kein Thema, es geht um Überzeugung, wie auch in den vielen



Partyshop Berlin

Seyfettin Polat, Inhaber

Nahversorger Spätis gehören in vielen Berliner Stadtteilen dazu. Bei Seyfettin Polat läuft das Geschäft mit Tabak und alkoholischen Getränken am besten

Bioläden in der Stadt. „Meine erste Priorität ist“, sagt Glimbovski, „das Unverpackte, die zweite bio und die dritte lokal.“ Bis auf die Club-Mate – „auf die kann man einfach nicht verzichten“ – und Marmelade aus dem Spreewald sind die mehr als 600 Produkte Bioware.

Angefangen hat die Geschichte von Original Unverpackt mit dem Wunsch etwas zu ändern. „Mich hat dieser ganze Müll geärgert, den ich immer produziert habe. Ich wollte eine Alternative“, sagt Milena Glimbovski. Eigentlich hatte die gebürtige Hannoveranerin eine Ausbildung zur Mediengestalterin absolviert und anschließend an der UdK Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation studiert.

Da bastelte sie allerdings schon mit ihrer Mitgründerin Sara Wolf am Businessplan. Nachdem die beiden den Businessplanwettbewerb Berlin-Brandenburg gewonnen hatten, brach Glimbovski das Studium ab und wurde Unternehmerin. Sara Wolf stieg nach einem Jahr aus, seitdem ist Milena Glimbovski alleine Chefin. „Warum soll ich den Platz da oben teilen?“, sagt sie selbstbewusst und stolz, die harte Anfangszeit geschafft zu haben.

Etwa 15 Mitarbeiter sind jetzt bei ihr tätig, wengleich nicht alle in Vollzeit, das ständige wirtschaftliche Auf und Ab der ersten Zeit hat sich beruhigt. Manchmal kämen Gleichgesinnte aus anderen europäischen Ländern vorbei, erzählt Milena Glimbovski, die Ähnliches versuchen wollen und sich Anregungen holen möchten.

In großen Spendern, sogenannten Gravity Bins, werden Nüsse, Müsli, Bohnen, Reis, Körner angeboten. Obst und Backwaren gehören zum Sortiment. Wasch- und andere Reinigungsmittel gibt es ebenfalls zum Abfüllen, und Sü-

„ Mein Traum: 1.500 Quadratmeter Verkaufsfläche, Sushi, ein Imbiss und natürlich Online-Angebote. “

SULAF AHMED

Der Kaufmann betreibt einen Rewe-Supermarkt an der Potsdamer Straße in Schöneberg



Rewe City Markt

*Sulaf Ahmed,
Geschäftsführer*

Selbstständigkeit Unter der Dachmarke Rewe bleibt Sulaf Ahmed eigenständiger Marktbetreiber. Ursprünglich war sein Geschäft an der Potsdamer Straße ein Bolle-Supermarkt

Bigkeiten in Gläsern erinnern an die alten Tante-Emma-Läden. Ähnlich persönlich ist die Atmosphäre in dieser ehemaligen Metzgerei mit den alten, blau-weißen Kacheln an der Wand und der Stuckdecke. Die Kunden bringen zum großen Teil ihre eigenen Gefäße mit, ansonsten kann man auch Tüten und Gläser im Laden kaufen, um sie mit den gewünschten Waren zu füllen.

Der Handel allein aber wird die junge Unternehmerin nicht reich machen. „Am Anfang haben wir gedacht, dass der Einzelhandel allein zum Erfolg führt, aber

inzwischen denke ich oft über weitere Geschäftsideen nach“, so Milena Glimbovski. „Wir haben gerade ein professionell gemachtes Online-Portal gelauncht, das ‚OU-Magazin‘: Wenn die thematisch vielfältige Website genug Nutzer hat, soll hier auch Anzeigenplatz verkauft werden. Und es gibt einen Online-Shop, über den die Nonfood-Produkte bestellt werden können.

Der Lebensmittelhandel entwickelt sich aktuell sehr dynamisch, sowohl was das Ladendesign als auch die Sortimente angeht. „Die vier großen stationären Play-

er haben den Weckruf gehört und stellen ihre Konzepte um“, so die Einschätzung von Dr. Mateusz Hartwich, dem Handelsexperten bei der IHK Berlin. Ein Großteil der Nahversorgung wird weiterhin vor Ort passieren, daneben werden sich die Nischen, etwa für vegane Produkte weiter stärker entwickeln, so Hartwich. „Am spannendsten wird es sein zu sehen, wie sich die Online-Pure-Player behaupten werden. Die digitale Revolution schreitet voran, ob sie ihre Kinder dabei buchstäblich fressen wird, bleibt abzuwarten.“ ■

FOTOS: FRANK LASSAK, CHRISTIAN KIELMANN



**Meine Freiheit:
Heute gemietet und
sofort losgefahren.**

→ Besuchen Sie uns vor Ort:
Blumberger Damm 2T, 12683 Berlin



Maximal einfach
www.maske.de

MASKE
Auto-Langzeitmiete



Sven Lemiss ist seit 2006 Geschäftsführer der BIM. Zuvor war er Regionalleiter der Allianz Handwerker Services GmbH. In verantwortlichen Funktionen hat der Ingenieur der Technischen Gebäudeausrüstung unter anderem für die Agemis GmbH sowie die DeTelImmobilien und Service GmbH gearbeitet.

„Daseinsvorsorge ist ein wichtiges Thema geworden“

Sven Lemiss managt Berlins Liegenschaften. Herausforderungen sind die wachsende Verwaltung, der Flächenbedarf für Wohnungen und Gewerbe sowie der Klimaschutz » **Von Michael Gneuss**

Die Berliner Immobilienmanagement GmbH (BIM) kämpft gleich an mehreren Stellen mit dem Wachstum Berlins. Mit 450 Mitarbeitern werden die 1.600 Gebäude der öffentlichen Verwaltung bewirtschaftet sowie 4.500 landeseigene Immobilien hinsichtlich der Zukunftsperspektiven bewertet. Auch für das Gewerbe hat die BIM mit ihren beiden Geschäftsführern Sven Lemiss und Birgit Möhring noch einiges an Flächen im Portfolio.

Berliner Wirtschaft: *Die Immobilien, die Sie noch zu vergeben haben, sind sowohl für den Wohnungsbau als auch im Gewerbe heiß begehrt. Wie gehen Sie mit diesem Interessenkonflikt um?*

Sven Lemiss: Na ja, es gibt zwar unterschiedliche Interessen: Die Senatsverwaltung für Wirtschaft achtet stärker auf die Gewerbeflächen, der Stadtentwicklung geht es eher um den Wohnungsbau. Aber ein richtiger Konflikt ist das nicht, weil die Flächen in der Regel bereits gewidmet sind. Meistens liegen Grundstücke entweder in einem gewerblichen Umfeld oder in einem Wohnumfeld. Entsprechend wird die künftige Nutzung geplant.

Der Bedarf ist überall groß. Wollen Sie möglichst viele Flächen möglichst schnell zur Verfügung stellen oder warten Sie ab?

Sowohl als auch. Für den Wohnungsbau wollen wir schnell Flächen bereitstellen. Aber wir müssen auch Liegenschaften zurückhalten, denn der öffentliche Sektor bekommt nun zu spüren, dass wir in einer wachsenden Stadt leben. Wir brauchen mehr Platz für die Verwaltung. Zudem konkurrieren nun Bereiche mit dem öffentlichen Sektor, die die Stadt groß gemacht haben – zum Beispiel der Bereich der Kultur und der freien Szene. Die Kulturverwaltung möchte mit landeseigenen Flächenbeständen einer möglichen Verdrängung entgegenwirken. Schließlich brauchen wir auch Flächen für Schulen und Kitas. Es kommen viele Interessen zusammen.

Wie geht die BIM mit diesen vielen Interessen um?

Wir sind unserem Gesellschafter, dem Land Berlin, verpflichtet. Wir müssen das aber gar nicht entscheiden. Berlin hat dafür ein ganz gutes Instrument – den sogenannten Portfolio-Ausschuss. Darin vertreten sind der jeweilige Bezirk, die Finanzverwaltung, die Bildungsverwaltung, die Wirtschaftsverwaltung, die Stadtentwicklungsverwaltung und die Senatskanzlei. Ehrlich gesagt bin ich überrascht, wie gut das funktioniert. Deutlich über 90 Prozent der Flächen werden – zwar nach durchaus intensiven Diskussionen – am Ende aber einvernehmlich zur Entscheidung gebracht.

Was passiert, wenn es keine einvernehmliche Entscheidung gibt?

Dann geht der Fall in den Vermögensausschuss. Die BIM muss die Entscheidung am Ende nur noch umsetzen. Und natürlich bereiten wir den Entscheidungsprozess vor, indem wir Daten und Informationen – auch über eine Web-Plattform – zur Verfügung stellen.

Muss die Wirtschaft sich nicht doch Sorgen machen, dass angesichts dieser vielfältigen Interessenlage Gewerbeflächen anderweitig genutzt werden?

Nein, die Umwidmung von Gewerbe in andere Nutzungsformen ist inzwischen so gut wie unmöglich – um eben das Gewerbe zu schützen.

Wie viele Gewerbeflächen haben Sie denn noch zu bieten?

Es sind ungefähr 500 Flächen. Das hört sich erstmal viel an, aber trotzdem können wir bei weitem nicht alles bedienen, was an Anfragen auf uns zukommt. Es sind dabei gar nicht so sehr die großen Unternehmen, die große Flächen haben möchten, sondern viele kleine mit sehr unterschiedlichen Anforderungen.

Wie läuft die Vergabe ab?

Sehr oft läuft der Kontakt über Berlin Partner, mit denen wir in einem regelmäßigen Austausch stehen. Von Fall zu Fall klären wir ab, ob wir die Wünsche bedienen können – in Absprache mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft und letztlich über den genannten Entscheidungsprozess. Es gibt aber auch Firmen, die direkt auf uns zukommen. Über unsere Website und Inserate in den Medien bieten wir auch Grundstücke an.

Was tun Sie für den Wohnungsbau?

Wir haben in den letzten Jahren knapp 80 Flächen im Rahmen von Einbringungsverträgen an die Wohnungsgesellschaften übergeben, davon allein 50 im vergangenen Jahr – zum Teil auch sehr große, wie zum Beispiel im Blankenburger Pflasterweg. Unsere Ziele haben wir zuletzt sogar übererfüllt. Für dieses und für das nächste Jahr haben wir noch knapp 70 Flächen mit insgesamt 1,3 Millionen Quadratmetern, die wir bereitstellen wollen. »

Vergeben Sie die Flächen vorwiegend an die städtischen Wohnungsbaugesellschaften?

Ja, es sind vor allem die landeseigenen Wohnungsbaugesellschaften. Wir möchten aber auch mehr Flächen an Wohnungsbaugenossenschaften vergeben, das sind ja auch sehr soziale Wohnformen.

Kommen auch private Gesellschaften zum Zuge?

In der Vergangenheit ist das häufiger der Fall gewesen, heute kommt das fast nicht mehr vor. Es gibt aber Ausnahmen. Wenn sehr große Gebiete bebaut werden, kann es sinnvoll sein, Private zu beteiligen. Zum Beispiel können wir das Grundstück an eine städtische Wohnungsbaugesellschaft vergeben, die dann für Teilflächen auch Private beteiligt.

Wie sorgen Sie für Flächen, auf denen künftig Schulen, Kitas oder Büros für die Verwaltung entstehen können?

Daseinsvorsorge ist ein wichtiges Thema geworden. Es ist relativ neu für uns. Berlin wächst ja erst seit kurzem. Ich hoffe, dass wir bald ein neues Sondervermögen dafür gründen können – es müssen im

Abgeordnetenhaus noch die nötigen Entscheidungen getroffen werden. Wichtig ist, dass wir uns die Frage stellen, wo es perspektivisch Bedarf für Verwaltung, Kultur, Kitas und Schulen geben wird. Geeignete Flächen dürfen nicht mehr verkauft werden, damit das Land nicht erpressbar wird. Der Markt merkt sehr genau, wo das Land Flächen braucht – und dann gehen die Preise hoch.

“
Wichtig ist, dass wir uns die Frage stellen, wo es perspektivisch Bedarf für Verwaltung, Kultur, Kitas und Schulen geben wird.
“

SVEN LEMISS

Geschäftsführer
Berliner Immobilienmanagement GmbH

Gehört die Identifikation solcher Flächen zu den Aufgaben der BIM?

Ja, und es ist auch unser Job, Zwischennutzungen zu finden – das kann für drei, fünf, aber auch für mehr Jahre nötig sein. **Aber letztlich ist absehbar, dass eines Tages alle Flächen vergeben sind und das Land keine Spielräume mehr hat, oder?**

Nein, wir denken noch weiter in die Zukunft. Wir wollen auch für die nächste Generation Optionen offen lassen. Dafür gibt es das Mittel des Erbbaurechtsvertrages mit Laufzeiten bis zu 39 Jahren. Der Erbbaurechtsvertrag ist eigentumsgleich. Erbrechtsnehmer haben den Vorteil, dass der Vertrag als Sicherheit für die Finanzierung dienen kann. Das ist für Bauprojekte oft entscheidend. Der Vorteil des Landes: Die nächste Generation kann nach Vertragsablauf neu entscheiden, was sie mit den Grundstücken machen möchte. Das ist eine sehr gut etablierte Variante. Wir gehen aber gern auch einmal neue Wege.

Zum Beispiel?

Ein gutes Beispiel ist vielleicht der Industrie- und Bürokomplex am Beeskowdamm im Bezirk Steglitz-Zehlendorf. Das Land Berlin hat dort selbst investiert und vermietet nun zu vernünftigen Preisen, die eine Refinanzierung möglich machen, aber ohne dabei auf hohe Renditen zu schielen. Im Bereich Kultur ist dieses Modell in der Hardenbergstraße für das Fotografie-Ausstellungshaus C/O Berlin gewählt worden. Das Land vergibt dann einen langfristigen Mietvertrag. Ein Berliner Leuchtturm wie die C/O Berlin hat mit einem öffentlichen Vermieter deutlich mehr Sicherheiten.

Zu Ihren Aufgaben gehört auch, Flächen für Flüchtlingsunterkünfte bereitzustellen. Wie schwierig ist das?

Wir stehen immer noch extrem unter Dampf, was die Schaffung von Gemeinschaftsunterkünften anbelangt. Zunächst ging es ja nur darum, den Menschen ein Dach über dem Kopf zu geben. Jetzt wollen wir die Unterkünfte qualitativ anheben. Wir machen das unter anderem auch in Zusammenarbeit mit den landeseigenen Wohnungsbaugesellschaften.



Sven Lemiss will dafür sorgen, dass Berlin im Immobiliensektor handlungsfähig bleibt

FOTO: CHRISTIAN KIELMANN

In diesen Fällen stellen wir Flächen zur Verfügung, die Wohnungsgesellschaften bauen modulare Unterkünfte, die man später auch in normalen Wohnraum umbauen kann.

Welche Rolle spielt die Energieeffizienz für Sie bei den vielen Gebäuden, die sie mit der BIM verwalten?

Das spielt bei uns eine ganz wesentliche Rolle. Wir verwalten immerhin eine genutzte Gebäudefläche von fünf Millionen Quadratmetern. Dafür gilt es Klimaschutzvereinbarungen einzuhalten. Nach

der alten mussten wir die CO₂-Emissionen von 2007 bis 2015 um 21 Prozent verringern. Das haben wir erfüllt, wenngleich es eine echte Herausforderung war. Die neue Klimaschutzvereinbarung orientiert sich an den Zielen des Energiewende-Gesetzes. In den kommenden zehn Jahren müssen wir den CO₂-Ausstoß noch einmal um 30.000 Tonnen CO₂ reduzieren.

Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?

Das wird nicht einfach. Die Maßnahmen, die schnelle Erfolge bringen, sind schon

umgesetzt. Tendenziell erreichen wir mehr mit Investitionen in die Technik. Bei der Installation neuer Wärmeerzeuger, Wärmeverteiler oder Regelungssysteme investieren wir 1.000 bis 5.000 Euro für eine eingesparte Tonne CO₂. Wenn ich ans Dach, an die Fassade oder die Fenster gehe, zahle ich 10.000 bis 25.000 Euro pro eingesparter Tonne CO₂. Wir haben zudem die Berliner Energiemanagement GmbH gegründet, mit der wir weitere Contracting-Lösungen umsetzen wollen. ■

Die Unternehmensnachfolge scheint zu den Themen zu gehören, worüber der eine oder andere nicht nachdenken, geschweige denn sprechen möchte. Das scheint bei den Betroffenen genauso ausgeprägt wie bei den potenziellen Übernehmern. Dabei ist eine erfolgreiche Nachfolgeregelung nicht nur gesellschaftlich wichtig, sondern kann auch eine interessante

unternehmerische Perspektive für den neuen Chef an Bord bieten. Mangels amtlicher Statistik über das Nachfolgegeschehen hat das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn mittels eines Schätzverfahrens den Bedarf analysiert. Demnach stehen in Berlin jährlich rund 1.100 Unternehmen mit insgesamt gut 12.000 Mitarbeitern vor der Herausforderung, ihre Nachfolge zu regeln. Gemessen an dem jeweiligen Anteil an der Gesamtwirtschaft geht man davon aus, dass das produzierende Gewerbe und der Handel am stärksten betroffen sind. Die meisten Übergaben finden in einer Größenklasse von 0,5 bis 1 Mio. Euro Jahresumsatz statt. Unternehmen mit weniger als 100.000 Euro Jahresumsatz gelten dagegen als nicht übernahmewürdig.

Unternehmer, die auf das Ruhestandsalter zusteuern, sehen sich häufiger als früher damit konfrontiert, dass mögliche familiäre Nachfolger das Unternehmen nicht fortführen möchten. Zu diesem Ergebnis kommt der Nachfolgereport 2016 des DIHK. Hier wurde auch ermittelt, dass 44 Prozent der Alt-Inhaber einen marktseitig zu hohen Preis für ihr Unternehmen einfordern. Dies scheint aus Sicht des

MITTELSTANDSKOLUMNE

Nachfolge – betrifft mich das?

Nicht immer klappt die Übergabe innerhalb der Familie – der Ausstieg aus dem Betrieb sollte fünf Jahre vorher geplant werden

Unternehmers mit Blick auf sein Lebenswerk durchaus nachvollziehbar. Der Nachfolger in spe hat jedoch gewöhnlich einen etwas nüchteren Blick auf das Marktpotenzial und berücksichtigt den oft vorhandenen wertmindernden Investitionsstau. Auch diese Sichtweise ist klar: Übersteigen die zu erwartenden Gewinne nicht die Einkünfte aus einer vergleichbaren abhängigen Be-

schäftigung plus einer alternativen Kapitalanlage für den Kaufpreis, ist die Übernahme schlicht nicht attraktiv.

Betroffene Unternehmer sollten nicht zu lange warten, denn neben dem emotionalen Prozess des Loslassens ist der steuerliche und rechtliche Part des Unternehmensverkaufs komplex. Die IHKs stellen vielfältiges Informationsmaterial und Serviceangebote zur Verfügung und empfehlen eine intensive Nachfolgeplanung ab etwa fünf Jahre vor dem avisierten Ausstieg, auch gibt es mit dem next-day am 28. März eine Veranstaltung zum Thema (s. S. 26).

Das Kompetenzteam Mittelstand wird das Thema weiter verfolgen sowie den Austausch mit den Unternehmern dazu suchen. Wer sich mit einbringen möchte, ist herzlich eingeladen: www.ihk-berlin.de/kompetenzteam



SEBASTIAN STIETZEL

Vorsitzender des Kompetenzteams Mittelstand der IHK Berlin und Managing Partner der Marktflagge GmbH Management & Investments

Augenzwinkernde Diva

Dagmar Manzel gilt als eine der vielseitigsten deutschen Schauspielerinnen – jetzt wurde sie von der IHK Berlin und Progress mit dem Filmpreis „Paula“ ausgezeichnet » **Von Tim Brandt**

Ich bin etwas beschämt“, so die Preisträgerin zu den rund 350 geladenen Gästen am Anfang ihrer Dankesrede. „Die Manzel“, wie sie von vielen genannt wird, hält die vielen rühmenden Worte der Vorredner fast für zu viel der Ehre. Dabei müsste die in Ost-Berlin geborene und überaus beliebte Schauspielerin Lob gewohnt sein:

Sie ist Grimme-Preisträgerin, wurde mit dem Deutschen und Bayerischen Fernseh- sowie dem Deutschen Filmpreis ausgezeichnet und 2016 von der Deutschen Akademie für Fernsehen zur besten Schauspielerin gewählt. Und jetzt also auch noch die Paula!

Der Preis steht symbolisch für den Teil des deutschen Filmerbes, der sei-

ne Wurzeln bei der Defa hat. Er wird jedes Jahr feierlich von der IHK und dem Progress Filmverleih im Ludwig Erhard Haus an Filmschaffende vergeben, die ihre Karriere bei der Defa begonnen und sich um den gesamtdeutschen Film verdient gemacht haben. Vor Dagmar Manzel wurden Katrin Sass, Katharina Thalbach, Henry Hübchen, Michael Gwisdek, Corinna Harfouch, Rolf Hoppe und Manfred Krug geehrt. „Alle unsere bisherigen Preisträger haben im Tatort gespielt, tragen also das Tatort-Gen in sich“, bemerkte Jan Eder, Hauptgeschäftsführer der IHK Berlin, in seiner Begrüßungsrede – um gleichzeitig auf Manzels wahrscheinlich bekannteste Rolle, Paula Ringelhahn, zu verweisen: „Allerdings hat es acht Jahre gedauert, bis wir eine aktuelle Tatortkommissarin als Preisträgerin haben – und deren Rolle auch noch Namensvetter unseres Preises ist.“

Kultursenator Klaus Lederer verwies in seiner Rede auf den kulturhistorischen Wert des Defa-Filmerbes: „Zum Fundus des Progress-Filmverleihs zählen 12.000 Filme aus 90 Jahren Filmgeschichte. Sie vermitteln Geschichte und sind selber Geschichte, die von Generation zu Generation weitergegeben werden muss.“ Aus diesem Grund, so Lederer, beteilige sich Berlin auch in der Bund-Länder-Initiative am Erhalt und der Digitalisierung des deutschen Filmerbes.

Dr. Ralf Schenk, Vorstand der Defa-Stiftung, verwies in seinem Grußwort stolz auf die Schätze des Archivs, zu denen die Frühwerke vieler großer Stars gehören: „Ja, die Defa hatte sie fast alle, bis hin zu Hildegard Knef, Simone Signoret, Lilli Palmer, Ruth-Maria Kubitschek und natürlich Dagmar Manzel.“ Aber Schenk gestand auch, dass er zurzeit noch lieber in die Komische Oper gehe als ins Kino.



Glückliche Preisträgerin: Dagmar Manzel, begrüßt von IHK-Hauptgeschäftsführer Jan Eder (r.) und gewürdigt von Knut Elstermann



FOTOS: CHRISTIAN KRUPPA

Dort gebe es den Glücksfall, dass sich zwei Menschen gefunden haben, die das schönste Theater zu Stande bringen, das in Berlin zu bewundern ist: „Die Perlen der Cleopatra“ von Barrie Kosky und seiner Muse, der Manzel. „Das ist die pure Lust am Spielen, am frechen Wort, am frivolen Witz, die Clownerie zur Perfektion getrieben“, so Schenk. „Es ist der komplette Gegenentwurf zu allem Spießigen, Knöchigen und Verklemmten, das uns die neuen Populisten, die in Wirklichkeit ja uralte sind, als Lebensentwurf aufdrücken wollen.“

12.000

Filme aus 90 Jahren gehören zum Fundus des Progress-Filmverleihs. Auf diesen kulturhistorischen Schatz verwies Kultursenator Klaus Lederer in seiner Rede

Auch Laudator Knut Elstermann, bekannter deutscher Filmkritiker und Koautor von Dagmar Manzels gerade erschienener Autobiografie „Menschenskinder“, bezeichnet Manzels Singen und Spielen „als Widerstand gegen die unverschämten Verharmloser und Relativierer, die in diesen Tagen so frech ihre Häupter erheben“. So folge Dagmar Manzel immer einem hohen künstlerischen Ideal und einem untrüglichen inneren Maßstab für Wahrhaftigkeit. Darüber hinaus zeichne es die Preisträgerin besonders aus, dass sie es gerade nach bitteren und schmerzlichen Erfahrungen glänzend versteht, wie menschlich und tröstlich die Kunst sein muss, damit sie die Zuschauer erreichen soll: „Sie ist eine der bedeutendsten Charakterdarstellerinnen unserer Zeit und gleichzeitig eine der größten Komödiantinnen. Eine bodenständige und augenzwinkernde Diva!“ ■

FOTO: LEA RÜDRICH/IHK BERLIN

WELL-KAMMER

IHK heißt neue Mitglieder willkommen

Dreimal im Jahr lädt die IHK Berlin neue Mitgliedsunternehmen zur Well-Kammer-Veranstaltung ins Ludwig Erhard Haus ein. Am 16. Februar begrüßten Jörg Nolte, Geschäftsführer Kommunikation und Marketing, sowie Maik Leonhardt, Bereichsleiter Mitgliederkommunikation, knapp 100 Neumitglieder.

Diese konnten sich über Services der IHK Berlin informieren und vor allem mit IHK-Experten austauschen. Für Fachfragen von A wie Ausbildung bis Z wie Zollbestimmungen waren Ansprechpartner aus allen Geschäftsfeldern der IHK vor Ort. Die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und sich mit anderen Neugründern zu vernetzen, wurde auch dieses Mal regen genutzt. Mit Blick auf die Vollversammlungswahl im Mai wurden die neuen Mitglieder auch über die Möglichkeiten informiert, Kandidaten ihrer Branche in das „Unternehmerparlament“ zu wählen.

Fester Bestandteil der Well-Kammer ist die kurze Vorstellung eines der neuen Mitgliedsunternehmen. Benjamin Thies und Lukas Friedemann gründeten ih-

re Firma „Philosoffee“ vergangenes Jahr. „Philosoffee“ steht für „Liebe zum Kaffee“, und zwar zu eiskalt gebrautem Kaffee, der in recycling-gerechten Glasflaschen verkauft wird. Dabei verwendet das Unternehmen nachhaltige Kaffees und unterstützt die Kaffeebauern vor Ort. Transparenz innerhalb der Lieferkette rundet das Konzept ab.

Die Well-Kammer-Veranstaltung steht allen Mitgliedern offen, auch wenn die Gründung schon etwas zurückliegt. Der nächste Termin ist der 1. Juni. < REIS



Well-Kammer: Neumitglieder beim Netzwerken

BETEILIGUNGSKAPITAL

Wachstum in Start-ups finanzieren

Start-ups gehören nicht zu den klassischen Bankkunden. Ihre Gründung und vor allem das angestrebte schnelle Wachstum verlangen nach alternativen Finanzierungsformen, zu denen unternehmerischer Mut gehört. Als bundesweit führende Start-up-Hauptstadt erweist sich Berlin als gutes Pflaster sowohl für junge Gründer als auch für Investoren, die bereit sind, innovativen Ideen eine Chance zu geben. Die Sache mit dem Beteiligungskapital will allerdings von beiden Seiten gut durchdacht sein. Die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten werden von unterschiedlichen steuerli-

chen Konsequenzen begleitet. Außerdem spielt der Grad der Mitbestimmung und der Haftung, die mit dem Engagement erworben werden, eine wesentliche Rolle. Die Entscheidungen darüber müssen im vertraglichen Vorfeld getroffen werden, da sie in der Regel später nicht mehr oder nur mit erheblichen Verlusten korrigiert werden können. Der neue Leitfaden der IHK Berlin „Wachstum in Start-ups finanzieren“ erläutert detailliert die steuerlichen Konsequenzen und gibt Tipps für eine beidseitig erfolgreiche geschäftliche Verbindung. Weitere Infos: www.ihk-berlin.de/beteiligungskapital < SCHG

Pioniere, Praktiker, Querdenker gesucht

Wettbewerb „KlimaSchutzPartner des Jahres 2017“: Bis zum 31. März können Unternehmen, Privatpersonen und öffentliche Einrichtungen ihre Projekte einreichen

Auch in diesem Jahr werden Pioniere, Praktiker und Querdenker gesucht, die innovativen Klimaschutz in Berlin planen oder umgesetzt haben. Unternehmen, Privatpersonen und öffentliche Einrichtungen können sich bis 31. März für die begehrte Auszeichnung „KlimaSchutzPartner des Jahres 2017“ bewerben.

Die „KlimaSchutzPartner Berlin“ – ein Zusammenschluss von Berliner Kammern und Verbänden – prämiert die besten Projekte bereits zum 16. Mal. Die Sieger werden am 3. Mai im Rahmen der Berliner Energietage gekürt.

Alle eingereichten Projekte werden in einer Datenbank veröffentlicht und sollen zum Nachahmen anregen. Der diesjährige Wettbewerb wird mit freundlicher Unterstützung der Vattenfall Europe Wärme AG durchgeführt.

Im vergangenen Jahr konnte die Geo-En Energy Technologies GmbH den Preis für das beste erfolgreich realisierte Projekt entgegennehmen. Die „GeoHybrid-Anlage“ in Pankow zeichnet sich durch eine intelligente Kombination aus Solarthermie, Erdwärme und einem Blockheizkraftwerk aus. Der zweite Preis ging für die Planung

des nachhaltigen Wohnquartiers Bautzener Straße an die Dr. Wolfgang Schroeder Immobilien GmbH & Co. KG. Das Public-Private-Partnership des Bezirksamts Tempelhof-Schöneberg, der PASM GmbH und Telekom Innovation Laboratories erhielt für ihr Blockheizkraftwerk auf der Telekom-Liegenschaft, das einen Teil der Wärme der benachbarten Grundschule zur Verfügung stellt, den Anerkennungspreis für Projekte öffentlicher Einrichtungen. Der Sonderpreis ging an ein Projekt der GeWoSüd für die Sanierung der unter Denkmalschutz stehenden Lindenhof-Siedlung. < **HERR**

WEITERE INFORMATIONEN

Im Service Center erhalten Sie Auskünfte zu diesem Thema (www.ihk-berlin.de/tadm) sowie Informationen zu allen weiteren Dienstleistungen der IHK Berlin. Unser Team steht Ihnen persönlich oder telefonisch unter 030 / 315 10-0 montags bis donnerstags von 8 bis 17 Uhr sowie freitags von 8 bis 16 Uhr zur Verfügung.

NEXXT-DAY 2017

Nachfolgeregelung rechtzeitig treffen

Unternehmerisches Handeln bedeutet nachhaltiges Handeln und dazu gehört auch, das eigene Unternehmen für die nächste Generation vorzubereiten. Da dies nicht so einfach ist, wie es klingt und ein Generationswechsel von der Planung bis zur Durchführung durchschnittlich fünf Jahre dauert, lädt die IHK Berlin am 28. März zum nexxt-day ein.

Während der Veranstaltung können sich Unternehmer über die Aspekte einer Unternehmensübergabe aus erster Hand informieren. Die Fachreferenten berichten über das neue Erbschaftsteuergesetz und seine Auswirkungen, zeigen einen Nachfolgefahrrplan auf und diskutieren über die Finanzierungsalternativen beim Unternehmenskauf. Im Anschluss gibt es die Möglichkeit, sich zu stärken und an den Ständen der Kooperationspartner und Aussteller auszutauschen. Für Unternehmer, die ihren Betrieb auf die nächste Generation vorbereiten wollen, bietet die Veranstaltung komprimierte Informationen zum Thema. Mehr Infos: www.ihk-berlin.de/nexxt-day < **PINTZ**

VOLLVERSAMMLUNG

Termin im März

Nach der Geschäftsordnung der Vollversammlung der IHK Berlin § 1 Absatz 3 werden die Termine für die IHK-Vollversammlung vorab veröffentlicht. Die nächste Sitzung findet am 13. März 2017 (Mo., 16 bis 19 Uhr) im Ludwig Erhard Haus statt. Die IHK weist darauf hin, dass die Vollversammlungssitzungen „mitglieder-öffentlich“ sind. Mitglieder der IHK Berlin können sich unter der E-Mail patricia.ackermann@berlin.ihk.de als Gäste anmelden. Eine Teilnahme ist nur möglich, sofern es die räumlichen Gegebenheiten erlauben. < **BW**



Klimaschutz für ein grünes Berlin

Gelbe Seiten



Wer durch das Buch von Gelbe Seiten blättert, erhält neben dem, was er sucht, viele Tausend Erfolgsgeschichten von Unternehmen in Berlin. Diese sind erzählenswert und der Beweis dafür, dass ein Inserat in Gelbe Seiten das eigene Angebot bekannter und das eigene Unternehmen erfolgreicher macht. Mit der Aktion Erfolgsgeschichten von Gelbe Seiten machen

wir uns jedes Jahr auf die Suche nach diesen Erfolgsgeschichten und küren jeweils drei Gewinner, die mit ihrem Unternehmen und einem Inserat in Gelbe Seiten gut im Geschäft sind. Das sind die beeindruckenden Geschichten unserer Gewinner aus 2016, die mit viel Mut und Leidenschaft erfolgreich in der Berliner Unternehmenslandschaft vertreten sind.



Das Erfolgsduo: Gundula Mohr und Jennifer Mohr



Inhaber von KULA-HOLZ: Pascal Holz



Dekorateurin aus Leidenschaft: Heike Belgert

NASSE SOCKEN. WOHNUNG TROCKEN.

Gundula und Jennifer Mohr sind so etwas wie die Pioniere des Branchenzweigs Trocknungstechnik. Was in den 80er Jahren noch völliges Neuland war, ist heute nicht wegzudenken: Für Wasserschäden jeglicher Art bieten die Mohrs ihren Kunden optimalen Service und innovative Lösungen an. Der rund um die Uhr erreichbare Notdienst ist dabei genauso wichtig wie die Förderung von Innovationen. Heute führt Jennifer Mohr das Erfolgsunternehmen in zweiter Generation. Investitionen in Werbung sind für sie ein Muss, da der Konkurrenzkampf größer wird. Trotzdem blickt Mohr optimistisch in die Zukunft. Das hat zwei Gründe. Erstens ist Mohr Trocknungstechnik insgesamt bestens aufgestellt, und zweitens: „Wasserschäden wird es immer geben.“

HOLZ ANGESCHAUT. MÖBEL GEBAUT.

Holz steckt bei Pascal Holz nicht nur im Nachnamen, denn er führt das erfolgreiche Unternehmen KULA-HOLZ, bei dem sich wirklich alles um Holz dreht. Für ihn stand bereits früh fest, dass er irgendwann in die Fußstapfen des Vaters treten wird. „Jedes Stück, das hier liegt, habe ich selber im Wald eingekauft“, erklärt der erfolgreiche Unternehmer. Auch die Holzbranche ist Trends unterworfen. Derzeit zielt alles auf Nachhaltigkeit. Nicht verwunderlich ist somit, dass immer mehr Architekten und Bauherren auf Holz setzen und die Produkte von Holz nachfragen. Aber auch Möbelhersteller gehören zu seinen Stammkunden und bringen immer öfter auch ihre Endkunden mit zu KULA-HOLZ, um sich das Holz direkt vor Ort auszusuchen.

FENSTER GESCHMÜCKT. KUNDEN ENTZÜCKT.

Möchte man sein Ladengeschäft optimal präsentieren, dann ist man bei Heike Belgert, der Inhaberin des Werbeateliers Art Window, genau richtig. Belgert hat sich mitten in Berlin ein festes Standbein aufgebaut. Neben der Schaufenstergestaltung setzt sie Messestände, Firmenevents oder Familienfeiern um und verspricht, dabei „originell, wagemutig und anders“ zu sein. Das ist der Grund, warum viele ihrer Kunden dem Unternehmen seit der Gründung treu geblieben sind. Obwohl immer mehr im Internet eingekauft wird, birgt das Dekorieren von Schaufenstern noch großes Potenzial. Je weniger Läden auf hochwertige Dekoration setzen, desto mehr stechen die maßgeschneidert gestalteten Schaufenster von Belgert heraus.

Lesen Sie die kompletten Erfolgsgeschichten unserer Gewinner auf www.erfolgsgeschichten.berlin

 **BFB** Ihr Gelbe Seiten Verlag

Alle Industriegebiete brauchen das Interesse der Politik

Der Masterplan ist eindeutig: Die Industriestadt Berlin soll gestärkt werden – fehlt nur noch die Umsetzung

Eine dynamische Start-up-Szene, innovative Dienstleister und eine wettbewerbsfähige Industrie bilden die wirtschaftlichen Säulen Berlins. Die Industrie wird zu Teilen in Branchen-Clustern und in eine kleine Zahl von „Zukunftsorten“ eingeordnet. Berlin besteht aber aus vielen bedeutenden Industriestandorten, die nicht alle die Aufmerksamkeit der Politik gefunden haben. An einigen dieser Standorte haben die Unternehmen sich in Netzwerken organisiert, um eine Perspektive für ihren Standort zu entwickeln. Lokale Vernetzung schafft neue Geschäftsmöglichkeiten, verbessert über den Know-how-Austausch die Wettbewerbsfähigkeit und sorgt für positive Impulse. Was das einzelne Unternehmen nicht schafft, kann gemeinsam gelingen.

Eine Stärke der Netzwerke: Hier arbeiten Menschen verschiedenster Fachrichtungen, hier werden neue Jobs geschaffen. Möchte man die sinkende Arbeitslosenquote fortschreiben, ist es wichtig, auch für die traditionellen Gewerbegebiete die Entwicklungschancen verstärkt zu prüfen.

Die Netzwerke selbst stoßen aber spätestens bei Fragen der Infrastruktur an ihre Grenzen. „Das Bewusstsein für die spezifischen Standortanforderungen von Industrieunternehmen soll alle Ebenen von Politik und Verwaltung leiten“ hieß es im Masterplan Industrie von 2010. Weiter: „Wirtschaft, Gewerkschaften und Politik richten ihren Fokus gezielt auf die Weiterentwicklung der Industriestadt Berlin“. Ich wünsche mir, dass sich die Politik an ihre Versprechen erinnert. Im Sinne einer zukunftsgerichteten Entwicklung der Industrie halte ich es für geboten, den Industriegebieten ein transparentes Branchenprofil zu geben und Infrastrukturmaßnahmen zu diskutieren. Eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Start-ups und traditionellen Unternehmen kann für weitere Belebung sorgen. Das wäre ein sichtbares Zeichen für „mehr Industrie“ in Berlin.



URLICH MISGELD
Vorsitzender
des Unternehmens-
netzwerks
Motzener Straße



WEITERE INFORMATIONEN

Unternehmer im IHK-Ehrenamt melden sich hier aus ihrem jeweiligen Bezirk regelmäßig zu Wort

WIRTSCHAFTSJUNIOREN

Aus der Praxis in die Praxis

Im Rahmen des Projekts „WJB macht Schule“ besuchen die Berliner Wirtschaftsjunioren regelmäßig den Sprachkurs für Flüchtlinge der Berlitz Sprachschule Berlin Mitte. Ziel ist es, die Integration von jungen Flüchtlingen zu fördern. „Nur wer die deutsche Sprache, Kultur und Arbeitswelt versteht, kann aktiv am Alltagsleben teilnehmen.“, bringen die Projektleiter Christopher Schulze, Simon Resch und Marcel Kohlbecher die Ziele des Projekts auf den Punkt.

Mit ihrer Erfahrung als Unternehmer unterstützen die Wirtschaftsjunioren die Flüchtlinge bei der beruflichen Orientierung und beim Bewerbungsscheck. Vor allem die Integration durch Arbeit steht dabei, unter anderem durch die Vermittlung von Praktikumsplätzen, im Fokus – aus der Praxis in die Praxis.

Die Idee zur Zusammenarbeit entstand bei einer Ausbildungsorientierungsbörse für junge Flüchtlinge in der Konrad Adenauer Stiftung. Mit dabei waren neben den Wirtschaftsjunioren und der IHK Berlin auch die HWK sowie verschiedene Studienberater. Die gesellschaftliche Verantwortung im Bereich Bildung und Integration ist bei den Wirtschaftsjunioren fest verankert, in diesem Sinne sind weitere Projekte zur Integration von Geflüchteten in Planung. < FFR



Vermittlung von Praktika: Christopher Schulze (r.) mit Projektteilnehmer Beshar Albalkhi

VOLLVERSAMMLUNGSWAHL 2017

200 Bewerber für Kandidatur

Am 20. Februar endete die Bewerbungsfrist für die Kandidatur zur kommenden Vollversammlungswahl. Insgesamt wollen rund 200 Unternehmer für die 99 Sitze in der kommenden Vollversammlung kandidieren. Mit durchschnittlich zwei Kandidaten pro Sitz haben die 290.000 Mitglieder der IHK eine gute Wahlmöglichkeit, die Vertreter ihrer Branche zu ermitteln.

Die Bewerber unterteilen sich in 14 branchenbezogene Wahlgruppen, die überwiegend in Unterwahlgruppen mit festen Sitzen aus drei Clustern untergliedert sind. Damit ist gewährleistet, dass beispielsweise aus der Gesundheitswirtschaft ein Mix aus Dienstleistern (z.B. Krankenhäuser), Händlern (z.B. Apotheken) und Industrieunternehmern (z.B.

Arzneimittelhersteller) an der Ermittlung des Brancheninteresses mitwirken können. So kann in der Vollversammlung das Gesamtinteresse der Berliner Wirtschaft auch ohne ergänzende Kooptationen zuverlässig ermittelt werden.

Nach Abschluss der formalen Prüfung der Bewerbungen durch den Wahlausschuss werden alle Kandidaten informiert und können mit dem Wahlkampf in ihren Wahlgruppen beginnen. Die IHK Berlin unterstützt sie dabei, indem

Kommunikationsinstrumente wie Wahl-Visitenkarten und E-Mail-Signaturen zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus informiert die Berliner Wirtschaft über alle Kandidaten in einer Sonderbeilage zur Wahl im Mai-Heft. < NOL



IMMOBILIARDARLEHENSVERMITTLER

Alternative zur Sachkundeprüfung

Derzeit melden sich bei der IHK Berlin viele Immobiliendarlehensvermittler, die noch vor Ende der Übergangsfrist am 21. März dieses Jahres (wie in der BW-Ausgabe 02/2017 berichtet) eine Sachkundeprüfung für Immobiliendarlehensvermittler ablegen und eine Erlaubnis nach § 34 i GewO beantragen wollen. Doch für manchen lohnt es sich zu überprüfen, ob er die Voraussetzungen für die Erlaubnis nicht vielleicht anderweitig erfüllen kann, denn es gibt andere Berufsqualifikationen, die den Sachkundeprüfungen gemäß § 4 ImmVermV gleichgestellt sind, das gilt zum Beispiel für die Immobilienkaufleute.

Anerkannt werden auch die Vorläufer und Nachfolger der Berufsabschlüsse, in diesem Fall als Vorgängerabschluss

der Kaufmann für Grundstücks- und Wohnungswirtschaft. Auch der Versicherungskaufmann, der bis August 2006 abgelegt werden konnte, berechtigt als Vorgängerabschluss für die Kaufleute für Versicherungen und Finanzen (Fachrichtung Finanzberatung) zur Erlaubnis § 34 i GewO.

Bei einem erfolgreichen Abschluss eines mathematischen, wirtschafts- oder rechtswissenschaftlichen Studiums wird der Nachweis von mindestens drei Jahren Berufserfahrung gefordert. Es muss eine kontinuierliche Vermittlung nachgewiesen werden. Die Anerkennung der Berufserfahrung ist in jedem Fall immer eine Einzelfallentscheidung und wird von der zuständigen Erlaubnisbehörde vorgenommen. < KOEL






Von der Vision zum Projekt.

2800
Referenzen
im Industrie- und Gewerbebau



BARTRAM 
BAU-SYSTEM

Das individuelle Bau-System

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

Wir beraten Sie gern persönlich.

Dipl.-Ing. Fr. Bartram GmbH & Co. KG
Ziegeleistraße · 24594 Hohenwestedt

Tel. +49 (0) 4871 778-0

Fax +49 (0) 4871 778-105

info@bartram-bausystem.de



MITGLIED GÜTEGEMEINSCHAFT BETON

BERLINER WIRTSCHAFT

- das reichweitenstarke
Wirtschaftsmagazin für Berlin.

Der schnelle Weg zu Ihrer Anzeige:

Telefon: 030 / 25 91 73 337

E-Mail: annette.kaufmann@axelspringer.de

Der direkte Draht:

www.ihk-berlin.de

**Jetzt
buchen!**

Arbeitsschutz mit Methode

Der GDA-Organisations-Check ist ein Instrument zur Selbstbewertung der Arbeitsschutzorganisation und der Gefährdungsbeurteilung durch die Unternehmen direkt. Er soll kleinen Betrieben dabei helfen, den Arbeitsschutz systematisch zu organisieren und vom störungsfreien Betriebsablauf zu profitieren. Der Check wurde im Rahmen des GDA-Arbeitsprogramms „Verbesserung der Organisation des betrieblichen Arbeitsschutzes“ gemeinsam von den Aufsichtsbehörden der Bundesländer, den Präventionsdiensten der Unfallversicherung, Vertretern des Bundes und Vertretern der Arbeitgeber sowie der Gewerkschaften entwickelt.

GDA steht für „Gemeinsame Deutsche Arbeitsschutzstrategie“ und ist eine Initiative von Bund, Ländern und Unfallversicherungsträgern. Ziel ist es, das Arbeitsschutzsystem in Deutschland zu modernisieren und Anreize für Betriebe zu schaffen, die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten zu stärken. Es gibt verschiedene Handlungsfelder, die in einem festgelegten Zeitrahmen bis 2018 angepackt werden, so zum Beispiel unter dem Titel „Orga“ die grundsätzliche Verbesserung der Organisation des betrieblichen Arbeitsschutzes.

Unter „Orga“ werden Informationen wie Motivations- oder Beratungsmaßnahmen angeboten. Ein Herzstück ist der „GDA-Organisations-Check“, ein Unternehmens-Check zur Selbstbewertung der Organisation des betrieblichen Arbeitsschutzes. Ihn gibt es im Internet als Broschüre, als Online-Tool und auch als App. < NAD



WEITERE INFORMATIONEN
Den kostenfreien GDA-Organisations-Check gibt es unter:
www.gda-orga-check.de

Prüfer garantieren Praxisnähe

Rund 200 ehrenamtliche Prüferinnen und Prüfer führen derzeit die 7500 verschiedenen Sach- und Fachkundeprüfungen jährlich bei der IHK Berlin durch und garantieren durch ihre Tätigkeit praxisnahe Prüfungen. Für die Sachkundeprüfung Immobiliendarlehensvermittlung (IDV) und Finanzanlagenvermittlung (FAV) sowie Versicherungsvermittlung (VVM) wird derzeit der Prüferpool aufgebaut beziehungsweise erweitert, und die IHK sucht aktuell Interessenten dafür.

Von dem ehrenamtlichen Engagement profitieren alle Seiten. Die Mitglieder des Ehrenamtes können so die Qualitätsstandards ihrer Branche mitgestalten. Auch fördert der Erfahrungsaustausch die Qualifizierung des eigenen Nachwuchses. Daraus resultieren die Stärkung der regionalen Wirtschaft und die Präsenz der Firma durch die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung. Die IHK

kann mit dem Ehrenamt Praxisnähe und kompetente Prüfungen direkt aus dem Berufsalltag gewährleisten. Für die Prüflinge sind das Feedback und die Erfahrungen der Prüfer wertvoll.

Die Prüfungstätigkeit umfasst bei den Sach- und Fachkundeprüfungen in der Finanz- und Versicherungsbranche die Durchführung der praktischen Prüfung durch die Simulation eines Kundengesprächs und die Betreuung der schriftlichen PC-Prüfungen. Die schriftlichen Prüfungsfragen können beim Aufgaben-Auswahl-Ausschuss des DIHK betriebsnah erstellt werden. In der Regel übernehmen die Ehrenamtlichen drei bis vier Prüfungen pro Jahr. < ABAZ



WEITERE INFORMATIONEN
Zuständig bei der IHK ist der Bereich Berufszugang; www.ihk-berlin.de/ehrenamt-pruefer

Wie man Fehler vermeidet

Seit zehn Jahren besteht die Erlaubnis- und Registrierungspflicht für Versicherungsvermittler/-berater mit Erlaubnis § 34 d Abs.1/ § 34 e GewO. Die IHK Berlin ist die Stelle, die das Erlaubnis- und Registrierungsverfahren durchführt.

Die Praxis zeigt, dass insbesondere bei einem Wechsel der Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (Berufshaftpflichtversicherung) sowie bei der Gewerbeaufgabe häufig Fehler gemacht werden, die die Erlaubnis gefährden. Möchte ein Erlaubnisinhaber seine Versicherung wechseln, muss er dies der IHK rechtzeitig mitteilen und durch eine Versicherungsbestätigung nachweisen. Diese wird gewöhnlich zusammen mit der neuen Police verschickt. Die IHK Berlin erhebt für die nachträgliche Überprüfung

der Erlaubnisvoraussetzungen eine Gebühr, sobald die Versicherung abgelaufen ist und keine rechtzeitige Mitteilung seitens des Erlaubnisinhabers erfolgte.

Die IHKs erhalten von den Versicherern eine Ablaufmeldung, wenn die Versicherung beendet wurde und kein Versicherungsschutz mehr besteht. Die neuen Versicherer leiten aber in der Regel den IHKs nicht die neuen Versicherungsbestätigungen weiter. Dies müssen die Erlaubnisinhaber selbst tun.

Bei einer Gewerbeaufgabe erlischt die Erlaubnis nicht automatisch. Deshalb muss gegenüber der IHK der Verzicht auf die Erlaubnis erklärt werden. Die IHK bestätigt den Verzicht schriftlich. Damit kann eine noch bestehende Berufshaftpflichtversicherung gekündigt werden. < KOEL



Für einen Nachhaltigkeitsbericht müssen die nicht finanziellen Aspekte systematisiert werden

Wer Gutes tut, muss es auch sagen

Große Unternehmen sind laut EU-Beschluss seit Anfang des Jahres verpflichtet, sogenannte Nachhaltigkeitsberichte zu erstellen – KMU können mit betroffen sein » **Von Daniel Hönow**

Transparentere Nachhaltigkeitsberichterstattung ist das Ziel eines EU-Beschlusses aus dem Jahr 2014. Große Unternehmen sollen Auskünfte zu den Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit erteilen. Auch kleine und mittlere Unternehmen sind betroffen, sofern sie Geschäftsbeziehungen zu Großunternehmen unterhalten. Berichtsstandards sollen bei der Umsetzung helfen.

Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. Euro beziehungsweise Umsatzerlösen von mehr als 40 Mio. Euro müssen seit Januar 2017 über die nicht

DNK in Kürze

INFO

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex gilt als bewährter Standard

- ist kostenfrei und einfach anwendbar
- legt den Fokus auf das Wesentliche und reduziert Komplexität
- ist für Unternehmen jeder Größe, besonders aber für KMU geeignet
- macht Nachhaltigkeitsleistungen sichtbar und vergleichbar
- verfügt über ein effizientes Schulungs- und Beratungskonzept
- dient als Grundlage für systematisches Nachhaltigkeitsmanagement
- erfüllt die EU-Berichtspflicht.

finanziellen Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit Auskunft geben. Das können sie in sogenannten C(S)R- oder Nachhaltigkeitsberichten tun. Beschrieben werden darin Umweltaspekte, soziale und Arbeitnehmerbelange sowie die Aktivitäten bei Themen wie Diversität oder Bekämpfung von Korruption.

Der Mittelstand ist von der Berichtspflicht indirekt betroffen. Wenn große Unternehmen ihre Wertschöpfungskette beschreiben, fordern sie zukünftig von ihren Zulieferern Informationen zu deren Nachhaltigkeitsleistungen. Auch Kunden und Verbraucher wollen wissen, ob Produkte oder Dienstleistungen nachhaltig hergestellt werden und ob bei der Produktion ethische Grundsätze eingehalten werden.

Immer mehr Unternehmen berichten proaktiv über ihre Nachhaltigkeitsleistungen. Doch Firmen, die sich bisher noch nicht mit den Anforderungen auseinandergesetzt haben, stehen häufig vor der Frage, wie sie das umsetzen sollen. Hilfreich sind Berichtsstandards. Sie ermöglichen eine systematische Dokumentation und eignen sich als Einstieg in ein Nachhaltigkeitsmanagement.

Einer dieser Standards ist der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK), der im Auftrag der Bundesregierung konzipiert wurde. Anwender des DNK erstellen sogenannte „Entsprechenserklärungen“. Darin beschreiben sie ihre Nachhaltigkeitsleistungen in vier Bereichen (Strategie, Prozessmanagement, Umwelt und Gesellschaft) anhand von 20 Kriterien und Kennzahlen. Unternehmen jeder Größe und Rechtsform können mit dem DNK ihre Aktivitäten transparent machen. Zugleich erfüllen sie die Anforderungen der EU-Berichtspflicht.

Das DNK-Büro hilft bei Fragen zur Nutzung der Datenbank oder zum Prüfprozess. Bundesweit werden Schulungen angeboten. DNK-Mentoren berichten von ihren Praxiserfahrungen. Auf der DNK-Webseite finden sich Termine, Ansprechpartner und umfassendes Informationsmaterial: www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de ■



Ausbildungsplätze im Angebot: Berliner Jugendliche informieren sich im Ludwig Erhard Haus über mögliche Berufsperspektiven

Einstiegsangebot in die Berufswelt

Gut organisierte Plattform: Für die Messe Jobsnap, den Tag der Berufsausbildung im Ludwig Erhard Haus, wurden 2000 Vorstellungsgespräche im Vorfeld organisiert » **Von Viola Bösebeck**

Mehr als 60 Unternehmen aus Industrie, Handel, Dienstleistung, Gastgewerbe/Hotellerie und Handwerk präsentierten sich bei der Vermittlungsmesse Jobsnap, dem Tag der Berufsausbildung im Ludwig Erhard Haus. Veranstaltet wurde die Messe Ende Februar gemeinsam von der IHK Berlin und der Bundesagentur für Arbeit.

Novum des neuen Messeformats waren die im Vorfeld mehr als 2000 organisierten Kurzvorstellungsgespräche, die durch die Berater der Jugendberufsagenturen vermittelt wurden. Bernd Becking, Vorsitzender der Geschäftsführung der Regionaldirektion Berlin-Brandenburg

der Bundesagentur für Arbeit, stellte das Besondere der Messe dar: „Jobsnap – hier ist der Name Programm. Unter dem Motto ‚Schnapp dir eine Ausbildung‘ haben wir Jugendliche intensiv auf ihren Messebesuch vorbereitet und für sie Termine bei den Arbeitgebern vereinbart.“

Auch für Christian Wiesenhütter, Stellvertreter IHK-Hauptgeschäftsführer, war die Jobsnap im eigenen Haus ein voller Erfolg: „Die Jobsnap überzeugt – denn sie ist die richtige Antwort auf das, was wir auf dem Ausbildungsmarkt zurzeit erleben: Trotz Rekordhoch bei den angebotenen Ausbildungsplätzen können Unternehmen diese nicht besetzen.“ Die Messe Jobsnap ist an den Bedürfnis-

sen der Unternehmen ausgerichtet. „Das Problem liegt im richtigen Matching. Mit der Jobsnap haben wir eine gut organisierte Plattform geschaffen: Für Unternehmen, um Jugendliche aus ganz Berlin kennen zu lernen und zu weiteren Gesprächen oder Praktika einzuladen. Und für Jugendliche, die das vielfältige Einstiegsangebot in die Berufswelt konkret erfahren und sich direkt bewerben können“, so Wiesenhütter weiter.

Am Nachmittag wurden die Türen auch für Ausbildungssuchende geöffnet, die sich ohne Termin bewerben wollten. Das Ausbildungsplatzangebot dazu war breit gefächert: Gesucht wurden Azubis in kaufmännischen, gewerblich-technischen Berufen, in Gastronomie und IT. Auch konnten sich die Ausbildungsinteressierten mit Personalern und Azubis austauschen und erfahren, worauf es bei Berufswahl und Bewerbung ankommt. Nach den Gesprächen mit den Unternehmen konnten die Ausbildungssuchenden zusätzliche Vermittlungsvorschläge durch die Berater der Bundesagentur für Arbeit erhalten. Ein Bewerbungsfotoshooting und ein Bewerbungsmappencheck rundeten das Angebot ab. ■

Brücken für junge Geflüchtete

Das von der Berliner Wirtschaft geförderte Projekt „Bridging the Gap“ hilft Neuankömmlingen mit „Reality Check“, Talentparcours und Betriebsbesichtigungen bei der Berufswahl

Berufliche Orientierung stellt schon für viele Jugendliche, die hier aufgewachsen sind, eine Herausforderung dar.

Wie schwer muss der Weg in die Arbeitswelt für junge Geflüchtete sein, denen Sprache, Kultur und Gesellschaft fremd sind? „Bridging the Gap“ ist ein von der Berliner Wirtschaft gefördertes Projekt, das gerade diese Jugendlichen unterstützen möchte.

38 junge Geflüchtete, die die Leopold-Ullstein- beziehungsweise die Hans-Böckler-Schule besuchen, werden

beim Bildungsinstitut Forum Berufsbildung auf die Arbeitswelt vorbereitet.

Zwei Tage in der Woche sind reserviert für Bewerbungstraining, Erkundung des Arbeitsmarktes, berufsbezogenen Deutschunterricht und Förderung interkultureller Kompetenz. Ein besonderes Highlight stellte die Projektwoche „Reality Check“ zu Beginn des

Jahres dar: In Form eines Talentparcours erprobten die Jugendlichen an 16 Berufsfeldern ihre Fähigkeiten und entdeckten so die eigenen Interessen und Talente. Im anschließenden „Reality Check“ konnten

sie ihre Vorstellungen zu Gehalt, Arbeitszeit und Freizeitgestaltung mit der Realität abgleichen und so ein wirklichkeitsnahes Berufsbild entwickeln.

Bei der Entwicklung und Vorstellung einer Geschäftsidee zeigte sich, wieviel die Jugendlichen bereits gelernt haben. Die Präsentation in deutscher Sprache verlief ebenso reibungslos wie die anschließende Diskussion. Im Fokus stand auch die deutsche Gesprächskultur – auf die Einhaltung der Regeln legten die Jugendlichen großen Wert.

„Es ist unglaublich, wie begeistert und motiviert die Teilnehmenden dabei sind“, berichtet Julia Voigt, eine der Projektmitarbeiterinnen von Schule Plus für Berufsorientierung. „Man spürt, dass sie diese Chance nutzen und möglichst schnell in Deutschland ankommen wollen.“

Zwei Betriebsbesichtigungen rundeten die Woche ab: Bei Harry Brot wurden sie in das industrielle Brotbacken eingeführt. Das Umwelt-Bildungszentrum Berlin stellte den Beruf des professionellen Kochs vor, der in manchen arabischen Ländern keinen guten Ruf bei Männern genießt. Umso intensiver beschäftigten sich die Jugendlichen mit diesem Beruf, stellten dem Küchenchef wissbegierig Fragen, um zu verstehen, worin die Unterschiede zwischen ihrem Heimatland und Deutschland liegen.

Gestärkt mit diesen Erfahrungen und neuem Selbstbewusstsein gehen die 38 Jugendlichen nun ins Praktikum oder in ihre Ausbildung. Und kommen so ihrem Wunsch nach einem selbstbestimmten Leben einen großen Schritt näher. < BW



FOTO: JAN PLYKO

Das Projekt „Bridging the Gap“ hilft geflüchteten Jugendlichen auf dem Weg in die Berufswelt

WEITERE INFORMATIONEN

Alles über das Projekt: www.forum-berufsbildung.de, Stichwort: „Bridging the Gap“



StarUp LAB – das bedeutet: praxisnaher Austausch von Erfahrungen und Ideen

Lernen von Profis – und umgekehrt

Im „StarUp LAB“ erhalten junge Gründer aus dem Umfeld der TU Berlin wertvolle Feedbacks von etablierten Unternehmern. Aber auch die Wirtschaft profitiert vom Wissenstransfer

Das Centre for Entrepreneurship (CfE) bietet als Startup-Incubator einen geschützten Raum für Start-ups aus den Reihen der TU Berlin. Sie werden von der Idee bis zur Marktreife begleitet. Der Fokus liegt insbesondere auf der Förderung von Tech-Start-ups mit innovativen Produkten und Dienstleistungen.

Mit finanzieller Unterstützung der Berliner Wirtschaft wird am CfE das innovative Bildungsprojekt StarUp LAB realisiert. Das Projekt richtet sich sowohl an technologieorientierte Start-ups aus dem universitären Umfeld, als auch an

etablierte Wirtschaftsunternehmen in Berlin, die hier voneinander und miteinander lernen. Junge Gründerteams konzentrieren sich besonders in der Anfangsphase ihrer Gründung sehr stark auf die Produktentwicklung. Als Folge finden die Bedarfe der potenziellen Kunden erfahrungsgemäß zu wenig Berücksichtigung, was sich negativ auf die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und somit auf das Unternehmenswachstum auswirkt.

Für die jungen Gründerteams ist das frühe und marktnahe Feedback von erfahrenen Wirtschaftsunternehmen daher ein hilfreiches Instrument für nachhaltiges Wachstum. Gleichzeitig können

die etablierten Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit durch den Zugang zu innovativen Methoden und Technologien stärken.

Für beide Zielgruppen bietet das Bildungsprojekt verschiedene Formate zur Qualifizierung, Vernetzung und zum Austausch an, wobei der Austausch das übergeordnete Ziel im StarUp LAB ist. Angeboten werden Trainings, die Maßnahmen „Von Gründer für Gründer“, internationale Management-Workshops, Expertensprechstunden und geführte Delegationen im Startup-Incubator.

Für die praxisnahen Trainings ist das CfE stets auf der Suche nach Trainern aus der Berliner Wirtschaft, die ihr Wissen gern an Nachwuchsgründer weitergeben möchten. Die etablierten Wirtschaftsunternehmen haben die Möglichkeit sich mit den angebotenen Trainings und Workshops im StarUp LAB weiter zu qualifizieren. Im Rahmen des Trainings zum Thema Business Model Canvas etwa erarbeiteten die Teilnehmer in internationalen, kleinen Teams ihre Geschäftsideen. Eine Teilnehmerin resümierte: „Der Business Model Canvas ist eine flexible Methode Geschäftsmodelle im Team zu entwickeln. Gleichzeitig dient er als ein Kommunikations-Framework – eine wirklich tolle Methode“.

Die geführten Delegationen ermöglichen den etablierten Wirtschaftsunternehmen darüber hinaus die Möglichkeit der Partizipation, indem sie als Teilnehmer verschiedene Start-ups des CfE sowie den Startup-Incubator kennenlernen können.

Die Berliner Wirtschaft finanziert Projekte der beruflichen und akademischen Bildung und des Wissenstransfers sowie der Integration von Flüchtlingen in den Ausbildungs- und Arbeitsmarkt. StarUp LAB wurde in der zweiten Förderperiode aus einer Vielzahl von Ideen ausgewählt. < BW



WEITERE INFORMATIONEN

Kontakt für Interessierte: www.entrepreneurship.tu-berlin.de, Stichwort: StarUp LAB, IHK-Projekt

Technische Unternehmen gesucht

Am 27. April ist wieder Girls'Day. Viele tausend Berliner Schülerinnen werden in Unternehmen gehen und sich in technischen und naturwissenschaftlichen Branchen ausprobieren. Für Jungen findet am selben Tag der Boys'Day statt mit

Einblicken in Fachrichtungen, in denen Männer eher selten anzutreffen sind.

Da die Nachfrage größer ist als das Angebot der Unternehmen und Einrichtungen, sucht die IHK vor allem für den Girls'Day noch technische und naturwis-

senschaftliche Unternehmen, die Plätze zur Verfügung stellen.

Wer den Mädchen Einblicke in seine Arbeitswelt bieten möchte, findet mit dem Girls'Day ein ideales Forum. Die Teilnahme ist einfach: Jeder Betrieb bestimmt, wie viele Mädchen er einlädt, wie lange das Programm dauert und wie es gestaltet wird.

Wer mitmachen möchte, veröffentlicht sein Angebot auf der Online-Plattform www.girls-day.de und bekommt die Anmeldungen online zugesandt. Bei Fragen hilft die Landeskoordination für Girls'Day wie Boys'Day. < BRAN



Beim Girls'Day können Mädchen in Berufe eintauchen, in denen Frauen eher eine Seltenheit sind



WEITERE INFORMATIONEN

Telefonisch unter 030-308798-12/16 oder per E-Mail unter girlsday@life-online.de

MEISTER-BAFÖG

Mit Qualifizierungen zu Fachkräften

Stärkere Qualifizierung der eigenen Mitarbeiter hat viele Vorteile: Zum einen reagieren Unternehmen auf den Fachkräftemangel, denn sie erweitern die vorhandenen Kompetenzen im Betrieb. Zum anderen stärken sie die Bindung der Mitarbeiter. Außerdem zeigen sie ihren Mitarbeitern gegenüber Wertschätzung. Besonders bei jüngeren Mitarbeitern gerät nach einigen Jahren der Aufstieg in den Fokus, aber auch Berufserfahrenen bieten Fortbildungen gute Chancen, sich weiter zu qualifizieren.

Mit der Novellierung des umgangssprachlich als Meister-BAföG bekannten Aufstiegsförderungsgesetzes (AfBG) hat der Gesetzgeber den Umfang der finan-

ziellen Unterstützung sowie die Förderkriterien verbessert. Eine neue Zielgruppe sind nun auch Bachelorabsolventen, die zusätzlich noch eine Meisterausbildung machen, um etwa später einen Betrieb leiten oder übernehmen zu können.

In den Genuss der finanziellen Unterstützung kommen übrigens nicht nur angehende Meister. Auch Teilnehmerinnen und Teilnehmer an verschiedensten Maßnahmen der beruflichen Aufstiegsfortbildung zum Techniker, Fachwirt oder Erzieher sind förderfähig und antragsberechtigt. Sie erhalten einkommensunabhängig einen Beitrag zu den Kosten der Fortbildung und bei Vollzeitmaßnahmen zusätzlich einkommensab-

hängig einen Beitrag zum Lebensunterhalt. Die Förderung erfolgt teils als Zuschuss, teils als zinsgünstiges Darlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau. Eine Altersbegrenzung gibt es beim Antrag auf Meister-BAföG nicht.

Die Chancen für eine Aufstiegsfortbildung stehen also besser denn je. Neben den vielen bekannten Qualifizierungen im gewerblich technischen Bereich sind auch die Abschlüsse der Stufe 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens in Büro und Verwaltung oder im Dienstleistungsbereich förderfähig, wie etwa die Fortbildungen zum Tourismusfachwirt, Personaldienstleistungsfachwirt oder auch zum Fachwirt für Büro- und Projektorganisation. Unter www.aufstiegs-bafög.de gibt es weitere Informationen. < RENATE ERBERT/MAT



Die Abschlussprüfungen in den Metallberufen erfordern ein hohes Maß an Konzentration

Zwischen Tradition und High Tech

Die Abschlussprüfungen in metall- und elektrotechnischen Berufen stehen an – eine herausfordernde Situation, denn die Standards in diesen Bereichen sind hoch » **Von Martina Peters**

Der Herausforderung einer Prüfung stellen sich junge Frauen und Männer in den metall- und elektrotechnischen Berufen auch in diesem Frühjahr im Teil 1 ihrer Abschlussprüfung. Auch die Prüfbetriebe sind aufgrund des engen zeitlichen Rahmens der Prüfung herausgefordert.

Über 800 Prüfungsteilnehmer müssen in den praktischen Prüfungen ihre Fertigkeiten und Kompetenzen unter Beweis stellen. In etlichen Betrieben in Berlin rückt an den Prüfungstagen der Betriebsalltag etwas in den Hintergrund

und den angehenden Fachkräften wird Platz gemacht an den Maschinen und Geräten. Die komplexen Prüfungsaufgaben bestehen zum einen aus schriftlichen Fragestellungen, die in Bezug zu einem

165

angehende Industriemechaniker sind derzeit im ersten Ausbildungsjahr. Der weibliche Anteil steigt stetig – derzeit sind 15 Frauen unter den Azubis

am zweiten Prüfungstag zu bearbeitenden Prüfungsteil stehen. Der schriftliche Teil wird an bundeseinheitlichen Terminen an zentralen Orten (z.B. in Messehallen) geprüft, der praktische Teil jedoch kann nur in Werkstätten absolviert werden. Am Gelingen der Prüfungen sind die Ausbildungsbetriebe, die ihre Werkstätten zur Prüfung zur Verfügung stellen, maßgeblich beteiligt: Enge Zeitpläne und hohe Prüflingszahlen binden Kapazitäten in jeder Hinsicht, während der Geschäftsbetrieb auch weiterlaufen muss.

In den industriellen Metall- und Elektroberufen gibt es seit über einem Jahrzehnt die gestreckte Abschlussprüfung. Die klassische Zwischenprüfung, die „nur“ der Leistungsstandermittlung diente, wurde ersetzt durch eine zweigestufige Abschlussprüfung. Zum Ende des zweiten Ausbildungsjahres werden quasi die fachlichen Grundlagen des jeweiligen Berufes geprüft. Es muss gefeilt, gehobelt, verdrahtet und montiert werden – Fertigkeiten, damit das Grundverständnis für Werkstoff und Verarbeitung sitzt, auch wenn die Berufe ansonsten hochtechnologisch, ausgesprochen modern und sehr komplex sind.

Zum Ende der dreieinhalbjährigen Ausbildungszeit muss die komplette berufliche Handlungsfähigkeit in einer Prüfung gezeigt werden. Die Ergebnisse beider Prüfungsleistungen ergeben letztendlich das Gesamtergebnis. Die hohen Standards der Prüfungen spiegeln die Anforderungen in diesen Berufen wider und sind für die Unternehmen Garant des beruflichen Könnens.

Waren vor vielen Jahren Frauen an Werkbänken noch ein ungewohnter Anblick, ist heute das Mit- und Nebeneinander Routine. Die attraktiven Berufsbilder und auch die guten Aussichten auf dem Arbeitsmarkt sprechen inzwischen auch junge Frauen an. ■

Erfolgreicher Einstieg für Schüler in den Betrieb

Ab dem Schuljahr 2017/18 gibt es mit dem Berliner Ausbildungsmodell (BAM) einen neuen Ausbildungsgang. Ziel ist, die vollzeitschulischen Bildungsgänge an Berliner OSZ zu Gunsten der dualen Ausbildung abzubauen.

Jugendliche sollen früher als bisher eine betriebliche Ausbildung beginnen und Ausbildungsbetriebe, die Probleme bei der Besetzung von Plätzen haben, unterstützt werden. Betriebe erhalten auf diese Weise die Chance, ausbildungsgeeignete und -entschiedene Jugendliche kennenzulernen, die in ihrem Wunschberuf noch keinen Ausbildungsplatz gefunden haben.

Ausbildungsbetriebe haben in dieser Zeit Gelegenheit, den jungen Menschen kennen zu lernen und können ihn jeder-

zeit, jedoch spätestens im zweiten Ausbildungsjahr in die duale Ausbildung übernehmen, Ausbildungszeiten können dabei angerechnet werden.

Damit der erfolgreiche Einstieg in die duale Ausbildung gelingt, unterstützt ein Bildungsbegleiter den Jugendlichen sowie den Betrieb im ersten BAM-Ausbildungsjahr. Der Jugendliche eignet sich als Schüler für maximal ein Jahr die gleichen theoretischen und praktischen Inhalte an wie im ersten dualen Ausbildungsjahr. Nach einer schulischen Einführungsphase von bis zu acht Wochen besucht er zwei Tage die berufliche Schule und lernt drei Tage im Betrieb.

Folgende Berufe werden im Schuljahr 2017/18 im Berliner Ausbildungsmodell angeboten:

- Kaufleute für Büromanagement
- Kaufleute im Groß- und Außenhandel
- Fachkräfte im Gastgewerbe

BAM ist eine Kooperation der IHK Berlin, der Senatsverwaltung für Bildung, der Regionaldirektion Berlin-Brandenburg, der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales, dem DGB, den Unternehmensverbänden Berlin-Brandenburg und der Handwerkskammer Berlin.

Wer im Rahmen des Modells einen Ausbildungsplatz anbieten möchte, kann sich an die IHK Berlin wenden. < TRO

WEITERE INFORMATIONEN

Ansprechpartner bei der IHK:
Sandra Trommsdorf, Fachkräfte und Innovation
Telefon: 030 / 315 10-834
E-Mail: sandra.trommsdorf@berlin.ihk.de



„Potenziale ausschöpfen.“

Unsere flexiblen
Lösungen für Sie.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Wir sind Partner des Mittelstandes und stehen Ihnen mit Investitionskrediten, Leasing, Krediten für Energiesparmaßnahmen und unserem Know-how zur Seite. Als Mitglied genießen Sie zusätzlich exklusive Vorteile und profitieren von unserer starken Gemeinschaft. Wir beraten Sie gern. Mehr Informationen unter Telefon 030 3063-3355 oder unter berliner-volksbank.de

Das Ziel: Kein Azubi darf verloren gehen!

Unternehmen wollen ausbilden. Damit keine Plätze unbesetzt bleiben, fordert die IHK Berlin vom Senat konkrete Schritte. Die sechs Punkte der bildungspolitischen Agenda » Von Sandra Trommsdorf

Bei der Verkündung der IHK-Ausbildungsbilanz 2016 Ende Januar resümierte IHK-Hauptgeschäftsführer Jan Eder: „Unternehmen wollen ausbilden, sie benötigen dringend beruflich qualifizierte Fachkräfte. Das spiegelt sich deutlich in den 14.804 von der Berliner Wirtschaft angebotenen Ausbildungsplätzen wider – ein Rekordniveau.“

Aber trotz Allzeithoch bei den Plätzen ging die Zahl der abgeschlossenen Ausbildungsverträge bei der IHK Berlin 2016 um 2,4 Prozent zurück. „Es ist höchste Zeit zu handeln“, so Eder weiter und nahm damit den neuen Berliner Senat in die Pflicht.

Die IHK fordert vom Berliner Senat eine klare Bildungspolitische Agenda. Die Punkte auf einen Blick:

1. Duale Ausbildung stärken

Die Leitidee muss sein: Mehr Fokus auf die duale Berufsbildung im Land Berlin. Dies gelingt nur, wenn die Steuerung der beruflichen Bildung insgesamt deutlich verbessert wird. Der neue Senat lässt jedoch bisher keine Bereitschaft erkennen, die auf zwei Senatsverwaltungen verteilten Zuständigkeiten für berufliche Bildung in der Hand einer Senatsverwaltung zu bündeln. Dies würde die Steuerung der dualen Ausbildung verbessern.

Die IHK Berlin regt darüber hinaus an, die Gründung einer Landeseinrichtung bzw. eines Landesinstituts für berufliche Bildung erneut auf die politische Agenda zu setzen. Gute Vorbilder aus anderen Bundesländern wie Hamburg können hier zur Orientierung dienen. In den Gremien eines neuen Landesins-

tituts würden Schul- und Arbeitsverwaltung und die dualen Partner in allen Belangen der beruflichen Bildung zusammenwirken.

2. Konsens statt Griff zur „Ausbildungsplatzabgabe“

Die Leitidee muss sein: Die positive Entwicklung auf dem Berliner Ausbildungsmarkt stärken. Das Angebot an Ausbildungsplätzen lag Ende September 2016 mit 14.804 Plätzen auf Rekordniveau. Zur gleichen Zeit hat die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze mit 1.211 einen neuen Höchstwert erreicht.

Wer diese Entwicklung auf dem Ausbildungsmarkt missachtet und Betriebe mit einer Sonderabgabe belastet, schafft keine neuen Ausbildungsplätze, sondern befeuert einen Kulturkampf der Wirtschafts- und Sozialpartner. Die neue Landesregierung sollte daher nicht in die politische Mottenkiste greifen, sondern einen Ausbildungskonsens der Berliner Ausbildungsmarkttakteure anstreben sowie ihre Hausaufgaben in der Bildungspolitik angehen.

Dazu zählen: eine Qualitätsoffensive für die Schulen anpacken und in die aufsuchende Beratung von unversorgten Jugendlichen investieren. Die Jugendberufsagentur mit den erforderlichen Finanzen hierfür auszustatten, wäre der richtige Weg.

3. Jugendberufsagentur durch weitere Reformen stärken

Die Leitidee muss sein: Kein Jugendlicher darf „verloren gehen“, kein Ausbildungsplatz unbesetzt bleiben. Mit der Gründung einer Jugendberufsagentur sowie

der Einrichtung von Berufs- und Studienorientierungsteams an Berliner Schulen hat sich Berlin auf einen guten Weg gemacht, um Jugendliche am Übergang in die Ausbildung besser zu erreichen.

Anders als Hamburg hat Berlin noch keinen Überblick darüber, wie viele Schulabgänger mit Vermittlungsvorschlägen nicht erreicht werden. Berlin muss daher die Verbleibe der Schulabgänger systematisch erfassen. An der Einführung eines 11. Berufsschulpflichtjahres sollte festgehalten werden. Die Ju-



Berlin braucht Auszubildende! Die IHK Berlin setzt sich für ein klares Vorgehen der Politik ein

gendberufsagentur muss mit den finanziellen Mitteln für eine aufsuchende Beratung ausgestattet werden, um die 85 Prozent der Jugendlichen, welche die Nachvermittlungsangebote auf der Last-MinuteBörse für Ausbildungsplätze nicht nutzen, zur Not auch persönlich aufzusuchen.

4. Mutige Umsteuerung der Angebotsstruktur der Berliner OSZ

Die Leitidee muss sein: Vorfahrt für „betriebliche Ausbildung“, so dass kein Ausbildungsplatz unbesetzt bleibt. Die Pilotierung eines „Berliner Ausbildungsmodells“ (BAM) im Rahmen des Projektes „Weiterentwicklung beruflicher Schulen und OSZ“ der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie ist der richtige Weg, um vollzeitschulische Bildungsgänge wie die Berufsfachschulen auf einen besseren Übergang in duale Ausbildung hin auszurichten – Betriebe werden eingebunden.

Berlin muss nun eine mutige Reform des gesamten Berliner Übergangssystems wagen. Neue betriebsintegrierte Ausbildungsangebote wie das BAM sollten bestehende schulische Angebote konsequent ersetzen. Die Angebotsstruktur der Berliner Oberstufenzentren insgesamt muss vom neuen Senat umgesteuert werden. Ziel sollte sein, die von der Berliner Wirtschaft bereit gestellten Ausbildungsplätze auch zu besetzen.

5. Strategien gegen den Fachlehrermangel entwickeln und Hochschulverträge nutzen

Die Leitidee muss sein: Unterrichtsqualität durch politische Strategien gegen den Fachlehrermangel heben. Der an Berliner Berufsschulen in einigen Fachbereichen deutlich feststellbare und künftig noch zunehmende Fachlehrermangel, bzw. die hohe Stundenzahl an fachfremdem Unterricht erfordern eine gemeinsame Handlungsstrategie, um zukünftig eine

ausreichende personelle Ausstattung mit engagierten und gut ausgebildeten Lehrern zu gewährleisten.

Grundsätzlich sind die Berliner Hochschulverträge hier ein wichtiger Baustein. Sie vereinbaren bisher schon für die lehrerbildenden Hochschulen die Stärkung der Ausbildungskapazitäten und die Durchführung von Werbemaßnahmen zur Gewinnung Studierender für die beruflichen Fachrichtungen. Die Senatskanzlei sollte im Rahmen der laufenden Neuverhandlungen der Hochschulverträge 2018-2022 die Chance nutzen, um mit finanziellen Anreizen noch stärkere Effekte für die Lehrerbildung an beruflichen Schulen zu setzen.

6. Ausbildungsbegleitende Sprachförderung zur Integration Geflüchteter ausbauen

Die Leitidee muss sein: Ausbildungsbegleitender Spracherwerb für Geflüchtete am Lernort Berufsschule. Für einen erfolgreichen Ausbildungsabschluss ist mindestens ein Sprachniveau B2 nötig. Auch für die vollständige berufliche Handlungskompetenz ist die sichere Beherrschung der deutschen Sprache in Wort und Schrift eine Voraussetzung.

Derzeit konzentriert sich Sprachförderung in der Regel auf den Zeitraum vor Ausbildungsbeginn. Auszubildende können bei nachgewiesenem Bedarf ausbildungsbegleitende Hilfen als Einzelfallhilfen pro Teilnehmer beantragen. Angebote der Volkshochschulen und des Bundes können ausbildungsspezifische Aspekte nicht berücksichtigen.

Der neue Senat sollte Geflüchteten ein Sprachlernangebot an Berufsschulen unterbreiten und so Unternehmen in ihren Bemühungen unterstützen, Geflüchtete auszubilden. Der Vorteil: Kein dritter Lernort, der derzeit Geflüchtete davon abhält, eine Ausbildung zu beginnen oder zu Ausbildungsabbrüchen führt. ■

FOTO: GETTY IMAGES/CULTURA RF



WEITERE INFORMATIONEN

Die Agenda zum Download unter www.ihk-berlin.de, Stichwort: Bildungspolitische Agenda 2017

IHK-Seminare und IHK-Lehrgänge ab März 2017

IHK-Existenzgründerseminare

Geschäftskonzept (Modul 1)

06. März
(1/2 Tag)
Entgelt: 60 € (MG),
66 € (NMG)
Telefon 315 10-582

Finanzierung (Modul 2)

08. März
(1/2 Tag)
Entgelt: 60 € (MG),
66 € (NMG)
Telefon 315 10-582

Buchführung (Modul 3)

10. März
(1/2 Tag)
Entgelt: 60 € (MG),
66 € (NMG)
Telefon 315 10-582

IHK Zoll-Workshops

Grundlagen des Exportkontrollrechts

15. März
14:00 – 18:00 Uhr,
200,00 €
Telefon 315 10-245

Warenursprung und Präferenzen

22. März
14:00 – 18:00 Uhr
200 €
Telefon 315 10-245

Einreihung in den Zolltarif

04. April
14:00 – 17:00 Uhr
110 €
Telefon 315 10-245

Exportdokumente

6. April
14:00 – 17:00 Uhr
110 €
Telefon 315 10-245

Weitere IHK-Seminare

Basiswissen für Ausbilder
monatlich (2 Tage)
Entgelt: 250 € (MG und NMG)
Telefon 315 10-831

Seminar Umsatzsteuer im internationalen Geschäftsverkehr

10. bis 11. März
(2 Tage)
Entgelt: 440 € (MG),
488 € (NMG)
Telefon 315 10-822

Seminar zur Lebensmittel- hygieneverordnung

11. März
(1 Tag)
Entgelt: 195 € (MG),
214,50 € (NMG)
Telefon 315 10-831

Grundlagenwissen für auszubildende Fachkräfte

27. und 28. März
(2 Tage)
Entgelt: 300 € (MG),
330 € (NMG)
Telefon 315 10-831

Arbeitsrecht Kompakt II (Betriebsrat)

29. März
(1 Tag)
Entgelt: 240 € (MG),
262 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Arbeitsrecht Kompakt

26. April
(1 Tag)
Entgelt: 240 € (MG),
262 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Seminar Controlling

04. bis 06. Mai
(3 Tage)
Entgelt: 590 € (MG),
640 € (NMG)
Telefon 315 10-822

IHK-Lehrgänge

Betriebswirtschaftliche Grundlagen

Start: 22. Februar
(ca. 5 Monate)
Entgelt: 1480 € (MG),
1530 € (NMG)
Telefon 315 10-822

GmbH-Geschäftsführung und GmbH-Management

Start: 09. März
(ca. 4 Monate)
Entgelt: 1560 € (MG),
1610 € (NMG)
Telefon 315 10-831

Geprüfte Personalfach- kaufleute (Crash)

Start: 10. März
(ca. 12 Monate)
Entgelt: 2990 € (MG),
3040 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Geprüfte Controller

Start: 16. Mai
(ca. 18 Monate)
Entgelt: 3980 € (MG),
4030 € (NMG)
Telefon 315 10-582

Geprüfte Bilanzbuchhalter

Start: 30. Mai
(ca. 22 Monate)
Entgelt: 3690 € (MG),
3740 € (NMG)
Telefon 315 10-822

Train the Trainer (IHK)

Start: August
(ca. 7 Monate)
Entgelt: 2850 € (MG),
2900 € (NMG)
Telefon 315 10-809

Lohnabrechnung Aufbau

Start: 14. August
(ca. 2 Wochen)
Entgelt: 680 € (MG),
730 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Personalassistenten

Start: September
(ca. 3 Monate)
Entgelt: 1125 € (MG),
1175 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Lohnabrechnung Grundkurs

Start: 04. September
(ca. 4 Monate)
Entgelt: 980 € (MG),
1030 € (NMG)
Telefon 315 10-821

GmbH-Geschäftsführung und GmbH-Management

Start: 07. September
(ca. 4 Monate)
Entgelt: 1560 € (MG),
1610 € (NMG)
Telefon 315 10-831

Geprüfte Personal- fachkaufleute

Start: November 2017
(ca. 18 Monate)
Entgelt: 2990 € (MG),
3040 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Management-Assistent/in

Start: November 2017
(ca. 6 Monate)
Entgelt: 2.940 € (MG),
2.990 € (NMG)
Telefon 315 10-821

Nähere Informationen und Anmeldung über die IHK

Weiterführende Informationen
zu Lehrgängen und Seminaren
erhalten Sie unter:
www.ihk-berlin.de
unter Veranstaltungen

(MG) = Mitglieder
(NMG) = Nichtmitglieder



Die Jury schaute genau hin beim Wettbewerb der Nachwuchsköche aus Berlin und Brandenburg

16. CREATIVE CUP

Fachjury kürt Jungtalente

Geschirrkloppern und köstliche Düfte – kein Zweifel: Der Creative Cup wurde wieder ausgetragen. 26 Auszubildende des zweiten und dritten Lehrjahres aus Küche und Service traten im jährlichen Wettbewerb gegeneinander an. Ermittelt wurden die Besten ihrer Zunft aus Berlin und Brandenburg.

Zu den vielfältigen Aufgaben für die Kandidaten gehörte: Menüs kreieren,

Die Sieger

INFO

Hotel- und Restaurantfachkräfte

1. Claudia Topfstedt, Hilton Berlin
2. Katharina Holt, Kempinski Berlin
3. Ricarda Iben, Kempinski Berlin

Köche

1. Hendrik Wegener, Hilton Berlin
2. Andreas Michelus, Hotel de Rome
3. Philip-Maurice Joppien, Hilton Berlin

Tranchieren und Flambieren, eindecken. Jeder Arbeitsschritt musste den strengen Blicken der Fachjury, gestellt vom Verband der Servicefachkräfte, Restaurant- und Hotelmeister und dem Verein der Köche der Hauptstadt, standhalten.

Zahlreiche geladene Gäste genossen den festlichen Abend im Foyer der IHK Berlin. Darunter der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der IHK Berlin Christian Wiesenhütter sowie die Referatsleiterin in der Senatsverwaltung für Arbeit Margrit Zauner.

Die Nachfrage nach Fachkräften im Hotel- und Gastgewerbe ist nach wie vor ungebrochen hoch. Der Creative-Cup Berlin-Brandenburg gilt als gute Vorbereitung auf die Abschlussprüfung vor der IHK, denn die Auszubildenden arbeiten unter realen Bedingungen in der Küche und im Service.

Der Wettbewerb trägt mit seinem hohen Niveau zum besseren Image der Hotellerie und Gastronomie in Berlin als auch zur Sicherung der hauptstadtgerechten Qualität bei. < TRU

FOTO: MAX SCHWARZLOSE

Ideal für Berufstätige!

Täglich digital lesen + gedruckte Zeitung am Wochenende

Nur
23,98 €*
im Monat
Monatlich kündbar –
ohne Verpflichtung!



- ✓ Zugriff auf alle digitalen Inhalte: E-Paper, App und das Archiv auf morgenpost.de
- ✓ E-Paper schon am Vorabend ab 22 Uhr verfügbar

- ✓ Samstag und Sonntag jeden Morgen pünktlich in Ihrem Briefkasten
- ✓ Frei-Haus-Lieferung in Berlin und Brandenburg

- ✓ Als Dankeschön erhalten Sie einen 10-€-BestChoice-Gutschein
- ✓ Einlösbar bei über 200 Anbietern wie IKEA, H&M, Douglas

*Darin enthalten: das E-Paper der Berliner Morgenpost für 19,99 € monatlich.
Aktionsnummer: MS170132

Gleich bestellen: ☎ 0 30/88 72-7 76 77 morgenpost.de/kombiabo

Berliner Morgenpost
DAS IST BERLIN



Jochen Brückmann (IHK Berlin, l.) und Thorsten Tonndorf (Senatsverwaltung für Stadtentwicklung) mit den Gewinnerinnen des MittendrIn-Wettbewerbs

Frische Konzepte für drei Kieze

Die Devise des Wettbewerbes MittendrIn Berlin! lautet: Zentren zu Aufmerksamkeitsregern machen. Projekte aus Schöneberg, Weißensee und Oberschöneweide überzeugten » **Von Christof Deitmar**

Die Potsdamer Straße wird grün, Weißensee bekommt einen Pop-up-Store und in Oberschöneweide wird es traditionell. So lassen sich die drei Gewinner-Projekte des aktuellen Wettbewerbs MittendrIn Berlin! zusammenfassen. Insgesamt können sich die drei Zentren-Initiativen für die Umsetzung ihrer Ideen im kommenden Sommer über ein Preisgeld in Höhe von 105.000 Euro freuen.

Das Motto der aktuellen Wettbewerbsrunde gab die Aufgabenstellung für

„
Die lokalen Akteure aus
Handel, Gewerbe und
Bewohnerschaft haben
sich auf ihre Stärken
vor Ort besonnen.“

DR. MARION HASS
IHK-Geschäftsführerin
für Wirtschaft & Politik

die Akteure in Berlins Geschäftsquartieren klar vor: „Aktionen weiterdenken“ und „Impulse setzen“. Die Kooperationen waren aufgerufen, etablierte Konzepte aufzufrischen oder mit neuen Ideen auf ihren Standort aufmerksam zu machen.

Insgesamt zehn Berliner Akteursgemeinschaften folgten dem Wettbewerbsaufruf des Landes Berlin, der IHK Berlin sowie weiterer privater Partner. Ende Januar hat eine Fachjury die Entscheidung gefällt. Die Gewinner sind die Projekte „Boulevard Potsdamer – Eine Straße wird GRÜN“ der Interessengemeinschaft Potsdamer Straße, „Gründerzeit 2.0“ des Bewerbungsteams „Aber hallo, Weißensee!“ sowie das Straßenfest „Boxenstopp Wilhelminenhofstraße“, mit dem die Initiative Wilhelminenhofstraße aus Schöneeweide ins Rennen geht. Sie erhalten je 35.000 Euro Preisgeld sowie individuelle Coachings.

Die IHK-Geschäftsführerin für Wirtschaft & Politik, Dr. Marion Haß, freut sich über die bevorstehende Belegung der Berliner Zentren. Gemeinsam mit

den Bewohnern, Kunden und Touristen sei sie gespannt auf die Umsetzung der kreativen Projekte in der Potsdamer Straße, in Oberschöneweide und Weißensee, sagte sie. „Die lokalen Akteure aus Handel, Gewerbe und Wohnerschaft haben sich auf ihre Stärken vor Ort besonnen und Wettbewerbsbeiträge eingereicht, mit denen sie in den kommenden Monaten ganz sicher von sich reden machen werden.“ Darüber hinaus würden die Projekte die Zusammenarbeit in den Netzwerken stärken.

Senatsbaudirektorin Regula Lüscher betonte, das Ziel sei, die Vielfalt der Berliner Kieze und ihrer Zentren zu stärken, denn dort engagierten sich Berliner für ihre Stadt. „Die pfiffigen Ideen der Teilnehmenden des Wettbewerbs MittendrIn sind auch in diesem Jahr bemerkenswert. Ich freue mich über die Entscheidung der Jury für die drei Projekte, denn sie stehen mit ihren Eigenschaften exemplarisch für Berlins Geschäftsquartiere: vielfältig, kooperativ, einzigartig.“ Im Einzelnen sehen die Projekte so aus:

„Boulevard Potsdamer – Eine Straße wird GRÜN“

Die Interessengemeinschaft Potsdamer Straße hat sich vorgenommen, mit insgesamt drei „grünen“ Aktionen die Potsdamer Straße im ökologischen Sinne aufzuwerten. So sollen sich die zahlreichen teilnehmenden Geschäfte und Restaurants im komplett grünen Outfit präsentieren, flankiert von gezielten Bepflanzungen an den Gebäuden sowie Terrassen und Balkons. Auch die ansässigen Galerien und Kulturinstitutionen werden sich dem Thema widmen, so dass sich die Potsdamer Straße im kommenden Sommer in einen grünen Boulevard verwandeln wird.

„Gründerzeit 2.0 – Weißensee Entdecken - Teilhaben - Vernetzen“

Mit dem Projekt „Gründerzeit 2.0“ soll im Quartier rund um die Langhansstraße in Weißensee die Möglichkeit entstehen, den Kiez und seine Angebote neu kennenzulernen. Die Kooperation „Aber

hallo, Weißensee“ möchte für den Zeitraum von Mai bis September in einem Ladenlokal einen Gründerladen genannten Pop-up-Store einrichten.

Hier steht den kleinen Gewerbetreibenden und Künstlern des Kiezes eine Holzbox zur Verfügung, in der sie eigene Produkte verkaufen, bzw. auf Dienstleistungen hinweisen können. Auf einem Touchscreen im Laden können die Besucher weitere Informationen über die Inhalte der jeweiligen Box erfahren. Darüber hinaus soll der Gründerladen für Workshops und zum Netzwerken genutzt werden können.

„Boxenstopp Wilhelminenhofstraße“

Am 1. Oktober 1917 begann im Peter Behrens Bau in der Wilhelminenhofstraße in Oberschöneweide die Automobilproduktion der Nationalen Automobilgesellschaft. Dieses Jubiläum nehmen die Akteure in Oberschöneweide zum Anlass, die Wilhelminenhofstraße unter das Motto der Mobilität sowie der Industriekultur zu stellen.

Am 1. Oktober 2017 präsentieren sich die teilnehmenden Geschäfte und Ateliers dem Publikum und richten „Boxenstopps“ im Straßenraum ein. Zudem wird es einen Corso von historischen und aktuellen (Elektro-) Autos geben. Das Straßenfest versteht sich als Ergänzung zu den parallel stattfindenden Feierlichkeiten zum 100-jährigen Jubiläum des Peter Behrens Baus, das mit einer Ausstellung zum Industriedesign gefeiert wird.

MittendrIn Berlin! ist eine Aktion des Landes Berlin unter Federführung der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen und hat viele Unterstützer, darunter zahlreiche Unternehmen sowie die IHK Berlin. ■



WEITERE INFORMATIONEN
Die Bewerbungsetappen im Überblick: www.mittendrIn-berlin.de

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer zu Berlin
Fasanenstraße 85, 10623 Berlin
Telefon: 030 / 315 10 -0
Telefax: 030 / 315 10 -171
Internet: www.ihk-berlin.de
E-Mail: bw-redaktion@berlin.ihk.de
Chefredakteur: Jörg Nolte (Vi.S.d.P.)
Leitende Redakteurin: Christine Nadler

Verlag

Axel Springer SE, Corporate Solutions
Axel-Springer-Straße 65, 10888 Berlin
Redaktion: Michael Gneuss, Ina Kaifi, Birgit Warnhold, Oliver de Weert (Ltg.)
Telefon: 030 / 259 17 95 21
E-Mail: berliner.wirtschaft@axelspringer.de
Objektmanagement: Philipp Berens
Telefon: 030 / 259 17 45 90
E-Mail: philipp.berens@axelspringer.de
Grafik: Constantin Eberle (Ltg.), Pamela Hönninger
Bildredaktion: Sebastian Müller
Herstellung: Olaf Hopf
Geschäftsleitung: Frank Parlow, Lutz Thalmann
E-Mail: newbusiness@axelspringer.de

Anzeigen: Annette Kaufmann
Telefon: 030 / 259 17 33 37
Telefax: 030 / 259 17 47 26
E-Mail: annette.kaufmann@axelspringer.de
Es gilt der Anzeigentarif Nr. 52 (gültig ab 1. Januar 2017)

Druck: Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Kassel

Abonnements und Einzelbestellungen

asv Vertriebs GmbH
Süderstraße 77, 20097 Hamburg
Telefon: 040 / 468 60 51 52
Telefax: 040 / 34 72 95 17
E-Mail: abo@asv.de

Bezug und Änderungen für IHK-Mitgliedsunternehmen
Telefon: 030 / 315 10 - 581
E-Mail: datenmanagement@berlin.ihk.de

Preise: Jahresabonnement (11 Hefte): 29,70 € (einschl. 7 % MwSt) pro Jahr, Einzelbestellung 4 € (inklusive Porto), Copypreis 3 €

Die Berliner Wirtschaft erscheint elf Mal im Jahr. Sie ist das offizielle Magazin der IHK Berlin. Der Bezug der Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Die mit dem Namen des Verfassers oder seinen Initialen gekennzeichneten Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt der IHK Berlin wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Unterlagen und Fotos wird keine Haftung übernommen. Über die Verwendung der Materialien entscheidet die Redaktion. Eine Rückantwort ist nicht vorgesehen, wenn nicht individuelle Absprachen dem entgegenstehen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe gestattet. Abbildungen unterliegen dem Urheberrecht und Copyright der Hersteller.

ISSN 0405-5756

Bundesregierung ehrt Metallbauer

Der demographische Wandel lässt die deutsche Gesellschaft altern. Auszubildende und Fachkräfte zu finden, wird für viele Betriebe zu einer Herausforderung. Jakob Maechler, Geschäftsführer der Buckower Boeba Montagen und Aluminium GmbH, klagt dennoch nicht über Schwierigkeiten. „Entscheidend sind nicht nur Zeugnisse. Die Kernkompetenzen, auf die ich setze, sind Engagement und Motivation.“ Die Herkunft spielt dabei keine Rolle.

Diese besondere Unternehmenskultur und das Engagement von Boeba wurden mehrfach ausgezeichnet. 2016 erhielt der Betrieb den Preis als bester Berliner Ausbildungsbetrieb. Nun wurde das Engagement bei der Integration von Ge-

flüchteten mit dem CSR-Preis der Bundesregierung geehrt.

Vielfalt hat Tradition in dem Unternehmen, das 1974 gegründet wurde. Ein Drittel der Belegschaft ist nicht in Deutschland geboren worden. Drei Mitarbeiter sind Menschen mit Fluchtgeschichten, die teilweise erst seit kurzem im Land sind. Wenn man in Deutschland Geflüchtete beschäftigen möchte, gelte es, Hürden zu überwinden, so Maechler. Die größte sei der Aufenthaltsstatus, von dem auch die Arbeiterlaubnis abhängt. Danach gehe es um die Anerkennung von Qualifikationen und das Erlernen von Sprachkenntnissen.

Die Auszeichnung mache die Mitarbeiter stolz, sagt Maechler. Sie ist ei-

ne Wertschätzung für die kleinen und großen Anstrengungen im Unternehmensalltag. Und sie ist ein Antrieb dafür, auch zukünftig gesellschaftliche und unternehmerische Ziele miteinander in Einklang zu bringen. < HOEN

Boeba baut mit

INFO

Von Regierungsviertel bis BER

Mit rund 50 Mitarbeitern fertigt und montiert die Boeba Montagen und Aluminium GmbH Aluminiumteile für den Fassadenbereich. Das Unternehmen war an vielen bekannten Baustellen Berlins beteiligt: Von Gebäuden im Regierungsviertel über die Mall of Berlin bis zum Hauptstadtflughafen BER. Informationen unter www.boeba.de

MIKE'S SIGHTRUNNING

Berlin joggend erobern

Die Idee Bewegung mit Sightseeing zu verbinden hat der Diplombiologe Michael Horstmann in eine Geschäftsidee verwandelt. Die Lauf Touren waren bei der Gründung von Mike's SightRunning Berlin im Jahre 2008 einzigartig.

Gebucht werden sie von Touristen und Geschäftsreisenden aus dem In- und Ausland, aber auch von Veranstaltern großer Events in Berlin, die ihren Teilnehmern die Möglichkeit geben wollen, sich vor oder nach der Tagung, sportlich zu betätigen. Im Vordergrund steht aber die Stadttour, entlang der Berliner Highlights, vom Brandenburger Tor bis zur historischen Altstadt.

Angeboten werden aber auch die Touren „Berlin bei Nacht“ oder zum Festival of Lights, eine Runde im Schlossgarten Charlottenburg oder ganz individuelle Routen nach den Wünschen der Kunden. „Wer nach Berlin kommt, der sucht das Individuelle abseits der Touristenpfad-

de. Da kam ich mit meiner Gründungs-idee zum richtigen Zeitpunkt“, so Horstmann. Aber nicht nur Touristen und Geschäftsreisende schätzen das Angebot, auch Firmen buchen den Laufexperten und sein Team von freien Mitarbeitern für ihre Belegschaft. < BLOE



Laufen mit Aussicht: Mike's SightRunning

SCHINDLER

Neuer Campus

Der Fahrstuhl-Hersteller Schindler will seine Firmenzentrale in Berlin in den nächsten Jahren umbauen. Wie das Unternehmen Mitte Februar mitteilte, soll der Standort in Alt-Mariendorf zum „Innovation Hub“ werden. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem neue digitale Services für Aufzüge und Fahrtreppen.

Beim Umbau des mehr als 100.000 Quadratmeter großen Geländes wird zunächst ein unter Denkmalschutz stehendes Bürogebäude vollständig umgebaut, um den Anforderungen digitaler und mobiler Arbeitsumgebungen zu genügen. Ein zentrales Eingangsgebäude zum Campus ist geplant, der das revitalisierte Gebäude mit einem weiteren verbinden soll. Der ehemalige Produktionsstandort soll sich insgesamt in ein Wissens- und Innovationszentrum für vertikale Mobilität verwandeln. < BW

Marktplatz

IMMOBILIEN

RDM FRANZ
Immobilien-gesellschaft mbH
Lietzenburger Strasse 51 * 10789 Berlin
Tel.:(030) 211 300-1 Fax:(030) 211 300-33
www.franzimmobilien.de

- Baugrundstücke
- Gewerbe- und Industriegrundstücke
- Miet- und Geschäftshäuser
- Ein- und Mehrfamilienhäuser

Bürohäuser • Büroräume • Gewerbebetagen
Produktions- und Lagerhallen • Gewerbegrundstücke

ivd **WERNER und SABINE SAUER KG**
www.sauer-gewerbeimmobilien.de
Kirchblick 3
14129 Berlin (Zehlendorf)
Tel.: 801 50 74
Fax: 801 20 61
E-Mail: info@sauer-gewerbeimmobilien.de

Nordlichter!
Reinickendorf:
Büroflächen
30 m² – 1.000 m²

Mietinformationen
und Anfragen:
0172-310 48 18

Dipl. Ing. Kühne
ollenhauer98.de

PERSONALMANAGEMENT

Lohn- und Gehaltsabrechnungen
flexibel • schnell • unkompliziert

Zum Festpreis,
keine Zusatzkosten!
Fordern Sie Ihr
Angebot an!

• Laufende Lohn- und Gehalts-
abrechnung, auch Bau-lohn
• Kostenfreie Einrichtung Ihrer
Firmen- und Mitarbeiterdaten
• Kostenfreie Meldungen,
Nachweise, Bescheinigungen

PERSONAL ABTEILUNG 24
www.personalabteilung24.de

Personalabteilung24 GmbH | Zum Jagenstein 1 | 14478 Potsdam | Tel. 0331 / 887 24 780 | info@personalabteilung24.de

HALLENBAU

HALLEN IN STAHL

INT-BAU
INDUSTRIE- & STAHLBAU GmbH

INT-BAU GmbH
Geiststraße 32
D-06108 Halle
Tel. 0345/217560
info@int-bau.de
www.int-bau.de

Kundenspezifische Sonder-
lösungen und eigene
Hallensysteme bundesweit

IT-BETRIEB

CRONIQ **WIR DIGITALISIEREN UNTERNEHMEN**

030 398 205 770 | info@croniq.de

Stoppt die Welpendealer!
www.stopptwelpendealer.org

€ 99,-
SALE!

VIER PFOTEN Mehr Menschlichkeit für Tiere

FRAGILE

Foto: 123RF.com/toblatrina

Schnelligkeit garantiert

Vor 90 Jahren rollte die Maschine los: Ständig modernisiert, beliefert die Menzel Elektromotoren GmbH heute Kunden in aller Welt und setzt dabei auf passgenauen Service » Von Ina Kaifi

Qualität ist für uns die vollständige Erfüllung der Kundenerwartung“, sagt Mathis Menzel, der das Unternehmen in der dritten Generation führt – gemeinsam mit seinem Vater Kurt. Sein Anspruch, zuverlässige Produkte mit einer guten Dienstleistung zu koppeln, prägt die 90-jährige Firmengeschichte.

Die begann 1927, als der Großvater von Mathis Menzel, Kurt Menzel senior, mit nur 23 Jahren das Unternehmen gründete und mit der Fertigung großer Industriemotoren inklusive individueller Sonderausführungen für verschiedenste Branchen begann. Während des

Zweiten Weltkriegs wurden die Lagerhallen, Werkstätten und Büros elf Mal von Bomben getroffen und schwer beschädigt. Dennoch gelang es Menzel, das Unternehmen noch während der Berlin-Blockade wieder aufzubauen. 1958 bezog die Firma den neuen, 10.000 Quadratmeter großen Firmensitz in Tiergarten. Für seinen Einsatz als Unternehmer wurde Kurt Menzel senior 1977 mit dem Verdienstkreuz am Bande ausgezeichnet.

Bis heute ist Menzel ein Familienunternehmen, auch wenn die Firma mittlerweile Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Italien und Schweden unterhält. Expansion und Modernisierung prägen die Unternehmensgeschichte der Menzel Elektromotoren GmbH.

Dabei setzt der mittelständische Betrieb auf Erfahrung und kann mit Speziallösungen sowie modernen Bearbeitungs- und Prüfeinrichtungen aufwarten. Menzel garantiert die schnellstmögliche Lieferung größerer Elektromaschinen und Sonderausführungen. Ermöglicht wird das durch einen großen Lagerbestand, der mehr als 20.000 Motoren mit einem Leistungsbereich bis 15.000 Kilowatt umfasst.

Eine eigene Serviceabteilung mit 50 Technikern steht kurzfristig zum weltweiten Einsatz bereit. Allein in Deutschland sind mehr als 20 Servicewagen von Menzel unterwegs. ■

20.000

Elektromotoren umfasst Menzels Lagerbestand. 50 Techniker sind weltweit im Einsatz, um defekte Elektromotoren zügig wieder zum Laufen zu bringen



Schon in den 1930er-Jahren florierte Menzel Elektromotoren. Dieses Jahr feiert das mittelständische Unternehmen sein 90-jähriges Jubiläum

FOTO: MENZEL



Hoteliere der Luxusklasse: Christian Andresen (l.) und Lutz Hesse

THE MANDALA SUITES

20 Jahre Apartments mit dem gewissen Etwas

Das eigene Haus planen, eröffnen und führen ist der Traum vieler Hoteliers. Lutz Hesse und Christian Andresen leben ihn, und das mit großem Erfolg.

Vor zwei Jahrzehnten hatten sie die Idee, einen Ort für Geschäftsleute und Urlauber zu schaffen, der über das Luxus-Hotelzimmer hinausgeht. „Mit unserem Konzept als hochwertiges, international ausgerichtetes Serviced Apart-

ment Haus waren wir 1997 die Pioniere im Markt“, so Hesse.

Die insgesamt 80 zwischen 40 und 100 Quadratmeter großen Vier-Sterne-Studios und -Suiten in der Friedrichstraße haben nicht nur Wohnungscharakter, sie bieten dazu den Komfort und Service einer gehobenen Unterkunft. Das Besondere an ihnen sind aber auch das gute Design und das besondere Ambiente: edle Einrichtung, Geräumigkeit, im 8. Stock können Gäste im Frühstücksraum beim Espresso Berlin von oben genießen. „Wir wollten von Anfang an in und für Berlin etwas ganz Besonderes erschaffen“, sagt Andresen und weil er und Hesse mit ihrem Konzept goldrichtig lagen, konnten sie nur zwei Jahre später „The Mandala Hotel“ in ebenso zentraler Lage an der Potsdamer Straße eröffnen.

Impulsgeber für das „Neue Berlin“ sein, war eins der Ziele der Hoteliers. „Wir freuen uns sehr darüber, dass wir mit unserem Haus einen Teil dieser Vision mitgestalten konnten“, meint Hesse im Rückblick. < IKA

„
Wir wollten in
und für Berlin von
Anfang an etwas
ganz Besonderes
erschaffen.“

CHRISTIAN ANDRESEN

Gemeinsam mit Lutz Hesse Gründer der „Mandala Suites“

FOTOS: THE MANDALA SUITES, KASTANIENHOF/MAASS

KASTANIENHOF

Eine Familie und ein Hotel

Der Fall der Mauer war für die in Ostberlin alteingesessenen Hauptmanns ein Ansporn für den beruflichen Neubeginn. Auf dem Familiengrundstück in der Kastanienallee 65/66 sollte die Pension Kastanienhof entstehen. Bevor aber der Betrieb mit den ersten sechs Zimmern 1992 eröffnet wurde, mussten einige Hürden überwunden werden. Es mangelte an Handwerkern, Geld und Wissen um die neue Rechtslage und bei der Eröffnung am 1. April zunächst auch an Gästen.

Aber die Familie Hauptmann bewies Durchhaltevermögen. Anpacken, sparsam denken und die Zukunft im Blick haben – so das Motto. In den folgenden Jahren verwandelte sich die kleine Pension in ein Drei-Sterne-Hotel mit 44 Zimmern und der Gaststätte „Ausspanne“.

Einzigartig sind die Sammlungen der historischen Fotos, Dokumente und Gegenstände zur Geschichte vom Prenzlauer Berg, die in den Fluren und Zimmern zu finden sind.

Um die Nachfolge für den Kastanienhof müssen sich Gründer Otto Hauptmann und sein Sohn Uwe übrigens keine Gedanken machen, seit 2015 gehört Enkel Maximilian bereits zur Geschäftsleitung. < BLOE



Christian Wiesenhütter, Stellvertreter der IHK Berlin (l.), und drei Generationen der Familie Hauptmann

Zum Lachen in den Keller

Talentschmiede für Bühnen- und TV-Stars: Der „Quatsch Comedy Club“ von Thomas Hermanns feiert 25-jähriges Jubiläum im Souterrain des Friedrichstadt-Palastes » Von Oliver de Weert

Die Anfänge liegen zwar in Hamburg, inzwischen aber ist der „Quatsch Comedy Club“ ein waschechter Berliner. Gegründet hatte Thomas Hermanns seine Stand-up-Comedy-Bühne bereits 1992, vor 15 Jahren wechselte der Zieh-vater ganzer deutschsprachiger Comedy-Generationen dann mit dem Stammsitz von der Elbe an die Spree. Nun wird ein ganzes Jahr lang das volle Vierteljahrhundert gefeiert.

In Berlin ist sowohl die wichtigste Spielstätte beheimatet, als auch das dahinter stehende Unternehmen: die Se-

rious Fun GmbH, deren Geschäftsführer Hermanns ist. Bis zu 50 Mitarbeiter sind in der Hauptstadt tätig, überwiegend rund um die Bühnenshow, ein kleinerer Teil im Produktionsbüro. Von dort aus wird das kleine Comedy-Imperium geführt. Sein Mittelpunkt ist ein ehemaliges Revuetheater im Souterrain des Friedrichstadt-Palastes, zum Lachen geht es also in den Keller. Neben Berlin und einer Hamburger Dependance gibt es Gastspiele des Quatsch Comedy Clubs in Stuttgart und Düsseldorf. Auch Auslands-Engagements hat das Team bereits gestemmt, bis hin ins chinesische Shenzhen.

Eher Club-Geschichte ist die permanente Fernsehpräsenz von Hermanns und seinen Comedians. Von 1993 bis 2010 gab der Gastgeber den Bildschirm-Conférencier, anfänglich beim Bezahlsender Premiere, von 1995 an dann im Programm von ProSieben. Auch dank dieser TV-Auftritte wurden im Quatsch Comedy Club Stars des Genres geboren: Michael Mittermeier etwa, Dieter Nuhr und Atze Schröder traten dort auf, lange bevor sie große Hallen füllen konnten oder eigene Sendungen erhielten. Die Professionalisierung und den Hype um Comedians betrachtet Hermanns mit gemischten Gefühlen. „Millionäre machen keine guten Gags“, befand er unlängst in der deutschen „Huffington Post“.

Von den bekannten Namen aus Anfangstagen ist vor allem Ingo Appelt dem Club dauerhaft treu geblieben. Neben anderen Comedy-Routiniers wie Ingo Oschmann oder Oliver Pocher stehen bei den Live-Shows an der Friedrichstraße immer wieder auch Newcomer auf der Bühne. Nachwuchsförderung ist im Quatsch Comedy Club von jeher groß geschrieben worden – auch schon, als die ganze Sparte Stand-up-Comedy in Deutschland noch Förderbedarf hatte.

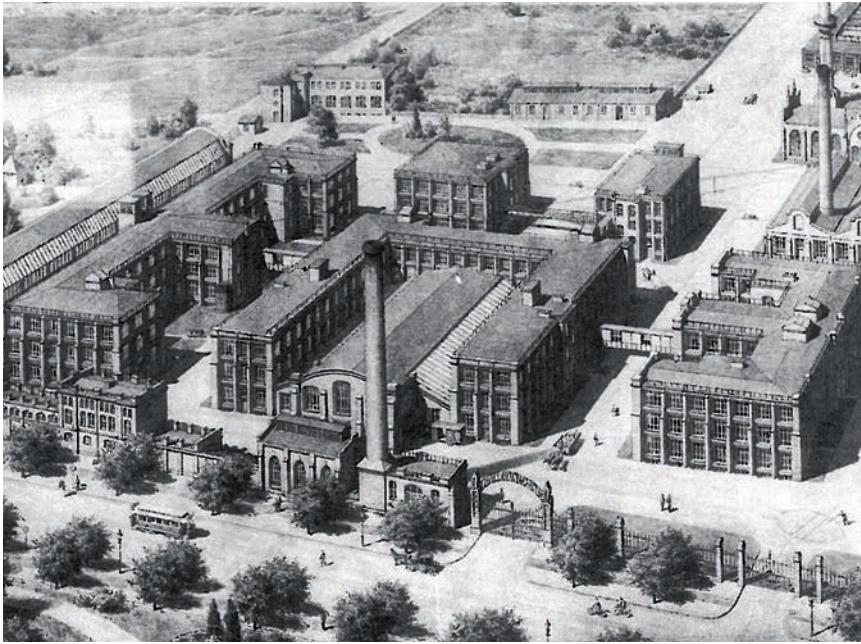
2015 wagte Hermanns einen Vorstoß in digitale Kanäle. Der Video-on-Demand-Anbieter Watch4 nahm die Show ins Angebot auf. Allerdings wurde die Zusammenarbeit bereits wenige Monate später wieder beendet. Im Jubiläumsjahr soll es nun eine Rückkehr ins Fernsehen geben – wann und wo wird noch nicht verraten. Amtsmüde ist Thomas Hermanns nicht, im Gegenteil: Er freut sich bereits auf den 50. Club-Geburtstag. Mit fast 80 ginge der Comedy-Vater dann eher als Großvater durch. Aber vielleicht hält Lachen ja einfach jung. ■

50 Mitarbeiter hat das kleine Humor-Imperium von Thomas Hermanns in Berlin. Hinter dem Quatsch Comedy Club steht die Serious Fun GmbH, deren Geschäftsführer Hermanns ist. Neben dem Stammsitz in Berlin gibt es eine Dependance in Hamburg, wo alles angefangen hatte



Geschäftsführer, Intendant, Comedy-Ziehvater: Thomas Hermanns in seinem Club

FOTO: SVEN DARMER



Nach dem Tod von Ludwig Loewe 1886 übernahm sein Bruder Isidor die Fabrik. 1897 zog sie in die Huttenstraße um

UNTERNEHMENSHISTORIE

Großer Freund der Genauigkeit

Er fertigte Nähmaschinen genauso wie Waffen, vor allem aber legte der Unternehmer Ludwig Loewe Normen fest und war auch mathematisch höchst versiert » Von Björn Berghausen (BBWA)

Als Ludwig Loewe am 7. Dezember 1869 sein Unternehmen in der Kreuzberger Hollmannstraße 32 gründete, hatte er klare Ziele der modernen Unternehmensorganisation vor Augen: „Typenbeschränkung, Normung, wissenschaftliche Arbeitsvorbereitung und exaktes Messen.“

Was bedeutet das? Bei der „Ludw. Loewe & Co. KG a.A. für Fabrikation von Nähmaschinen“ wurde anfangs nur ein einziges Modell einer technisch ausgereiften Nähmaschine hergestellt, um Kosten zu

senken. Als Loewe 1879 von den Nähmaschinen abließ und sich Waffenteilen und Werkzeugmaschinen zuwendete, wurde die Produktion auf wenige Typen mit möglichst vielen Normteilen beschränkt.



Produzierte nach Maß: Ludwig Loewe

Mangels Vorbildern legte das Unternehmen Loewe eigene Normen fest, nach denen in einer Spezialfabrik für Normteile ab 1902 produziert wurde. Die wissenschaftliche Arbeitsvorbereitung schloss eine mathematische Vorberechnung der Bearbeitungskosten ein, womit Loewe zum Vorreiter der Selbstkostenrechnung wurde. Außerdem sorg-

te das perfektionierte Messwesen für die Gewährleistung wirklich gleichförmiger Teile, deren Nachbearbeitung nahezu wegfiel.

Das Unternehmen wurde nach Ludwigs Tod von seinem Bruder Isidor (1848-1910) ausgebaut: 1892 wurde die elektrotechnische Abteilung ausgegliedert in die Union Elektrizitäts Gesellschaft. 1894 gründete Loewe die Gesellschaft für elektrische Unternehmungen, die als „Gesfürel“ eine der bedeutenden Finanzierungsgesellschaften der Elektrifizierung war. 1898 floss die Abteilung Waffenfertigung in die neuen Deutschen Waffen- und Munitionswerke ein, deren bekanntestes Produkt die Parabellum-Pistole wurde.

1897/98 zog das Unternehmen in die Huttenstraße 17-20, wo 1907 das auffällige Verwaltungsgebäude von Alfred Grenander hinzukam. 1929 fusionierte Loewe mit der Gesfürel. Loewe produzierte Maschinen und Maschinenteile: von der Stiftschraube für die Automobil- und Elektroindustrie über Druckgussteile für Büromaschinen, Haushaltsgeräte oder Funk- und Fernsehgeräte bis hin zu mechanischen und elektrischen Zählern.

1936 wurden Isidors Söhne Erich und Egon Loewe sowie Schwiegersohn Oskar Oliven (1870-1939) von den Nazis ins Exil vertrieben. Loewe setzte in den Kriegsjahren Zwangsarbeiter ein, mehrere hundert waren in Lagern untergebracht.

Nach Zerstörungen und Demontage fing das Unternehmen nach dem Krieg mit 200 Mitarbeitern wieder an, 1937 hatten hier noch 3.100 Menschen gearbeitet. Es ging wieder bergauf, bis Ende der 1950er Jahre dann die Auftragslage knapp wurde.

1963 wurde es Teil des AEG-Telefunken-Konzerns und 1967 der Deutschen Industrieanlagen AG. Im Jahre 1980 wurden die Reste des Unternehmens verkauft und 1983 endgültig abgemeldet. ■

FOTOS: BBWA

Stark in Berlin und Brandenburg

TransPak ist immer auch in Ihrer Region niedergelassen. Durch diese räumliche Nähe haben Sie die Gewähr, zuverlässig und flexibel von uns beliefert zu werden. Auch Termine vor Ort sind jederzeit möglich, bei denen Ihr Einsparpotenzial ermittelt werden kann. Bei einem »Verpackungsnotfall« können wir schnell reagieren und innerhalb von wenigen Stunden Verpackungsmaterial nachliefern.

»Aus der Region – für die Region«. Getreu unserem Motto beliefern wir Sie nach Möglichkeit mit Verpackungsmaterialien und Kartonagen aus Berlin-Brandenburg.

Wir unterstützen gerne regionale Hersteller und verschaffen Ihnen Wettbewerbsvorteile durch besonders günstige Konditionen.

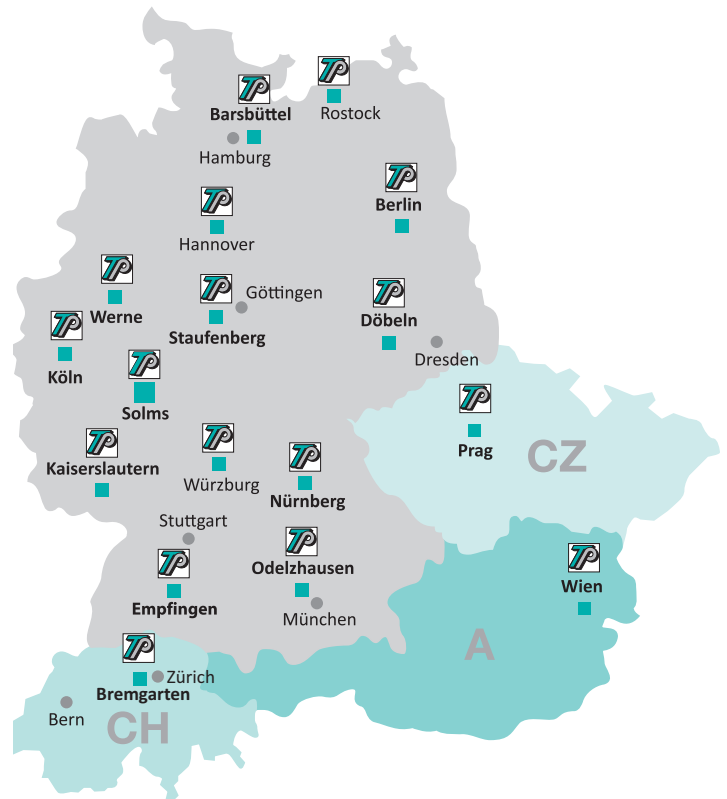
Unsere Vorteile als Lieferant vor Ort

- zuverlässige, flexible Belieferung
- schnelle Nachlieferung in Notfällen
- unkomplizierte Vor-Ort-Termine
- Unterstützung der regionalen Wirtschaft

Kurze Wege Ansprechpartner vor Ort

TransPak finden Sie direkt in Berlin. Unsere Verpackungsberater besuchen Sie fast jederzeit und unterstützen Sie bei allen Themen rund um die Verpackung. Ihre Anfragen werden umgehend bearbeitet und zu Ihrer Zufriedenheit gelöst.

TransPak GmbH
Holzhauser Str. 153, 13509 Berlin
Tel.: 030 / 40 72 89 – 6
E-Mail: info@transpak-berlin.de
Internet: www.transpak-berlin.de



Lieferant für Verpackungsmaterial Experte für Verpackungslösungen

Wir beraten unsere Kunden umfassend in Verpackungsfragen, entwickeln wirtschaftliche Verpackungslösungen und beliefern Unternehmen zuverlässig mit dem passenden Material. Unser Schwerpunkt liegt auf Logistik- und Versandverpackungen wie Kartons, Klebeband, Stretchfolie, Füllmaterial oder bedruckten Versandbeuteln.



TransPak
VERPACKUNGSMITTEL BUNDESWEIT

*Vorsprung
durch Service!*

Lösungen von TransPak – so individuell wie Ihre Anforderungen



Unternehmer Fabian Görres (5. v. r.) berichtete beim IMMS-Netzwerktreffen von seinen Erfahrungen. Mit dabei: Jan Pörksen, IHK-Geschäftsführer Beratung und Service (2. v. r.)

Wie man seinen Traum lebt

Auf dem Netzwerktreffen der Initiative „Ich mach mich selbstständig“ zeigte sich, dass sich der ehrenamtliche Einsatz von Unternehmern an Schulen lohnt » **Von Alica Paeske**

Die Initiative „Ich mach mich selbstständig“ (IMMS), die durch ehrenamtliche Unternehmer das Thema Entrepreneurship und Selbstständigkeit in die Schulen bringt, erntet erste Früchte. Auf dem Netzwerktreffen bei Sonja Jost, Gründerin des Start-Ups DexLeChem in Mitte, war mit Fabian Görres ein erfolgreicher Unternehmer dabei, der über die Initiative IMMS zur Gründung inspiriert wurde.

Görres ist ein Beispiel dafür, dass die im Jahr 2008 von Daniel-Jan Girl, Geschäftsführer der DGMK Deutsche Gesellschaft für multimediale Kundenbindungssysteme, ins Leben gerufene Initiative auf fruchtbaren Boden fällt.

Girl war im Sommer 2008 an das Albert-Schweitzer-Gymnasium gekommen, um seine persönlichen Erfahrungen als selbstständiger Unternehmer weiterzugeben. Der lebendige Vortrag inspirierte den Schüler Fabian Görres, erste Partyveranstaltungen mit gerade mal 19 Jahren

selbst zu organisieren. Inzwischen konzentriert er sich auf Firmenveranstaltungen, etwa für Vattenfall.

„Durch den frühzeitigen Kontakt zu Entrepreneuren an meiner Schule habe ich mich für die Selbstständigkeit entschieden“, erzählt Görres. „Damit auch andere Schüler solche Träume verwirklichen können, gehört die Gründungsausbildung an jede weiterführende Schule in Berlin.“

Im Jahr 2015 gründet er gemeinsam mit seinem Bruder sein zweites Unternehmen „Tortuga Hausboote“, ein Jahr später die „Fotodings Fotobox“. Und in diesem Jahr baut er mit der Event- und Marketingagentur „Breakout Moments GbR“ gemeinsam mit seinem Partner Rick Ziembra bereits sein viertes Unternehmen auf. Seine Gründungsbegeisterung steht unter dem Motto „Nur wenn du tust, was du liebst, kannst du Außergewöhnliches schaffen“.

Momentan absolviert er neben seiner Selbstständigkeit seinen Master of

Engineering in Veranstaltungstechnik und -management, um praktische Erfahrungen mit theoretischem Fachwissen zu kombinieren. Die Schulen und Hochschulen, die die Initiative „Ich mach mich selbstständig“ in ihren Unterricht einladen, dürfen sich auf viele weitere spannende Vorträge des Jungunternehmers freuen.

Außerhalb der üblichen Schul- und Hochschulveranstaltungen bot das Netzwerktreffen einen guten Anlass für Unternehmer sich kennen zu lernen und auszutauschen.

Die Gastgeberin Sonja Jost bot einen Rundgang durch das Labor DexLeChems an, das seinen Standort im CoLaborator von Bayer hat. Jost möchte mit ihrer Verfahrensinnovation einen nachhaltigen Beitrag in der grünen Chemie leisten. ■



WEITERE INFORMATIONEN

Erfahrungsberichte und Kontaktdaten für Unternehmer und Schulen: www.ihk-berlin.de/IMMS



Hauptgeschäftsführer der vier IHKs: Jan Eder (Berlin), Gundolf Schuelke (Ostbrandenburg), Mario Tobias (Potsdam) und Maik Bethke (Cottbus; v. l.)

Konjunktur in Hochform

60.000 neue Arbeitsplätze, steigende Investitionen und Exporte: Das wirtschaftliche Klima in Berlin und Brandenburg ist gut – nur die Großwetterlage wird instabiler » **Von Christian Nestler**

Rastlos ist Berlin, niemals gerronnene Form, immer energisch Bewegtes. Menschen strömen morgens durch die Straßen, hinein in Büros, Officespaces und Ateliers, auf Baustellen und in Fabriken und Geschäfte. Sie kaufen und verkaufen, entdecken und designen und produzieren; gründen Unternehmen, suchen Partner und Zulieferer; werben um Kunden. Schreiben Stellen aus; bewerben sich auf diese; projektieren und errichten Gebäude, die jeden Tag einen neuen Horizont erschaffen. Diese Lebendigkeit des Agierens lässt sich in einem nüchter-

„
Nie zuvor in der Umfrage der vier IHKs war die Stimmung der Wirtschaft über einen solch langen Zeitraum derart gelöst.

“
JAN EDER
 Hauptgeschäftsführer der IHK Berlin

nen Wort zusammenfassen: Ökonomie. Und deren Verfasstheit in einem Begriff subsumieren, der vielen wenig sagt und trocken auf der Zunge klebt: Konjunktur.

Um diese ist es zum Jahresbeginn 2017 in Berlin und Brandenburg gut bestellt. Die Nachfrage wächst – nahezu 60.000 Stellen wurden im Verlauf des vergangenen Jahres neu geschaffen, die Löhne sind in einigen Branchen gestiegen, der Staatskonsum hat sich erhöht. Mehr Gäste als je zuvor haben die Region besucht. Die Unternehmen investieren – wenn auch nicht übermäßig. Läden, Gaststätten und Hotels werden eröffnet. Industriebetriebe digitalisieren Abläufe, IT-Unternehmen in Berlin bieten dafür Lösungen an. Die Ausfuhren steigen, Auslandsmärkte werden weiter durchdrungen.

Das wirtschaftliche Wachstum übertrifft den Bundesdurchschnitt und ruht auf soliden Fundamenten: dem im Metropolraum Berlin vergleichsweise guten Fachkräfteangebot – wenn auch in einzelnen Branchen Engpässe existieren. Der Attraktivität der Agglomeration für Menschen aus aller Welt; der ex-

FOTO: MICHAEL BRUNNER

zeptionellen Forschungs- und Lehrlandschaft. Der Aufschwung der Region setzt sich also fort, die Konjunkturergebnisse sind dafür ein gutes Indiz. Sorgenlos ist die Wirtschaft der Region trotzdem nicht. Es zeichnen sich interne und externe Risiken ab, welche die Konjunktur über kurz oder lang scharf ausbremsen können. So sorgen sich die Unternehmen wegen wieder steigender Energiekosten, und auch die Entwicklung der politischen Rahmenbedingungen wird kritischer bewertet als noch vor einigen Monaten.

Die größten Gefahren für die konjunkturelle Entwicklung der Region kommen jedoch von außerhalb. So sind die geplanten protektionistischen Maßnahmen der US-Administration geeignet, das in den letzten 70 Jahren entstandene

135

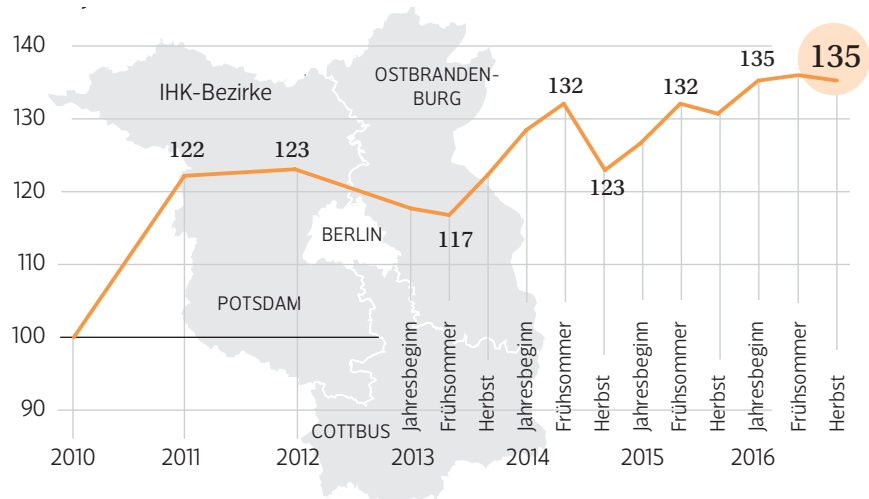
Punkte erreicht der Konjunkturklimaindex in diesem Frühjahr – soviel wie Anfang des vergangenen Jahres. Gefahren drohen der konjunkturellen Stabilität von außen

Handelssystem und dessen zugrundeliegenden Paradigmen ernsthaft zu erschüttern. Die direkten Auswirkungen auf die Berliner Industrie könnten gravierend sein, denn die USA sind deren größter Auslandsmarkt. Stärker dürften in einem solchen Szenario jedoch indirekte Effekte die Wirtschaft der Region erschüttern. Im Falle einer Exportkrise, die vor allem die industriegeprägten Regionen Deutschlands beträfe, würde die Binnennachfrage in Mitleidenschaft gezogen. Die Folgeeffekte dürften sich in Berlin mit seiner ausgeprägten Handels- und Dienstleistungsstruktur weitläufig niederschlagen. Der Konjunkturhimmel über Berlin-Brandenburg ist also im Moment nahezu wolkenlos. Aber man kann sich dieser Wetterlage nicht mehr so sicher sein wie noch vor einigen Monaten. ■

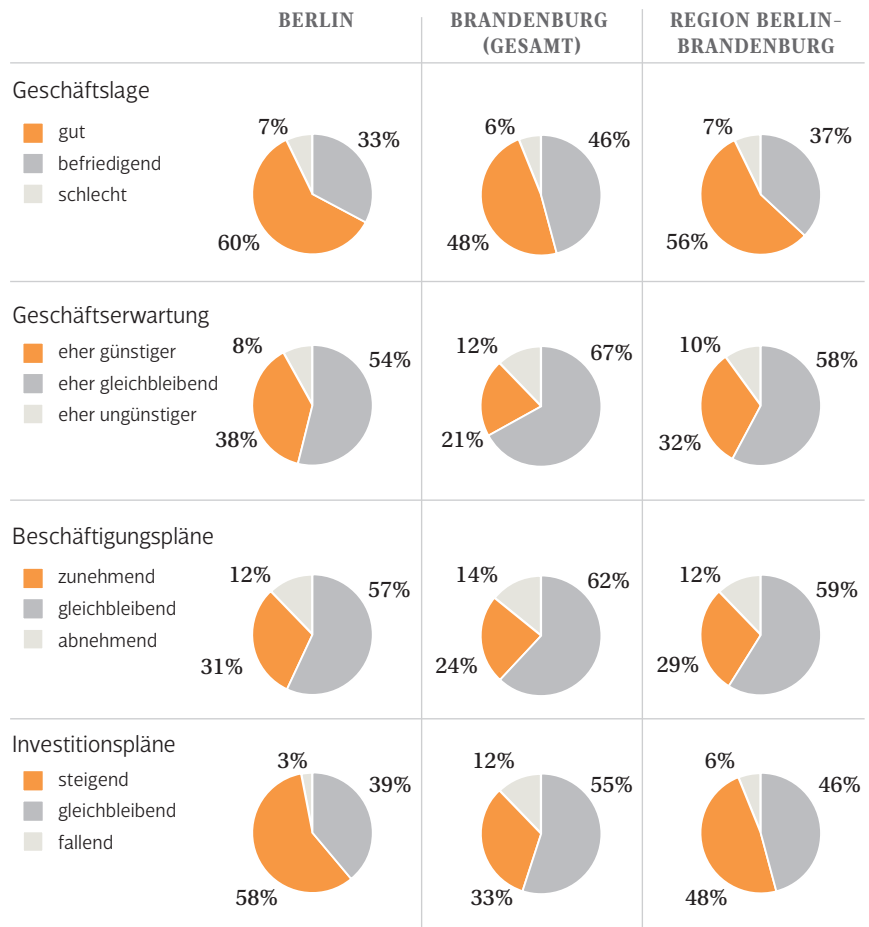
KONJUNKTURKLIMAINDEX BERLIN-BRANDENBURG

UMFRAGE

Der Wert spiegelt die positive Entwicklung in Berlin und Brandenburg wider, es zeichnen sich jedoch Risiken ab, die die Konjunktur ausbremsen könnten



Index: Saldo aus negativen und positiven Einschätzungen zu Geschäftslage und -erwartungen. Werte kleiner 100: negativ überwiegt; größer 100: positiv überwiegt.



Grafik: Henriette Anders

Quelle: IHK

Der eigentliche Star ist die Stadt

„Wirtschaftsfaktor Film in Berlin“: Medienboard Berlin-Brandenburg und die IHK luden zu einer hochkarätig besetzten Talkrunde in den Delphi-Filmpalast ein » **Von Christine Nadler**

Jeder Euro, der investiert wird, bringt Wertschöpfung in die Stadt. Hier müssen wir den Scheinwerfer drauf richten: Berlin ist der Star!“, formulierte IHK-Hauptgeschäftsführer Jan Eder am Anfang des Abends, und die fachkundige Talkrunde auf dem Podium vor der Delphi-Filmleinwand bestätigte dies im Laufe der Diskussion voll und ganz. Gut besucht war die zweistündige Veranstaltung am 6. Februar, kurz bevor der Berlinale-Stress für viele losging. Aber an diesem Abend schienen sie sich alle noch mal Zeit genommen

zu haben, um dem Filmstandort Berlin-Brandenburg ein Loblied zu singen.

Filmjournalist Knut Elstermann moderierte den Abend und hatte auch die Freude, als „Weltpremiere“ den neuen Werbetrailer für den Filmstandort zu starten: In kurzen Statements geben eine Vielzahl von Filmstars von Daniel Craig über Cate Blanchett oder Julianne Moore bis zu Tom Hanks – und natürlich auch Regisseure wie Steven Spielberg oder Wim Wenders – der Stadt die aller herzlichsten Komplimente. Kein schlechter Einstieg für diesen Abend, denn als Ki-

nogänger hatte man immer die dazu passenden Filmbilder im Kopf.

Berlinale-Direktor Dieter Kosslick trug mit seinem – wie er schmunzelnd sagte, „Standortreferat“ – sehr zur Unterhaltung bei, in dem er den viel zitierten Nutzen der Filmförderung erklärte: „Man bekommt einen Euro, dann Hokuspokus, sind das plötzlich 5,60 Euro, und das nennt man dann den Standorteffekt!“. Überzeugend auch sein Beweis einer stabilen Ehe zwischen Berlin und dem Film: „Vor über 120 Jahren zeigten die Gebrüder Skladanowski 1895 mit dem Bioscop die ersten kleinen Filmchen im Wintergarten-Variété, danach wurde Berlin hunderte Male im Kino verewigt. Wim Wenders ‚Himmel über Berlin‘ machte die Stadt 1987 zu einer Marke. Und hier kommt Kirsten Niehuus ins Spiel: 21 vom Medienboard geförderte Filme sind bei der Berlinale in diesem Jahr dabei. Das ist toll!“ – Auch Kosslick trug in seinen 16 Berlinale-Jahren kräftig zu ihrem Erfolg bei: Seit ihrer Gründung 1951 wuchs sie mit 500.000 Zuschauern

FOTOS: CHRISTIAN KRUPPA



Das Delphi bot den angemessenen Rahmen für die Diskussion über den Film und Berlin



„Standortreferat“: Berlinale-Chef Dieter Kosslick

und 20.000 Fachbesuchern zu einem der weltgrößten Filmfestivals heran.

Darauf und auf die technisch-handwerklichen Pluspunkte am Standort kann die Region stolz sein: Mehr als einmal wurden die guten Filmhandwerker hier gelobt, die computer-generierten Hightech-Filmbilder für das SiFi-Genre, die hier entstehen und natürlich immer wieder die „Locations“.

Der Regierende Bürgermeister Michael Müller gab das Lob in seine Richtung an die Berliner zurück: Schließlich seien „5000 Drehtage im Jahr schon sehr viel in einer Stadt wie Berlin, wenn man in Gedanken noch alle Staus und Demos hinzurechnet, die auch für Verkehrsprobleme sorgen“. Aber Berlin sei zweifelsohne eine filmfreundliche Stadt. Stefan Arndt, Produzent der neuen TV-Krimi-Serie „Babylon Berlin“ hat es gerade bei den Dreharbeiten selbst erlebt. Die Serie beruht auf den Krimis von Volker Kutscher um Kommissar Gereon Rath und spielt im Berlin der 20er Jahre. Und wieder ist Berlin der Star.

Studio-Babelsberg-Vorstand Christoph Fisser verglich die Drehorte München und Berlin: „Wir erfahren hier ganz viel Entgegenkommen durch die Politik“, betonte er. Im Kino konnten es selbst alte Berliner kaum glauben, wie authentisch alles an der Glienicker Brücke in „Bridge of Spies“ aussah. Aber nun soll die „städtische Optik“ durch eine nagelneue 16 Mio. Euro teure Studio-Dreh-Straße noch getoppt werden. Fisser: „Wir haben in Berlin schon viele andere Länder dargestellt.“

Kirsten Niehuus, Geschäftsführerin Filmförderung der Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH, klärte über das „Gewicht“ der starken Serien-Produktion in der Region auf: „In Filmstunden berechnet, ist die eine oder andere Serie so lang oder groß wie zwölf Filme“, meinte sie. Verlässlichkeit für die Filmwirtschaft sei ein wichtiges Kriterium bei Filmförderung und Politik. Nur so können sich Schauspielerinnen und Regisseurinnen wie Karoline Herfurth der Mittel für ihre kreative Unabhängigkeit sicher sein. Ein Schlusssatz, dem alle zustimmten. ■

BREAD & BUTTER

Neue Runde

Zum zweiten Mal findet in diesem Jahr unter der Regie von Zalando die Bread & Butter statt. Vom 1. bis 3. September präsentiert die Modemesse in der Arena Treptow auf mehr als 10.000 Quadratmetern urbane Alltagsmode, Musik und Lifestyle.

„Bold“ lautet das Motto der diesjährigen Veranstaltung, was soviel bedeutet wie kühn, mutig oder kräftig. Laut Veranstalter gehe es darum, die Menschen darin zu bestärken, ihren eigenen Weg zu gehen und sich keine Modetrends diktieren zu lassen. Insgesamt sollen etwa 50 Modelabel vertreten sein, Veranstalterangaben zu Folge haben Adidas, Alpha Industries, Converse, Lee, Reebok und Vans bereits zugesagt. < BW

LOLLAPALOOZA

In Hoppegarten

In diesem Jahr wird das Festival Lollapalooza am 9. und 10. September auf der Galopprennbahn in Hoppegarten stattfinden. Damit hat das Spektakel seinen dritten Standort in drei Jahren: Nachdem es das Tempelhofer Feld wegen der dortigen Flüchtlingsunterkünfte nicht länger nutzen konnte und es im Treptower Park zu Anwohnerprotesten gekommen war, zieht es nun also vor die Tore Berlins.

Um die Rennbahn auch nach dem Festival noch für ihren eigentlichen Zweck nutzen zu können, soll das Festival ausschließlich im Innenraum stattfinden. Zu den Bands, die verpflichtet werden konnten, gehören die Foo Fighters, Mumford & Sons, die Briten London Grammar und Metronomy, die Berliner Beatsteaks, Annenmaykanterreit aus Köln sowie die Rapper Marteria und Cro. < BW



Unterhaltungsfaktor Kino: Jan Eder, Michael Müller, Kirsten Niehuus und Dieter Kosslick (v. r.)

Berlin – ein gutes Pflaster für smarte Industrie

Viele Mittelständler, eine starke Gründerszene und mehr als 100 Forschungseinrichtungen bieten ein attraktives Umfeld für Industrie 4.0 » **Von Daniel Hönow**

Durch Industrie 4.0, die Digitalisierung der Produktion, können erhebliche Produktivitätssteigerungen erzielt werden: Neue smarte Geschäftsmodelle, innovatives Maschinen- und Anlagenleasing oder maßgeschneiderte Serviceangebote erfahren durch Vernetzung und Big-Data-Analysen eine neue Qualität. Intelligente Logistik minimiert den Lagerbedarf. Fertigung und produktionsnahe Dienstleistungen verschmelzen zu einer Branche.

Mit der Digitalisierung verschwimmen die Grenzen zwischen Business-to-Business und Business-to-Consumer: Industrie rückt näher an den städtischen Kunden. Der Bedarf, urban zu produzieren, wächst. Das schafft kurze nachhaltige Lieferketten und hilft bei der Kostenkalkulation. An vielen Orten geht schon heute effiziente Kleinfertigung im 3D-Druck in Serie. Begleitet wird der Trend von der Entwicklung schonender Materialien und neuen Verfahren der „grünen“ Chemie.

In Berlin findet smarte Industrie gute Voraussetzungen. Mehr als 100 Forschungseinrichtungen, eine starke Gründerszene und viele Mittelständler bilden ein attraktives Umfeld für Unternehmen und Fachkräfte. Die Stadt verfügt über eine gewachsene Mischung aus Wohn- und Gewerbeflächen mit kurzen Wegen und gestaltbaren Freiflächen.

Politisch bleibt für den neuen Senat dennoch einiges auf der Agenda: Digitalisierung bedeutet Speed, dem auch die Verwaltung standhalten sollte. Hier be-

„*Smart City ist für mich, wenn ich in der Stadt produzieren kann.*“

„In einer Metropole wie Berlin brauchen wir Vielfaltigkeit in den Nutzungen. Hierzu gehört die Industrie, ohne die die wirtschaftliche Entwicklung Berlins auch zukünftig nicht denkbar ist. Durch neue technische Möglichkeiten in der Produktion, aber auch an Gebäuden, lassen sich Konflikte mit anderen Nutzungen vermeiden. Gerade die innovative Industrie-4.0-Produktion gibt uns die Möglichkeit, die Stadt neu zu denken und im Stadtquartier Industrie, Kreativität und Wohnen zu verbinden. Dagegen stehen veraltete baurechtliche Rahmenbedingungen, wenig innovationsoffenes Verwaltungshandeln, zu wenig Bandbreite/WLAN und oft eine überholte Genehmigungspraxis.“



THOMAS DREUSICKE

India-Dreusicke
Mitglied des
IHK-Kompetenz-
teams Mittelstand

steht sowohl bei der technischen Ausstattung als auch beim Personalmanagement großer Modernisierungsbedarf. In „Testbeds“ müssen außerdem Industrie-4.0-Experimente ermöglicht werden. Nach einer erfolgreichen Testphase werden genügend Räume und Flächen gebraucht, um Ideen zur produktionsreife zu führen. Nicht zuletzt muss dabei das Nebeneinander von Produktion und Wohnen konfliktfrei organisiert werden. ■

SMART CITY BERLIN

Industrie 4.0

Neue urbane Produktion, Großraum Stuttgart: Im Zentrum Fellbachs wurde direkt neben eine Passivhaussiedlung eine sogenannte Schaufensterfabrik gebaut. Die Smart Factory dient als Erprobungsstätte für innovative Industrie-4.0-Konzepte zu neuen Arbeitsformen, interner und externer Vernetzung sowie Wertschöpfungsketten auf engstem Raum. Mehr Best Practices im Internet unter www.ihk-berlin.de/smart-city. < BW



Smart Factory im Zentrum Fellbachs

INFO

„Innovativ, interaktiv, intelligent“ – eben smart

Positionspapier der IHK Berlin benennt Handlungsvorschläge

Das Positionspapier formuliert die wichtigsten Handlungsvorschläge aus Sicht der Wirtschaft, um die Debatte für eine smarte Stadt zu beleben und Politik und Verwaltung aufzufordern, die notwendigen Schritte zu unternehmen.

Mehr Informationen unter:
www.ihk-berlin.de/smart-city



FOTOS: AMIN AKHTAR/IHK BERLIN, WITTENSTEIN AG

STUDIE

Gute Noten für die City West

Die gute Nachricht ist: Die Menschen fahren immer noch zum Einkaufen in die Innenstadt. Die schlechte: Nicht nur das Warenangebot entscheidet darüber, ob sie es tatsächlich auch tun, sondern auch Flair und Ambiente der Innenstadt. Und da besteht bei einigen Städten noch Verbesserungsbedarf. Nicht jedoch in Berlin.

Das ist in Kürze das Ergebnis der Studie „Vitale Innenstädte 2016“, die das Institut für Handelsforschung Köln durchgeführt hat. Berlin beteiligte sich daran zum ersten Mal, auf Initiative der IHK, der AG City und des Handelsverbands. An zwei

Tagen im September 2016 wurden etwa 1.000 Besucher der City West befragt. Ihre Attraktivität bewerteten sie insgesamt mit einer „2,0“, das reichte für einen Spitzenplatz in der Großstadtkategorie.

Sehr gute Noten bekam Berlins westliches Zentrum beim Warenangebot, Verbesserungsbedarf sahen die Besucher bei Parkmöglichkeiten und der Ausstattung mit Sitzgelegenheiten. Auffällig ist, dass immer mehr digitale Services zu wichtigen Kriterien gehörten, etwa wünschten sich 74 Prozent freies WLAN in der City West. „Damit der stationäre Handel

stark bleibt, müssen wir die Herausforderungen der Digitalisierung meistern und die Chancen nutzen“, kommentierte Günter Päts vom Handelsverband Berlin-Brandenburg. Für Uwe Timm von der AG City bedeuten die Ergebnisse, dass es beim Besuch der Innenstadt um ein Gesamterlebnis geht, „zu dem Interaktionen mit Freunden und Bekannten als auch ein hoher Wohlfühlfaktor gehören“.

Die guten Noten für Berlin freuen auch die IHK. Die Attraktivität städtischer Zentren sei auch eine politische Aufgabe, so Christian Wiesenhütter, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer. Erreichbarkeit und öffentliche Infrastruktur sind für Einzelhandelsstandorte entscheidend, resümiert er. < HART



Warenangebot gut, einiges könnte noch besser werden: Laut einer aktuellen Studie bekommt die Berliner City West insgesamt gute Noten

MEHRWEGSYSTEM

2400 Tonnen Abfall – Absage an die Wegwerfbecher

Ein kurzer Stopp am Café nebenan oder an der Bäckerei um die Ecke – auf dem Weg zur Arbeit gehört der Coffee-to-go zum hippen Alltag der Berliner. Das freut Gastronomie und Handel und lässt Umsätze steigen. Doch die plastikbeschichteten Becher wachsen zu riesigen Müllbergen an. Um die 2400 Tonnen Abfall wieder schrumpfen zu lassen, hat sich die neue Koalition die Entwicklung eines Mehrwegbechersystems auf die Fahnen geschrieben.

Begleitet von einer Fotoaktion zur Initiative „Becherheld“ der Deutschen Umwelthilfe haben Berliner Politiker nun einen Antrag im Abgeordnetenhaus gestellt, um ein Mehrwegsystem für Kaffeebecher einzuführen. Auch die Kaffeeverkäufer möchte man dabei einbinden. Sie sollen den Kaffee in die von Kunden mitgebrachten Becher abfüllen und dafür einen Rabatt gewähren. Der Verbraucher hat so einen Vorteil und trägt außerdem zu einem sauberen Stadtbild und zum

Schutz der Umwelt bei. Um vom Wegwerfbecher loszukommen, wollen Politiker auch einen attraktiven Mehrwegbecher für Berlin etablieren. Mehrere Initiativen dazu sind bereits angelaufen. Die IHK steht im Austausch mit den Entwicklern dieser Projekte und unterstützt die Ausarbeitung eines Gesamtsystems.

Der Startschuss jedenfalls ist vergangenen Monat gefallen, denn der Antrag wurde mit den Stimmen der Koalition im Abgeordnetenhaus beschlossen. < MLE

ZUSCHAUER ALS REPORTER

Fubalytics hat sich als Videoanalyse-Unternehmen für den Amateur-Fußball einen Namen gemacht – jetzt möchte das Start-up mit einem Nebenprodukt neu durchstarten » **Von Tim Brandt**

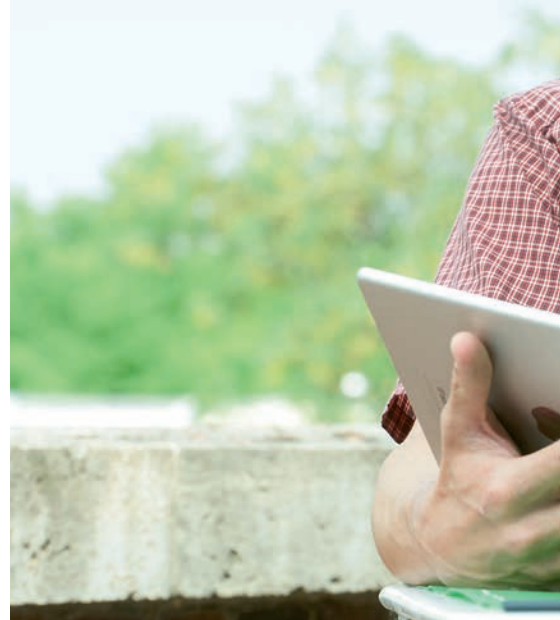
Die beiden Fußballfans Alexander Bitzke und Eugen Funk haben sich über einen Freund kennen gelernt – beim Fußballgucken. Gemeinsam ist die Idee entstanden, ein Start-up zu gründen, um eine einfach zu bedienende Videoanalyse-Plattform für Fußball und andere Teamsportarten zu entwickeln.

Ohne Umschweife begann 2011 die Arbeit. Gefördert durch ein Exist-Gründerstipendium folgte bereits ein Jahr später die Ausgründung aus der FU Berlin. „Fubalytics funktioniert ähnlich, wie man es von den Analysen im Fernsehen schon kennt, nur dass sie durch unsere Web-Plattform auch für Jugend- und Amateurmansschaften möglich geworden sind“, erklärt Alexander Bitzke. „Jeder Trainer kann Videos von einem Spiel auf unsere Plattform laden und einzelne Aktionen mit wenigen Klicks analysieren. So können beispielsweise direkt Lauf- und Passwege eingezeichnet oder Spielerpositionen verschoben und die fertigen Analysen mit den Spielern, Trainern oder Fans geteilt werden.“ Alleine in Deutschland gibt es ungefähr 160.000 Fußballmannschaften, in Europa mehr als 700.000. Mit anderen Teamsportarten ergibt sich ein Marktvolumen von über einer Million Kunden. Bereits 2015 war der Break Even erreicht und ein Kundenstamm von mehr als 8.000 Mannschaften aufgebaut, darunter Proficlubs wie Hertha BSC, Union Berlin oder VfL Wolfsburg.

Um auch im Ausland weiter expandieren zu können, wurde 2016 über Seedmatch eine Crowdfundingkampagne gestartet, die jedoch überraschenderweise erfolglos blieb. „Die Kampagne ist toll angelaufen, dann allerdings kamen plötzlich kaum neue Investoren hinzu“, erzählt Alexander. Was war passiert? „Es gab im Seedmatch-Forum eine Vielzahl von Kommentaren, die bewusst Zweifel an unserem Geschäftsmodell und der Software schürten.“ Bitzke und Seedmatch vermuten eine Kampagne eines Mitkonkurrenten, der ebenfalls auf dem europäischen und deutschen Markt aktiv ist.

Dieses grobe Foulspiel war für das junge, erfolgsgewohnte Team und vor allem für das Wachstum des Unternehmens ein ordentlicher Dämpfer – hat aber auch einiges an Erkenntnissen und nachhaltigen Veränderungen gebracht: Heute, ein halbes Jahr später hat Fubalytics seine Analysesoftware an den Kooperationspartner „kickers11“ verkauft, wird sich selbst zukünftig „WorldViu“ nennen und legt seinen Fokus auf die „Medialisierung im Amateursport“ – eigentlich ein Nebenprodukt von Fubalytics, das aber immer mehr an Gewicht gewonnen hat: „Wir haben recht früh gemerkt, dass neben der Videoanalyse auch in der Vermarktung der Videomitschnitte für unsere Kunden sehr viel Potenzial steckt, also beispielsweise darin, Spiel-Highlights in Soziale Medien zu übertragen.“ Jeder Zuschauer kann mit der neuen Video-App Spiele

Setzt jetzt auf die Vermarktung von Video-Mitschnitten:
Fubalytics-Geschäftsführer
Alexander Bitzke



”
Wir haben recht früh gemerkt, dass auch in der Vermarktung der Videomitschnitte für unsere Kunden sehr viel Potenzial steckt, etwa darin, Spiel-Highlights in Soziale Medien zu übertragen.

ALEXANDER BITZKE

Gründer und
Geschäftsführer der
Fubalytics GmbH



FOTOS: BERND WANNENMACHER, ANNETTE KOROLL, PRIVAT

„im Hintergrund“ mitschneiden. Fällt ein Tor, tippt der Nutzer auf „Aktion“ und die letzten 20 Sekunden werden gespeichert. Diese Sequenz kann dann mit allen wichtigen Informationen getaggt und etwa auf die Internetseite des jeweiligen Fußballverbandes geladen werden. So wird der Zuschauer zum Livereporter. Bitzke geht davon aus, dass die Medialisierung ein großes Zukunftsthema sein wird: „Die Art, wie Nutzer mit dem Smartphone filmen, wird sich in den nächsten Jahren komplett verändern.“ ■



TIM BRANDT

ist redaktioneller Leiter dieser Seiten sowie Initiator des Blogs „ihk4startups.berlin“

E-Mail tim.brandt@berlin.ihk.de

IHK-BLOG

VC-Insights und Tipps

{Im Netz findet Ihr den Blog unter ihk4startups.berlin – und in Auszügen auch hier}

Stephan Wirries von Ventech, einem global aktiven Venture-Capital-Geber, gab im Rahmen einer Veranstaltung des Entrepreneur-Netzwerkes „Hackers / Founders“ Einblicke in die Kunst, Kapital im Rahmen einer „Series A“ einzusammeln. Zunächst ging es darum, wie Ventech die Start-ups auswählt, in die es investiert.

Wie bei den meisten Investoren sind Team, Markt und Traction entscheidend. Das Team muss zum Produkt und zum Markt passen. Das Marktpotenzial sollte über einer Milliarde Euro liegen. Nach der Einschätzung von Stephan Wirries weisen die meisten Unternehmen, die eine Series A raising, zudem schon eine gewisse Größe und spannendes Wachstum auf.



JULIA LAZARO

ist Start-up-Koordinatorin Finance der IHK Berlin

E-Mail

julia.lazaro@berlin.ihk.de

Als Benchmark haben Unternehmen aus dem Software-as-a-Service (SaaS)-Bereich oft eine „Monthly Recurring Revenue“ (MRR) von 80.000 bis 150.000 Euro. Für Online-Marktplätze ist ein Umsatz von 75.000 bis 130.000 Euro erstrebenswert. Freemium-Apps kommen oft schon auf mehr als 100.000 monatlich aktive User im Kontext einer solchen Finanzierungsrunde. Weiterhin schaut Ventech darauf, ob Markteintrittsbarrieren für Wettbewerber vorliegen.

Finanzkennzahlen sind auch nicht unerheblich. Gute „Unit Economics“ (also das Verhältnis zwischen „Customer Lifetime Value“ und „Customer Aquisition Cost“) sind ein erster Indikator für die Nachhaltigkeit eines Geschäftsmodells, ebenso wie eine ehrgeizige und gleichzeitig glaubwürdige Gewinn- und Verlustrechnung. Weitere Tipps und den vollständigen Artikel gibt es auf unserem Blog <http://bit.ly/2lOzppe>



DIESE VERORDNUNG KANN TEUER WERDEN

Von wegen Randthema: 2018 tritt die neue Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. Ignorieren Start-ups Vorschriften daraus, drohen ihnen immense Geldbußen » Von **Christina Schattauer**

Die neue Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) gilt vom nächsten Jahr an. Einige Veränderungen sind jetzt schon zu beachten, denn Datenschutz ist kein Randthema: Wegen hoher Geldbußen bei Verstößen sollten auch Start-ups dem Thema ausreichend Aufmerksamkeit widmen.

Für wen gilt die Datenschutz-Grundverordnung?

Wer personenbezogene Daten von EU-Bürgern verarbeitet, muss die DS-GVO einhalten. Sie gilt nicht mehr nur für Unternehmen mit Sitz in der EU, sondern für jeden, der EU-Daten verarbeitet, unabhängig vom Ort der Niederlassung. Nicht nur die Verantwortlichen einer Datenverarbeitung, die den Zweck der Verarbeitung festlegen, sollten die Änderungen beachten. Auch sogenannte Auftragsverarbeiter, die personenbezogene Daten für andere als Service-Provider verarbeiten, werden verpflichtet, beispielsweise Newsletter-Versender, Callcenter oder Hosting-Anbieter.

Wann dürfen personenbezogene Daten verarbeitet werden?

Datenverarbeitung ist unter anderem nur rechtmäßig, wenn der Betroffene eingewilligt hat oder die Datenverarbeitung erforderlich ist, beispielsweise zur Durchführung eines Vertrages. Wie bereits nach derzeitigem deutschem Recht muss die Einwilligung freiwillig und ausdrücklich erteilt werden. Eine versteckte Einwilligung, z.B. in der Datenschutzerklärung, ist nicht ausreichend. Formulierungen innerhalb von Nutzungsbedingungen – etwa: „Durch das Anlegen eines Accounts

willigen Sie ein, dass wir Ihre Angaben zu Marketingzwecken durch Partnerfirmen nutzen.“ – sind unwirksam. Eine Einwilligung durch Anklicken eines Kästchens, bevor man beispielsweise ein Produkt online kauft, bleibt grundsätzlich möglich. Strengere Anforderungen gelten z.B. bei der Verarbeitung von Gesundheitsdaten, biometrischen Daten oder Daten von Kindern. Die DS-GVO erfordert auch weit reichende interne Dokumentationspflichten. Das gilt nicht nur für Webseiten im Internet, sondern auch für Apps.

Über was muss informiert werden?

Neu eingeführt werden umfangreiche Informationspflichten des Verantwortlichen und auch des Auftragsverarbeiters. Ein Verstoß gegen diese Informationspflichten kann Geldbußen von bis zu 20 Mio. Euro oder vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes nach sich ziehen.

Die Information muss insbesondere Folgendes enthalten:

- Wer ist der Verantwortliche? Für Unternehmen außerhalb der EU, muss ein Vertreter in der EU benannt werden.
- Zu welchem Zweck sollen die Daten verarbeitet werden, beispielsweise zur Erstellung eines Nutzerkontos.
- Wer sind die Empfänger, beispielsweise die Personalabteilung.
- Welche Kategorien von Daten sollen erhoben werden? Hier sollte beachtet wer-

den, dass z.B. auch E-Mails personenbezogene Daten sind.

- Zudem muss angegeben werden, ob Daten in Drittländer (außerhalb der EU) übermittelt werden, ggf. muss die Grundlage dieser Übermittlung angegeben werden. Das können insbesondere die EU-Standardverträge, verbindliche Unternehmensregeln oder ein Angemessenheitsbeschluss der EU-Kommission sein, mit dem sie für bestimmte Länder, z.B. Kanada oder die Schweiz, ein sicheres Datenschutzniveau anerkannt hat. Eine Liste findet sich auf der Kommissions-Webseite. Datenübermittlungen an Unternehmen in den USA sind zudem auf der Grundlage einer Privacy-Shield-Zertifizierung möglich. Dieses Abkommen wird, wie schon sein Vorgänger Safe Harbour, derzeit gerichtlich überprüft.

- Die Aufbewahrungsfrist der Daten muss genannt werden.
- Welche Rechte haben Betroffene? Sie müssen über die Möglichkeit, Auskunft, Sperrung und Löschung zu verlangen, informiert werden, können der Datenverarbeitung widersprechen und Einwilligungen jederzeit widerrufen. Neu sind die Hinweispflichten auf das Recht zur Beschwerde bei einer Datenschutzbehörde und Datenportabilität zu einem anderen Anbieter. Social-Media-Dienstanbietern dürfte die Umsetzung aufgrund der Verschiedenartigkeit der gespeicherten Daten (Text, Ton, Bild) Probleme bereiten.

20 Mio.

Euro oder vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes kann Unternehmen der Verstoß gegen Informationspflichten beim Umgang mit personenbezogenen Daten kosten



Beim Umgang mit personenbezogenen Daten von EU-Bürgern lauern teure Stolperfallen

Bedarf es einer Datenschutzerklärung?

Eine Pflicht zur Datenschutzerklärung besteht nach der DS-GVO nicht. Allerdings besteht die Pflicht nach deutschem Recht, das neben der Verordnung anwendbar bleibt. Bestehende Datenschutzerklärungen sollten angepasst werden.

Müssen Datenverarbeitungsverzeichnisse geführt werden?

Die meisten Unternehmen sind verpflichtet, umfangreiche Verzeichnisse zur Datenverarbeitung zu führen. Dies gilt für Unternehmen ab 250 Mitarbeitern uneingeschränkt, sowie bei spezieller Datenverarbeitung, beispielsweise Gesundheitsdaten, unabhängig von der Größe. Auch wenn ein Start-up noch wenig Mitarbeiter hat, empfiehlt sich mit Blick auf die Zukunft, alle Verarbeitungsvorgänge schon jetzt aufzulisten. Dies erspart später eine Menge Arbeit, wenn keiner mehr einen Überblick über alle verwendeten Systeme hat.

Muss ein Datenschutzbeauftragter ernannt werden?

Ein Datenschutzbeauftragter muss insbesondere ernannt werden, wenn die Verarbeitungsvorgänge eine umfangreiche und regelmäßige systematische Überwachung der Betroffenen erforderlich machen oder im Unternehmen beispielsweise Gesundheitsdaten umfangreich verarbeitet werden. Der Datenschutzbeauftragte kann ein Mitarbeiter oder ein externer Berater sein. Mit einem externen Berater muss ein Dienstleistungsvertrag geschlossen werden.

Der Datenschutzbeauftragte muss Fachwissen im Datenschutzrecht besitzen. Seine Aufgaben schließen die Beratung des Unternehmens im Datenschutz, die Überwachung der Einhaltung des Datenschutzes und die Zusammenarbeit mit der Aufsichtsbehörde ein. Bei Verstößen drohen auch hier Geldbußen bis zu zehn Mio. Euro oder zwei Prozent des weltweiten Jahresumsatzes.

Was ist bei der Auftragsdatenverarbeitung zu beachten?

Auftragsverarbeitung bedeutet, dass beispielsweise Daten durch einen Service-Provider verarbeitet werden. Dies ist insbesondere beim Auslagern der Buchhaltung der Fall. Die DS-GVO schreibt vor, dass der Verantwortliche und der Auftragsverarbeiter einen Vertrag abschließen, der spezielle Punkte regeln muss, unter anderem dass die Verarbeitung nur auf dokumentierte Weisung erfolgt, bestimmte Sicherheitsmaßnahmen eingehalten und alle befugten Personen des Auftragsverarbeiters zu Vertraulichkeit verpflichtet werden. Bei einem Verstoß können Geldbußen bis zu zehn Mio. Euro oder zwei Prozent des weltweiten Jahresumsatzes gegen den Verantwortlichen und – das ist neu – auch gegen Auftragsverarbeiter verhängt werden. Bestehende Service-Provider-Verträge müssen nachverhandelt werden.

Fazit: Was ändert sich mit der DS-GVO?

- Bei Verstößen drohen hohe Geldbußen.
- Betroffene einer Datenverarbeitung müssen umfassend informiert werden.
- Die Rechte des Betroffenen werden ausgeweitet, zum Beispiel kann er die Übertragung der Daten an einen anderen Verantwortlichen fordern.
- Bei der Verarbeitung von Daten von Kindern (unter 16 Jahren) ist zusätzlich zur Einwilligung des Kindes die Zustimmung der Eltern nötig.

Wer Compliance-Risiken vermeiden will, sollte jetzt anfangen, die Anforderungen der DS-GVO umzusetzen. Diese Risiken können sich wertmindernd auswirken oder sogar Dealbreaker sein.

< Ein Beitrag von Christina Schattauer, Rechtsanwältin im Bereich IP und IT bei Squire Patton Boggs (US) LLP

GRÜNDERSZENE



LINK ZUR GRÜNDERSZENE
Der ungekürzte Text ist zu finden unter:
www.gruenderszene.de

5 FRAGEN AN...

Anna Rojahn Fast Forward Imaging

{ Gründerin und Geschäftsführerin }

- 1 BW: Ihr Unternehmen beschrieben in einem Tweet...**
Anna Rojahn: Fast Forward Imaging ist schneller und besser als jeder Produktfotograf.
- 2 Welche geniale Geschäftsidee ist leider nicht von Ihnen?**
Ich bin ein großer Fan von Airbnb – nicht nur, weil es ein kluges Konzept ist, sondern auch, weil es meine Art zu reisen völlig verändert hat. Ein Geschäft, das auf der extremen Fragmentierung eines Marktes aufbaut und diese ausnutzt, anstatt an ihr zu scheitern: das ist echt clever.
- 3 Welchen bekannten Unternehmer würden Sie gerne mal treffen (und warum?)**
Elon Musk. Nach allem, was man hört und liest, ist er ein schwieriger Typ, dem aber kein Berg zu hoch und kein Problem zu groß ist. Das finde ich extrem spannend und bewundernswert.
- 4 Berlin ist für Unternehmer...?**
Ein idealer Standort. In welcher anderen europäischen Hauptstadt kann man bei so niedrigen Lebenshaltungskosten so gut leben? Dazu noch internationaler Buzz und eine immer stärker wachsende Startup- und Gründerszene – da bleiben in meinen Augen kaum Wünsche offen. Nur der Finanzierungssituation stehe ich ziemlich kritisch gegenüber, da beispielsweise die diversen Förderprogramme viel zu bürokratisch gestaltet sind und in vielen Fällen an den Bedürfnissen von Start-ups vorbeigehen.
- 5 Ihr Rat für junge Gründer und Unternehmer?**
Nicht entmutigen lassen. Es klappt nie so, wie man es gern hätte. Das gehört dazu. Aber tatsächlich stirbt man nicht daran, wenn mal etwas schief geht. Und, ganz wichtig: sich selbst treu bleiben und den ganzen Hype nicht zu ernst nehmen.



ANNA ROJAHN

ist seit zehn Jahren als Serial Entrepreneur in Berlin ansässig. Ihre Firma Fast Forward Imaging entwickelt Technologien zur Automatisierung von Produktfotografie

DEMO DAY

Start-ups zeigen der Wirtschaft, was sie können

Auf dem Demo Day von B!Gründet, dem Gründungsnetzwerk der Berliner Hochschulen, und Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie traf die etablierte Industrie Mitte Februar auf innovative Ideen junger Gründer: Rund 100 Vertreter von Top-Unternehmen aus Deutschland kamen zum Matchmaking-Event an die Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin, um Kooperationsmöglichkeiten mit 29 Hochschul-Start-ups aus der Hauptstadtregion auszuloten.

Die unternehmerischen Lösungen der Start-ups deckten ein breites Spektrum ab: von IT- und Mobile-Anwendungen über Industrie- und produktionsnahe Dienstleistungen bis hin zu Produkten für die Gesundheitswirtschaft reichten die Ideen der jungen Berliner Gründer. So stellte beispielsweise Cellbricks einen 3D-Bioprinter vor, der Mini-Organen und lebendes Gewebe druckt.

Damit die etablierten Unternehmen und die Start-ups schnell herausfinden konnten, ob und wie sie am besten zusammenarbeiten, trafen sie sich beim Demo Day zu Speed-Datings. Jedes Start-up stellte darüber hinaus sein Produkt oder seine Dienstleistung an einem eigenen, kleinen Messestand vor. < BW



Mini-Organen in der Hand: Das Start-up Cellbricks druckt mit einem 3D-Bioprinter



Game-Changer

Auf der Forbes-Liste der weltweit vielversprechendsten Jungunternehmer finden sich besonders viele Gründer aus Berlin: Philipp Kühn, David Jacob (Workeer; Foto), Ninon Demuth (Tellerrand), Ramin Niroumand (Finleap), Pia Frey (Opinary), Mari Hermanns (Solaris Bank), Elias Atahi, Pascal Blum, Mathieu Caudal (Unu Motors), Julian Riedelheimer (99chairs), Fabian Louis (Caseable), Kati Bernbach, Nora Blum sowie Farina Schurzfeld (Selfpay) < BRD



Konferenz

Die wohl bekannteste Start-up Konferenz der Welt, die Techcrunch Disrupt, wird 2017 in Berlin stattfinden. Techcrunch, das renommierte Onlineportal aus dem Silicon Valley, hatte sich bereits 2013 für die Ausrichtung der ersten europäischen Disrupt-Konferenz für die Start-up-Metropole Berlin entschieden. Neben der Berliner Konferenz im Dezember findet die Techcrunch Disrupt 2017 noch in San Francisco und New York statt. < BRD

BILDUNGSPROJEKT

Inkulab macht fit für die Zukunft

Von der Universität zum marktreifen Produkt, das ist das Ziel des Laborcontainers Inkulab auf dem Campus Charlottenburg der TU Berlin. Ende Januar wurde er feierlich eröffnet.

Mit Hilfe des Inkulabs soll Berliner Universitäts-Absolventen der Sprung in die Selbstständigkeit gelingen. Dabei erhalten Start-ups mit einer innovativen Geschäftsidee aus den Life-Sciences, der Grünen Chemie und Nanotechnologie für ein Jahr kostenfreie Laborarbeitsplätze und ein begleitendes Inkubationsprogramm. Die drei Laborplätze nutzen derzeit die Nano-Join GmbH, sMarter Technologies GmbH und GelTouch Technologies.

Das Inkulab (www.inkulab.de) ist von der Innovations-Zentrum Berlin Management GmbH, die Teil der Wista-Management GmbH ist, dem Centre for Entrepreneurship der TU Berlin und dem Exzellenzcluster UniCat sowie der DexLeChem GmbH ins Leben gerufen worden. Die Berliner Wirtschaft finanziert das Projekt in Trägerschaft der CHIC Management GmbH im Rahmen der Bildungsprojekte mit rund 1,2 Mio. Euro.

Dazu Dr. Constantin Terton, Bereichsleiter für Fachkräfte & Innovation der IHK Berlin: „Uns hat vor allem die Verknüpfung mit dem Exzellenzcluster UniCat überzeugt, aber auch die Tatsache, dass damit ganz praktisch eine Lücke in der Berliner Gründerinfrastruktur geschlossen wird.“ < GRUE

Das Inkulab (www.inkulab.de) ist von der Innovations-Zentrum Berlin Management GmbH, die Teil der Wista-Management GmbH ist, dem Centre for Entrepreneurship der TU Berlin und dem Exzellenzcluster UniCat sowie der DexLeChem GmbH ins Leben gerufen worden. Die Berliner Wirtschaft finanziert das Projekt in Trägerschaft der CHIC Management GmbH im Rahmen der Bildungsprojekte mit rund 1,2 Mio. Euro.



Start fürs Inkulab: Roland Sillmann (Wista), Staatssekretär Steffen Krach, Prof. Reinhard Schomäcker (TU, UniCat), Dr. Constantin Terton (IHK), Prof. Christian Thomsen (Präsident TU; v.l.)

START-UP-BAROMETER

Weniger Venture-Capital

In den Jahren 2014 und 2015 hatte Berlin mehr Wagniskapital eingesammelt als die europäischen Wettbewerber und konnte sich sogar vor London als führende Start-up-Metropole Europas fühlen. Jetzt hat die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft EY mit ihrem Start-up-Barometer die Zahlen für 2016 vorgelegt. Die Ergebnisse: Der Gesamtwert der Investitionen sinkt in Deutschland um 30 Prozent. Berlin musste sogar noch mehr Federn lassen: Nicht nur London (2,2 Mrd. Euro), sondern auch Paris (1,3) und sogar Stockholm (1,2) haben die deutsche Hauptstadt

überholt. Mit 1,07 Mrd. Euro wurde somit 2016 in Berlin nur etwa die Hälfte in Start-ups investiert als noch ein Jahr zuvor. Positiv ist allerdings die Entwicklung, dass 2016 insgesamt mehr junge Unternehmen von frischem Kapital profitieren konnten. So haben in Deutschland 455 Start-ups Venture-Capital erhalten, im Vorjahr waren es nur 383.

Der Studie nach wurde das meiste Geld in E-Commerce- und Fintech-Unternehmen investiert. Die größten Investitionszuwächse gab es im Bereich Mobilität und Gesundheit. < BRD



DEUTSCHE BANK

Empfang in der Hauptstadt

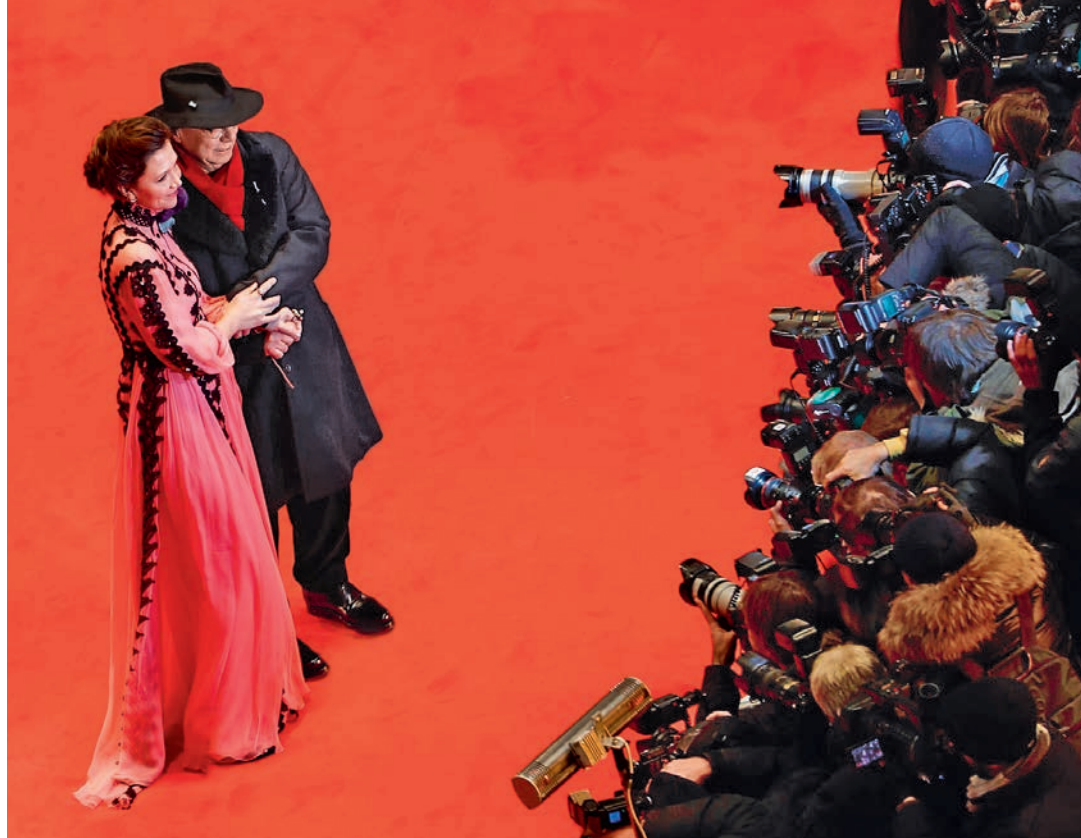
Zum Hauptstadtempfang versammelte **Harald Eisenach**, regionaler Geschäftsleiter Deutsche Bank, die Konzernspitze in Berlin. Dabei wurde auch einer beim Anschlag auf den Weihnachtsmarkt getöteten Mitarbeiterin gedacht. < BW



VOGUE SALON

Fashionevent im KaDeWe

Gemeinsam mit der deutschen „Vogue“ und Swarovski hatte KaDeWe-Chef **André Maeder** in die Tauentzienstraße geladen. Unter dem Motto „Sparkling Looks“ zeigten Nachwuchsdesigner neben etablierten Labels ihre Kollektionen. Die Präsentation fand auf der von India Mahdavi neu gestalteten Fläche für Damendesigner in der zweiten Etage statt. BW



BERLINALE

SCHAULAUFGEN DER KINOSTARS

Ein pralles Filmprogramm, Gedränge am Roten Teppich und reichlich Partys und Empfänge bei den 67. Filmfestspielen

Berlin ist im Februar für eineinhalb Wochen einmal mehr der Nabel der Filmwelt gewesen. Zur 67. Berlinale empfing Festivalchef **Dieter Kosslick** reihenweise Stars auf dem Roten Teppich, darunter US-Schauspielerin **Maggie Gyllenhaal** (großes Foto), die Mitglied der Internationalen Jury war. Frauenschwarm **Richard Gere** (r.), seit Jahren regelmäßiger Berlinale-Gast, kam offensichtlich auch bei den Fotografen gut



FOTOS: DEUTSCHE BANK/PETER ADAMIK, PA/EVENTPRESS, AFP/GETTY IMAGES (2), GÜNTER PRUST



150 Jahre Kunst

Verein der Berliner Künstlerinnen

Die Galeristin **Claudia Wall** (M.) feierte in der Salongalerie „Die Möwe“ das Jubiläum des Vereins mit einer Vernissage. Unter den Gästen waren die Künstlerinnen **Emerita Pansowová** (l.) und **Vera Schwelgin**.



VBKI-BALL

Wirtschaft in Bestlaune

Nicht nur die Filmwelt, auch die Wirtschaft hat sich den Roten Teppich in der Hauptstadt ausgerollt. Zum 67. Mal – noch eine Parallele zur Berlinale – hatte der Verein der Berliner Kaufleute und Industriellen (VBKI) zu seinem festlichen Ball geladen. 3000 Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft tanzten auf dem mit 1500 Blumen geschmückten Parkett im Hotel Intercontinental an der Budapester Straße und kamen an den Bars und Buffets ins Gespräch. Gastgeber **Markus Voigt**, Präsident des VBKI, empfing Bundeswirtschaftsministerin **Brigitte Zypries**, die in ihrem Grußwort dem Verband für seinen Einsatz in Wirtschaft und Gesellschaft dankte. < BW



an. Nicht nur die Hollywood-Prominenz gab sich bei den Filmfestspielen ein Stelldichein. Zu den Kino-Granden aus Deutschland bei der Berlinale zählte **Volker Schlöndorff**, der mit einem Film im Wettbewerb vertreten war, und Hand in Hand mit Produzentin **Regina Ziegler** (Foto ganz oben) auftrat. Mehr als 330.000 Zuschauer verfolgten die rund 400 Filme des Festivals. Der Goldene Bär ging in diesem Jahr nach Ungarn, Regisseurin **Ildikó Enyedi** erhielt den Hauptpreis des Festivals für ihren Film „Körper und Seele“. Die Prominenz ging nicht nur ins Kino, sondern traf sich am Rande der Berlinale bei Empfängen und Partys. Bei der Blue Hour im Museum für Kommunikation etwa begegneten sich unter anderen **Bettina Reitz**, Präsidentin der Hochschule für Film und Fernsehen München, und **Nico Hofmann**, Geschäftsführer der Ufa GmbH. < BW

FOTOS: WOLF LUX/VBKI (2), PA/EVENTPRESS (3), PA/JÖRG CARSTENS



Premiere

BMW-Niederlassung Berlin

Bei der Vorstellung der neuen Ser-Limousine im BMW-Haus am Kurfürstendamm trafen sich Schauspielerin **Martina Gedeck** und KPM-Chef **Jörg Woltmann**.



Ehrung

10. Askania Award

Den Preis der Uhrenmanufaktur für die „Beste Schauspielerin“ erhielt **Veronika Ferres**. Askania-Chef **Leonhard R. Müller** war der Laudator.



MERCEDES BENZ ARENA

Zu Hause in einer der größten Arenen Berlins

Michael Hapka ist Herr über eine der größten Veranstaltungshallen Berlins, der Mercedes-Benz Arena. Als Vice President AEG Berlin und General Manager Mercedes-Benz Arena plant und koordiniert er mit seinem Team Sportveranstaltungen, andere Events und Konzert-Highlights. Michael Hapka engagiert sich auch in der IHK. Er ist Mitglied im Ausschuss „Creative Industries“ und unterstützt so innerhalb wie außerhalb der IHK die Interessen der Kreativwirtschaft. < SCHP

tungen, andere Events und Konzert-Highlights. Michael Hapka engagiert sich auch in der IHK. Er ist Mitglied im Ausschuss „Creative Industries“ und unterstützt so innerhalb wie außerhalb der IHK die Interessen der Kreativwirtschaft. < SCHP

250 FUHRPARKMANAGER SIND BEGEISTERT. JETZT SIND SIE DRAN.



PEUGEOT
PROFESSIONAL

IMPRESS YOURSELF. DER PEUGEOT 308 SW.



Firmenauto
des Jahres
2016

FIRMENAUTO DEKRA



LEASING

Abb. enthält Sonderausstattung.

179,- € mtl.²

für den PEUGEOT 308 SW Business-Line BlueHDi 120 STOP & START

PEUGEOT empfiehlt **TOTAL Serienausstattung**: 6 Airbags • ABS, EBV und Notbremsassistent • ESP mit ASR • 2-Zonen-Klimaautomatik Geschwindigkeitsregelanlage mit Geschwindigkeitsbegrenzer • **Ausstattung exklusives Business-Paket**: CD-Laufwerk • Dachreling in Aluminiumoptik • Einparkhilfe vorn, akustisch und visuell • Navigationssystem Plus • Sichtpaket (Innenspiegel automatisch abblendend und Licht- und Regensensor) • Sitzheizung vorn einstellbar in 3 Stufen

PEUGEOT CITROËN RETAIL DEUTSCHLAND GMBH, NIEDERLASSUNG BERLIN

Ihre Professional-Ansprechpartner:

Bereich Nord • Andy Pohlandt • Standorte: Weißensee und Reinickendorf • Tel.: 0160 4706508

Bereich West, Süd-West • Türkan Güner • Standorte: Spandau, Wilmersdorf und Tempelhof • Tel.: 0176 10023293

Bereich Ost, Süd-Ost • Frank Wilke • Standorte: Lichtenberg und Weißensee • Tel.: 0176 18719007

ZENTRALE KÖLN • PEUGEOT CITROËN RETAIL DEUTSCHLAND GMBH • Edmund-Rumpler-Straße 4 • 51149 Köln • Tel.: 02203 2972-0

¹Quelle: www.firmenauto.de/fadj-gewinner. Ausgezeichnet in der Kategorie: Kompaktklasse. ²Ein unverbindliches Leasingangebot der PSA Bank Deutschland GmbH, Siemensstraße 10, 63263 Neu-Isenburg, für Gewerbetreibende: Für den PEUGEOT 308 SW Business-Line BlueHDi 120 STOP & START, zzgl. MwSt., Überführungs- und Zulassungskosten, 0,- € Anzahlung, Laufzeit 48 Monate, Laufleistung/Jahr 10.000 km p.a., keine Mietsonderzahlung. Das Angebot gilt bei Vertragsabschluss bis 30.04.2017. Über alle Detailbedingungen informieren wir Sie gerne.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 3,6; außerorts 3,0; kombiniert 3,2; CO₂-Emission (kombiniert) in g/km: 85. CO₂-Effizienzklasse: A+. Nach vorgeschriebenen Messverfahren in der gegenwärtig geltenden Fassung.

Das neue Trenntäschchen der BSR



Biovorsortierbehälter

5,30 €

zzgl. Versand

www.BSR.de/Biogut

