

Factory-Outlet-Center: Fluch oder Segen?

Diskussion in der Region

Wenn es dunkel wird: Mannheim bei Nacht!

Eine Reise in die Dunkelheit

Finnland bietet mehr als Fisch

Die EMT 2010

// Bild: Zweibrücken The Style Outlets





› Persönlichkeiten,
nicht Prinzipien,
bringen die Zeit in Bewegung.‹

Oscar Wilde

iperdi ist Sponsor von
QUERDENKEN



Roland Brohm,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der iperdi-Gruppe



Matthias Brohm,
Geschäftsführer
der iperdi-Gruppe



Andreas Brohm,
Geschäftsführer
der iperdi-Gruppe

iperdi GmbH – Ein starkes Team für die Metropolregion Rhein-Neckar.
Jetzt noch stärker!

Roland Brohm blickt als Senator auf eine jahrzehntelange und engagierte Mitgliedschaft bei den Wirtschaftsunioren Mannheim-Ludwigshafen zurück. Matthias Brohm führt mit seiner Funktion als Junior die Tradition der Familie fort. Ein Jahr nach der Gründung des Unternehmens ist auch Wirtschafts junior Andreas Brohm wieder mit an Bord und verstärkt die iperdi-Gruppe als erfahrener Teamplayer.

iperdi bietet Unternehmen unterschiedlicher Branchen bundesweit individuelle Personalservice-Konzepte. Ob Personalleasing, Personalvermittlung, Rekrutierung oder Inhouse-Services – personelle Kapazitätsengpässe werden schnell und effizient gelöst.

Unsere Experten vor Ort kennen den regionalen Markt genau:
In unserer Zentrale in Weinheim oder in einer von über 40 Niederlassungen.
iperdi – intelligente Personaldienstleistungen für individuelle Ansprüche.

 **iperdi**
intelligente Personaldienstleistungen

Wir sind für Sie da:

iperdi Hauptverwaltung GmbH

Theodor-Heuss-Str. 13 · 69469 Weinheim

Telefon 06201 . 98 62 8 - 0

Telefax 06201 . 98 62 8 - 20

kontakt@iperdi.de

iperdi GmbH

07, 16 · 68161 Mannheim

Telefon 0621 . 71 89 72 - 0

Telefax 0621 . 71 89 72 - 20

mannheim@iperdi.de

iperdi GmbH

Bahnhofstraße 2 · 67059 Ludwigshafen

Telefon 0621 . 59 29 80 - 0

Telefax 0621 . 59 29 80 - 20

ludwigshafen@iperdi.de

Unsere bundesweiten Niederlassungen

finden Sie unter: www.iperdi.de

Liebe Wirtschaftsjuniorinnen, liebe Wirtschaftsjunioren,

Globalisierung und die Konzentration hin zu Großkonzernen machen es dem Mittelstand in der heutigen Zeit schwerer, erfolgreich zu sein; meist stellt sich sogar die Frage nach dem Überleben des Unternehmens, wenn Konzerne als Konkurrenz zum klassischen Mittelstand auftreten.

Der Unternehmer von heute sieht sich in einer Konkurrenzsituation, die er scheinbar nur schwer überstehen kann. Kostendruck und Preiskampf führen dazu, dass man versucht ist, Werte und Moral zu vernachlässigen. Hier besteht aber die Chance des klassischen Mittelstandes: Durch ehrbares Unternehmertum und soziale Verantwortung eröffnen sich große Potentiale. Die Motivation der Mitarbeiter ist höher, wenn der Unternehmer als Vorbild in seinem Unternehmen steht.

Idealismus bei der Arbeit, Identifikation mit dem Unternehmen und Freude an der Arbeit sind die Motivatoren, die bessere Ergebnisse, höhere Qualität und größere Kundenzufriedenheit mit sich bringen. Das sind die Faktoren, die den Erfolg beim Kunden ausmachen, solange nicht ausschließlich der Preis den Ausschlag gibt. Auch Konzerne versuchen unter dem Begriff „corporate citizenship“ dieses Potential zu erschließen. Bei Unternehmern ist dies eine Selbstverständlichkeit.

Leider hat das Bild des Unternehmers in unserer Gesellschaft in den letzten Jahren stark an Positivem verloren. Das Bild des Unternehmers wird heute geprägt durch das, was an Fehlritten – vornehmlich aus Manageretagen – übermittelt wird. Umso wichtiger sind die Bekenntnisse und Engagements der Wirtschaftsjunioren. Durch die klare Positionierung auf Bundesebene wird im großen Maßstab das Zerrbild gerade gerückt. Unterstützt wird dies durch die zahlreichen Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich in Ihren Kreisen für die Region und die darin lebenden Menschen engagieren.

Wir alle haben die Möglichkeit, das Unternehmertum wieder mit positiven Bildern zu besetzen. In unseren Netzwerken, bei unseren Mitarbeitern und in unseren kaufmännischen Entscheidungen können wir dies mitbewirken.

Nicht vergessen dürfen wir als Wirtschaftsjunioren den Punkt, der uns selbst betrifft: Mit Stolz sagen zu können „Wir sind Unternehmer“. Dafür engagieren wir uns.

Ihr
Christian Krekel
Sprecher der Wirtschaftsjunioren Worms



Christian Krekel
Telefon 06249.94 60 112
christian.krekel@wj-worms.de

Factory Outlet Center – Fluch oder Segen?



4-15

Immer öfter trifft man als Verbraucher auf sogenannte Factory-Outlet-Center (FOC). Auch in der Region um Sinsheim ist ein solches geplant. Was aber sind genau Factory-Outlets? Wo kommen sie her und wie sind sie entstanden? In unserer Beitragsreihe in dieser Ausgabe beleuchten wir dies aus unterschiedlichen Perspektiven.

Wenn es dunkel wird: Mannheim bei Nacht!

Am 25. Juni 2010 war es wieder so weit. Eine alte Tradition durfte gemeinsam erlebt werden: „Mannheim bei Nacht“. Die nur alle zwei Jahre durchgeführte Veranstaltung findet an mehreren Stationen statt, bei denen in der Nacht gearbeitet wird. Einblicke, die sonst nicht bekommt und besonders nicht bei Licht.

38-39

IM TREND

4 **Factory Outlet Center – Fluch oder Segen?**

WIR WIRTSCHAFTSJUNIOREN

16 **Baustellenführung Rhein-Galerie Ludwigshafen**

17 **Veränderung in der UfO-Arbeitskreisleitung**

18 **Leben und Etikette in Japan**

19 **Gesund und lecker**

20 **Die Macht der Gewohnheit besiegen**

22 **Die EMT 2010 in Lapeenranta**

31 **Doppel-LaKo 2012**

36 **Was macht eigentlich Ihre IHK?**

40 **„...an die eigene gierige Nase fassen“**

42 **City of Smiles**

44 **Zu Gast bei der Evonik Röhm GmbH**

45 **Gerichtstag am Landgericht Heidelberg**

WIR BILDEN UNS WEITER

26 **EDU-Talk – ein Format für die Zukunft**

27 **Unterwegs, im Auftrag der Bildung**

28 **Mediation**

Finland bietet mehr als Fisch! Die EMT 2010

Ein Streifzug durch das European Multi Twinning 2010 in Lappeenranta bieten unsere kleinen Beiträge. Die unterschiedlichen Stationen im Rahmen dieser EMT werden beleuchtet, so dass auch diejenigen, die noch nicht an einer EMT teilgenommen haben, einen Eindruck gewinnen können und bei der nächsten EMT selbst diese positiven Erfahrungen sammeln können.



22-25

WIR SIND AKTIV

30 **Ausflug in die Welt
des Orients**

38 **Wenn es dunkel wird:
Mannheim bei Nacht!**

WIR HABEN ERFOLG

32 **Zu Gast bei
Barbara Waldkirch**

WIR SIND NEU

46

ACTIVITY GUIDE

47

IMPRESSUM

WJ INFO Team

Oliver Huschke (Chefredakteur)

Telefon 06227.766402
oliver.huschke@sap.com

Dr. Lars Kempf

Telefon 0621.33840900
l.kempf@trio-group.de

Daniela D'Urso

Telefon 0621.8355755
daniela.durso@t-online.de

Martin Sloszarek (Anzeigen)

Telefon 069.719153562
msloszarek@zeb.de

Birgit Fischer-Radtke

Telefon 06241.425335
birgit.fischer-radtke@wj-worms.de

Mitgliederservice

Bei nicht gewünschter Zeitschriften-Belieferung, Mehrfachzustellungen, Adressänderungen oder Anregungen bitte an folgende eMail-Adresse wenden:
infomagazin@wirtschaftsjunioren.org

Herausgeber

Wirtschaftsjunioren Mannheim-Ludwigshafen

IHK Pfalz
Ludwigsplatz 2 – 4
67059 Ludwigshafen

IHK-Betreuung

Kim Gronemeier

Telefon 0621.59041930
kim.gronemeier@pfalz.ihk24.de

Layout & Design

Anika Tisken

Telefon 0177.5189200
hello@anikatisken.de

Versand

Nicole Walz

CFG Circle Fulfillment GmbH
Tullastraße 14
69126 Heidelberg
Telefon 06221.7183210
Telefax 06221.7183280

Druck

Birgit Fischer-Radtke

Heinrich Fischer, Rheinische Druckerei GmbH
Mainzer Straße 173
67547 Worms
Telefon 06241.42530
Telefax 06241.425399

Auflage:

1500 Stück

Verbreitungsgebiet:

Metropolregion Rhein-Neckar

Redaktionsschluss:

05.02. / 29.04. / 15.07. / 05.11.

Anzeigenschluss:

12.02. / 06.05. / 22.07. / 12.11.

Erscheinungstermine:

März / Juni / September / Dezember



Factory-Outlet-Center

Fluch

// Text: Michael Sittek

Bilder: Zweibrücken The Style Outlets

Immer öfter trifft man als Verbraucher auf sogenannte Factory-Outlet-Center (FOC). Auch in der Region um Sinsheim ist ein solches geplant. Was aber sind genau Factory-Outlets? Wo kommen sie her und wie sind sie entstanden? Schaden die Billigheimer einer Branche, sogar ganzen Städten? Eine kurze Einführung in das äußerst kontrovers diskutierte Thema findet sich auf den folgenden Seiten.

Die Anfänge der Factory-Outlet-Center liegen in den USA. Zu Beginn der siebziger Jahre wurde hier das erste Center entwickelt, dessen Grundkonzept in der Vermarktung von Produktionsüberhängen und vorsaisonaler Ware bestand. Inzwischen trifft man weltweit auf diese Art von Shopping-Centern, die sich in

Europa vor allem zunächst in Großbritannien und Frankreich etablierten. Mittlerweile gibt es in Europa rund 180 Factory-Outlet-Center mit je einer Fläche von mehr als 4.000 m². Großbritannien allein verfügt über 37 Center und damit über das größte nationale Aufkommen an FOCs. Der Vormarsch der Factory-Outlet-Center wird vor allem an ihrer Gesamtverkaufsfläche klar: Lag diese im Jahre 2000 noch bei 878.000 m², so geht man davon aus, dass sie sich bis Ende 2009 auf 3,8 Mio m² Verkaufsfläche mehr als vervierfacht haben wird.

Factory-Outlet-Center gibt es in den unterschiedlichsten Lagen und in ver-



schiedenen architektonischen Erscheinungsformen: 48% der Center liegen in Stadtrandlage, 21,3% findet man auf der grünen Wiese (Anm. d. Red.: Grüne Wiese = Gewerbeflächen, die nicht zum Siedlungsbereich der Stadt gehören) und 20% innerhalb eines nicht zentrumsnahen Stadtteils. Die ursprüngliche Form eines Centers ist der Zusammenschluss von Outlets in stillgelegten Fabrikgebäuden. Hieraus resultiert auch der Name Factory-Outlet-Center oder zu Deutsch: Fabrikverkauf. Weitere Erscheinungsformen sind die Konzentration innerhalb von Malls über mehrere Ebenen (Center-Mall-Typ) oder die Unterbringung in historischen oder neu gebauten Einzelhäusern, sogenannte Villages. Die Häuser sind dabei in Form eines Dorfes oder entlang einer Straße angeordnet (Quelle: Institut für Gewerbezentren, Starnberg: European Factory-Outlet-Center Report 2009).

Die Philosophie der Factory-Outlet-Center zeichnet sich durch preisgünstige Vermarktung qualitativ hochwertiger Markenartikel aus. Bestand das Warensortiment in der Vergangenheit nur aus Produktionsüberhängen und Kollektionen vergangener Saisons, so ändert sich derzeit das Profil der Center. Immer mehr findet man dort auch aktuelle und speziell für das Outlet-Center produzierte Ware. Hierin sieht der Einzelhandel ein Problem, könnte doch durch die FOCs Kaufkraft aus den Innenstädten abgezogen werden. Dass dies nicht unbedingt gegeben sein muss, berichtet der Zweibrücker Oberbürgermeister Prof. Dr. Helmut Reichling. Als Gründer der Wirtschaftsuni Pirmasens/Zweibrücken und Professor für Mittelstandsökonomie

erstellte er für das Land Rheinland-Pfalz eine Stellungnahme zu den strukturellen Auswirkungen des Factory-Outlet-Centers auf die Stadt Zweibrücken und deren Region. Aus seiner heutigen Sicht lässt sich zusammenfassend sagen, „dass die Verschiebung der Nachfrageströme zwischen den Nachbarstädten im prognostizierten Rahmen geblieben, also wesentlich geringer ausgefallen ist, als von den dortigen Einzelhändlern befürchtet.“ Ähnliche Aussagen trifft auch Ralf Steinebrunner, Management Director Deutschland von Neinver, dem Betreiber des „Zweibrücken The Style Outlets“, wie das dortige FOC offiziell heißt (siehe hierzu das Interview mit Herrn Steinebrunner). Das Factory-Outlet-Center in Zweibrücken scheint damit ein Gewinn für die Stadt zu sein.

Dass ein Factory-Outlet-Center dem Einzelhandel durchaus auch Vorteile bringen kann, wird von Fabian Engelhorn hervorgehoben, Wirtschafts junior im Kreis Mannheim-Ludwigshafen und geschäftsführender Gesellschafter der engelhorn KGaA, einem der ältesten familiengeführten Warenhäuser in Deutschland: „Wenn die Partnerschaft zwischen Industrie und Einzelhandel funktioniert, sind Vorteile für den Einzelhandel durch die Existenz von FOC durchaus gegeben. Der Einzelhandel kann über externe, durch die Industrie betriebene FOC-Standorte seine Überlager leeren und damit immer wieder neue und aktuelle Ware präsentieren und anbieten. Innenstädte bleiben damit attraktiv.“ Problematisch sieht er nur die Entwicklung, dass „immer mehr Hersteller, die auch saisonaktuelle Ware über FOCs vermarkten, noch zusätzlich Ware nur für diesen Absatzkanal produ-

zieren. Das macht die ganz Sache natürlich für den angestammten Wettbewerb etwas kritischer“ (siehe vollständiges Interview mit Fabian Engelhorn).

Factory-Outlet-Center lohnen sich - das scheint unbestritten. Andernfalls würden die Betreiber nicht kontinuierlich weitere Standorte eröffnen wollen. In der Metropolregion Rhein Neckar ist das nächste FOC schon geplant. In Sinsheim hat der Gemeinderat einen Grundsatzbeschluss gefasst, in dem es heißt, dass die Stadt Sinsheim grundsätzlich einem solchen Vorhaben positiv gegenübersteht. Nicht nur, weil ein solches Center mehrere hundert Arbeitsplätze schaffen würde, sondern auch wegen der anfallenden Gewerbesteuer. (siehe Interview mit OB Greinert). Ob ein weiteres Center in der Region neben Wertheim, Zweibrücken und Metzingen sinnvoll ist, wagt Fabian Engelhorn zu bezweifeln: „Meines Erachtens sind die drei FOC ausreichend für die Region. Das Potenzial wird durch diese Standorte weitestgehend abgeschöpft.“ Daneben gibt es in Deutschland auch rechtliche Beschränkungen zum Bau eines Factory-Outlet-Centers, die in der Raumordnung mit den Regional-, Landes- und Bundesplänen verankert sind. Bis zu einer möglichen Realisierung hat Sinsheim deswegen noch einige Aufgaben zu bewältigen.

Ob man sich nun für oder gegen ein Factory-Outlet-Center ausspricht, bleibt jedem selbst überlassen. Nicht aufzuhalten ist jedoch die Entwicklung in diesem Wirtschaftsbereich. Scheinbar existieren genug Kunden, die ausreichende Umsätze und Erträge generieren, so dass FOCs ein lukratives Geschäft darstellen. Wenn hierbei die richtigen Ansätze herausgearbeitet werden, können alle Beteiligten profitieren und die Innenstädte müssen nicht verwaizen. Positivbeispiele gibt es hier sicher genauso viele wie negative.



oder Segen?



Stellungnahme des Zweibrücker Oberbürgermeisters Prof. Dr. Helmut Reichling zu den Auswirkungen des Factory Outlet Centers auf Zweibrücken und die Region



Das Factory-Outlet-Center in Zweibrücken, „The Style Outlets“ in der Bezeichnung des Betreibers, kann von mir unter drei Aspekten beurteilt werden. Erstens bin ich selbst Inhaber eines in Zweibrücken ansässigen Handelsbetriebes und habe vor fast 20 Jahren mit einigen Kolleginnen und Kollegen die Wirtschaftsunioren Pirmasens/Zweibrücken wieder gegründet, zweitens bin ich ordentlicher Professor für Mittelstandsökonomie und war in dieser Eigenschaft Gutachter des Landes Rheinland-Pfalz für die Machbarkeitsanalyse und die Prognose der strukturellen Auswirkung dieses Projektes, und drittens kann ich nunmehr als Oberbürgermeister die Entscheidung meiner Vorgänger im Amt und die Auswirkung auf die Stadt bewerten.

Die Zweibrücker Innenstadt ist auch nicht verödet, sondern profitiert von den über zwei Millionen Besuchern, die jährlich nach Zweibrücken kommen. Die selbständigen mittelständischen Fachhändler, die durch eine Verbesse-

rung ihres Angebotes die Attraktivität ihrer Unternehmen steigerten sowie die örtliche Gastronomie sind die wichtigsten Nutznießer der neu zufließenden Kaufkraft. Zu diesen offensichtlichen Erfolgen hat der so genannte städtebauliche Vertrag, den die Stadt mit den Betreibern des Factory-Outlet-Centers abgeschlossen hat und der eine sehr strenge Regelung des Sortiments, der Betriebstypen und der Preisgestaltung gewährleistet, nicht unwesentlich beigetragen.

„Aus heutiger Sicht lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Verschiebung der Nachfrageströme zwischen den Nachbarstädten im prognostizierten Rahmen geblieben ist, also wesentlich geringer ausgefallen ist, als von den dortigen Einzelhändlern befürchtet.“

Zu den positiven Effekten des Factory-Outlet-Centers zählt zweifellos auch die zunehmende Besucherzahl der touri-

stischen Attraktionen unserer Stadt, wie das Landschloss Tschifflick, das Landgestüt oder Europas Rosengarten. Darüber hinaus konzentriert die Stadt durch entsprechende baurechtliche Regelungen den großflächigen Einzelhandel in der Innenstadt und fördert so die Position der selbständigen Mittelständler.

Zusammenfassend kann zum derzeitigen Zeitpunkt festgestellt werden, dass das Factory-Outlet-Center für die Stadt ein Gewinn ist und große Chancen für die Weiterentwicklung bietet. Als Voraussetzung für diese günstige Entwicklung muss aber die enge vertragsrechtliche und baurechtliche Abstimmung zwischen der Kommune und dem Betreiber gelten. Darüber hinaus ist die vertrauensvolle und offene Zusammenarbeit zwischen dem Factory Outlet Management vor Ort, den selbständigen innerstädtischen Einzelhändlern und der Verwaltung ein weiterer wesentlicher Baustein des Erfolges.



// Bild: Zweibrücken The Style Outlets

„Wir zählen zum größten Arbeitgeber der Region und tragen zur Stärkung unserer Region bei!“

Ralf Steinebrunner // Management Director Deutschland Neinver



Interview mit Ralf Steinebrunner, Management Director Deutschland Neinver

// Das Interview führte Oliver Huschke.

Das Zweibrücken The Style Outlets ist seit langer Zeit im Betrieb. Aufgrund der Aktualität des Themas für uns Grund, beim Betreiber des Outlet-Centers nachzufragen, welche Erfahrungen dort gesammelt wurden. Ralf Steinebrunner hat sich den Fragen des WJ INFO am 06. Juli 2010 gestellt.

Wie hat sich das Outlet-Center in Zweibrücken seit seinem Beginn entwickelt?

Steinebrunner: Wir sind mit der Entwicklung des Centers trotz Wirtschaftskrise sehr zufrieden. Das Center weist zweistellige Zuwachsraten sowohl bei den Umsatzzahlen als auch bei den Besucherzahlen auf. Wir erwarten eine Fortführung unserer positiven Entwicklung und rechnen insbesondere mit der Eröffnung der 4. Bauphase mit der Erreichung unserer Zielvorgaben: 2,9 Millionen Besucher.

Mit der Grundsteinlegung, die im April dieses Jahres stattfand, wird das Outlet-Center um 4.400 qm erweitert, von jetzt 23.585 qm auf dann knapp 28.000 qm. 30 neue Shops (vorher 100 Shops) und ca. 150 neue Arbeitsplätze (vorher 800). Damit zählen wir zum größten Arbeitgeber der Region und tragen zur Stärkung unserer Region bei.

„Mit ca. 950 Arbeitsplätzen zählen wir zum größten Arbeitgeber der Region.“

Welches Einzugsgebiet wird mit dem Outlet-Center Zweibrücken bedient?

Steinebrunner: 15% unserer Besucher kommen aus Frankreich, 3% aus Luxemburg, 11% aus Baden-Württemberg, 4% aus Hessen, 25% aus dem Saarland und 42% aus Rheinland-Pfalz.

Im Schnitt beträgt die Anfahrtszeit unserer Kunden 56 Minuten.

In Mitten der Südwestpfalz hat sich die Barock- und Rosenstadt Zweibrücken zu einem beliebten und attraktiven Reiseziel entwickelt. Zweibrücken liegt nahe der Grenze zu Frankreich, sowie in der Nähe zu Luxemburg und zu traditionellen Reiserouten und Sehenswürdigkeiten.

„Die Zweibrücken The Style Outlets bieten mit einmaligen Shoppingmöglichkeiten ein Highlight beim Reiseaufenthalt in der Region.“

In Kooperation mit internationalen Tourismus-Anbietern werden zusätzliche Anreize für die Besucher des Outlet-Centers und der Region geschaffen.

Welche Auswirkungen auf den lokalen Einzelhandel sind zu verzeichnen?

Steinebrunner: Die Stadt Zweibrücken hat großes Potenzial und präsentiert sich als attraktive Stadt.

sind und dass die Innenstadt nur davon profitieren kann.“

Das Center lockt eine überregionale und internationale Kundschaft an. Wir bieten keine aktuelle Ware sondern reduzierte Ware aus der Vorsaison. Das Sortiment unterscheidet sich von dem Warenangebot in der Innenstadt.

Welche Erfahrungen wurden gemacht, wenn man die Erwartungen bei der Planung mit der heutigen Situation vergleicht und dabei insbesondere die Auswirkungen auf den lokalen Einzelhandel betrachtet?

Steinebrunner: Die Erwartungen hinsichtlich der Umsatzentwicklung haben sich erfüllt, speziell durch die Erweiterungsphasen des Centers wurde zunehmend ein überregionales Publikum angesprochen. Die Auswirkungen auf den lokalen Einzelhandel sind bei weitem nicht so stark wie anfänglich erwartet. In unserer Kommunikation positionieren wir uns außerdem als touristische Destination, d.h. wir integrieren auch die Region. (z. B. Integration der Stadt-Events in unsere Newsletter). Des Weiteren engagieren wir uns aktiv im Stadtmarketing der Stadt Zweibrücken und unterstützen die Stadt Zweibrücken bei allen Events.

Sind Maßnahmen vorhanden oder geplant, den eigenen Besucherstrom auch in die Innenstadt zu leiten?

Steinebrunner: Wir arbeiten auf jeden Fall mit und für die Region. Es gehört zu

unserer Philosophie Synergien mit der Region zu bilden. Den Namen der Stadt in unseren Center-Namen sowie in unserer Kommunikation zu integrieren war uns sehr wichtig. Damit unterstützen wir die Region und sichern das Wachstum des Standortes.

„In allen unseren Tourismus- oder Presseaktivitäten integrieren und präsentieren wir die Stadt Zweibrücken.“

Darüber hinaus erhalten unsere Kunden auch ausführliche Informationen über die Stadt Zweibrücken auf unserer Internet-Seite. Die Center-Information ist auch eine wichtige Präsentationsplattform für die Stadt.

Bestehen darüber hinaus Maßnahmen, bzw. sind geplant, damit der lokale Einzelhandel, wie auch das Outlet-Center profitieren?

Steinebrunner: An dieser Stelle möchte ich Ihnen gerne einige Beispiele nennen, wie sich unsere Zusammenarbeit mit der Stadt, dem Einzelhandel und der Region gestaltet. Durch das überregionale Mar-

keting des FOC-Betreibers Neinver wird die Positionierung der Region unterstützt. Zudem profitiert der innerstädtische Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie von Kundenzuföhreffekten der Zweibrücken The Style Outlets.

Die Zusammenarbeit mit den Innenstadt Einzelhändlern gestaltet sich folgendermaßen: Durch eine Mitgliedschaft des Outlet-Centers in der Werbegemeinschaft Zweibrücken, seit Eröffnung des Outlet-Centers. Darüber hinaus aktive Mitarbeit im Vorstand der Werbegemeinschaft Zweibrücken. Ein gemeinsamer Stand von Center und städtischem Tourismusbüro bei Tourismus- und Infomessen und am jährlich stattfindenden Rheinland-Pfalz Tag.

Darüber hinaus die Erarbeitung eines touristischen Pauschalarrangements „Shopping und...“ und gemeinsamer Versand an die Kundenkartei des Outlet-Centers.

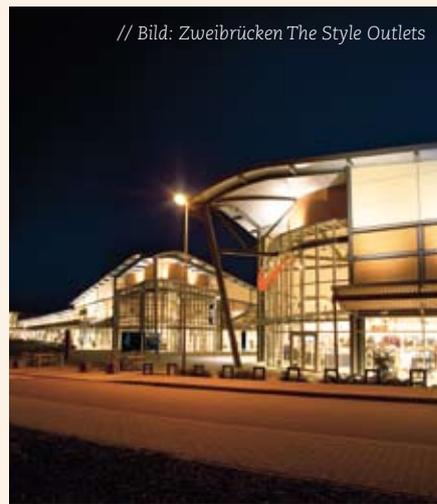
Bereitstellung einer Fläche für eine Nordic Walking-Technikroute direkt am Outlet-Center und Verleih von Nordic Walking-Stöcken in der Tourismus-Info im Center. Ein Projekt, das gemeinsam mit

der Nordic Walking-Schule aus Zweibrücken realisiert wurde.

Wir sind tätig im Sponsoring städtischer Veranstaltungen, z.B. Stiftung von Preisen bei Pferderennen und anderen regionalen Veranstaltungen. Verlinkung der jeweiligen Internetseiten von Stadt und Outlet-Center. Zusammenarbeit mit regionalen Hoteliers und Freizeiteinrichtungen z.B. World of Fun Park.

Vielen Dank für die interessanten Einblicke.

// Bild: Zweibrücken The Style Outlets



Stellungnahme der Industrie- und Handelskammer Pfalz durch Jürgen Vogel, Geschäftsführer Standortpolitik, IHK Pfalz

Die Entwicklung des Style-Outlets in Zweibrücken ist bemerkenswert. Vor knapp 10 Jahren öffnete das DOZ, wie es damals noch hieß, mit 43 Läden. Zwischenzeitlich wurde das Outlet-Center zweimal erweitert und beherbergt heute auf einer Fläche von gut 18.000 qm rund 100 Geschäfte, vorwiegend im Textilbereich. Bis Oktober wird die letzte genehmigte Ausbaustufe gebaut. Das Outlet-Center wird dann auf einer Verkaufsfläche von 21.000 qm 130 Ladenlokalen Raum bieten.

Im Jahr 2009 besuchten fast 2,5 Millionen Besucher das Outlet und für 2010 wird erwartet, dass der Jahresumsatz auf über 100 Mio. Euro steigen wird. Insgesamt sind rund 800 Menschen im zurzeit größten Factory-Outlet-Center Deutschlands beschäftigt. Zweifellos eine Erfolgsgeschichte.

Jede Medaille hat aber zwei Seiten. „So ist es trotz diverser Anstrengungen kaum gelungen, Kunden vom Outlet auch in die Stadt Zweibrücken zu locken.“ Gerade

einmal ein kleiner einstelliger Prozentsatz der Kunden besucht neben dem Style-Outlet die Zweibrücker Innenstadt, so Birgit Neuhardt, Inhaberin des Sport- und Modegeschäfts Sport-Franck. Versuche seitens Handel, Stadtmarketing und Verwaltung, diese extrem niedrige Koppelungsquote zu erhöhen, sind bisher alle im Sande verlaufen.

Schlimmer noch ist, dass die Umsätze im Outlet auch zum Teil auf Kosten der Zweibrücker Innenstadt und benachbarter Standorte gehen. Daher mussten viele Einzelhändler in Zweibrücken und Umgebung ihr Sortiment umstellen oder sogar schließen. Hinzu kommt noch der Verlust des einzigen Textilvollsortimenters in Zweibrücken (SINN-LEFFERS) zu Beginn des Jahres 2009.

Zwar wäre es zu einfach, den signifikanten Verlust gerade etablierter inhabergeführter Handelsbetriebe in Zweibrücken allein dem Style-Outlet anzulasten. Dennoch gibt es spürbar negative Wirkungen. Verstärkt wird

dieser Effekt noch durch eine Sonderverkaufsregelung der Landesregierung Rheinland-Pfalz an Sonntagen. So wurde es dem Style-Outlet erlaubt, neben den vier zulässigen verkaufsoffenen Sonntagen auch an allen Sonntagen in den Oster-, Sommer- und Herbstferien zu öffnen. Gerade diese wettbewerbsverzerrende Sonderregelung sorgt bei allen Einzelhändlern in der Region für hohen Verdross.

Darüber hinaus führen die dadurch teilweise veränderten Rahmenbedingungen auch zu einer Zurückhaltung bei der Neuansiedlung namhafter Filialisten. Dies wird durch den Aspekt der demografischen Entwicklung hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraft noch unterstützt.



„Unser Ziel ist, den Kunden immer und überall während seines Einkaufs zu begeistern. Schließlich verbringt er ja einen Teil seiner Freizeit bei uns.“

Fabian Engelhorn // geschäftsführender Gesellschafter der engelhorn KGaA

Interview mit Fabian Engelhorn, geschäftsführender Gesellschafter der engelhorn KGaA

// Das Interview führte Michael Sittek.

Warenhäuser können sich auch in der heutigen Zeit noch rentieren. Das zeigt ein Positivbeispiel aus der Region: engelhorn wurde 1890 gegründet und ist eines der ältesten familiengeführten Warenhäuser in Deutschland. Seit 120 Jahren prägt es die Region und bietet in seinen acht verschiedenen Häusern rund um die Mannheimer Fußgängerzone auf ca. 34.000 Quadratmetern für jeden Geschmack das Richtige. Außer in Mannheim ist engelhorn auch im Rhein-Neckar-Zentrum im benachbarten Viernheim vertreten.

Fabian Engelhorn ist nicht nur Wirtschaftsjunior im Kreis Mannheim-Ludwigshafen, sondern auch geschäftsführender Gesellschafter der engelhorn KGaA. Er steht uns zu unserem aktuellen Leitthema freundlicherweise für einige Fragen zur Verfügung:

Fabian, seit 120 Jahren ist der Name Engelhorn im Bereich der Warenhäuser aus der Region nicht mehr wegzudenken. Wie schafft man es, sich über einen so langen Zeitraum profitabel zu positionieren?

Engelhorn: Ich denke, profitabel kommt auch von Profil. engelhorn wird heute bereits in vierter Generation geführt. In dieser Zeit waren wir immer bestrebt, unser Profil zu schärfen und Dinge als erster in Mannheim zu tun. Dadurch, dass es sich bei unserem Haus um ein Familienunternehmen handelt, denken wir strategisch eben nicht nur kurzfristig sondern vor allem in langfristigen Zielen. Wichtig für

uns ist, dem Kunden immer wieder neue Erlebnisse während seines Einkaufs zu schaffen. Ein weiterer wichtiger Faktor sind die Mitarbeiter. Unsere Mitarbeiter können unsere Kunden mit Service und Beratung begeistern und sie zu Fans werden lassen.

In Stadt und Region gibt es durchaus ernstzunehmende Konkurrenz aus dem Konzernbereich, wie z.B. das Weltstadthaus von Peek & Cloppenburg. Wie geht engelhorn mit dieser Wettbewerbssituation um?

Engelhorn: Wettbewerb belebt immer das Geschäft. Wettbewerb macht auch einen Standort attraktiver. Das zeichnet auch Mannheim aus. Wir haben hier eine Zentralität von knapp 140. Das bedeutet, es strömen mehr Menschen nach Mannheim und gehen hier einkaufen, als dass sie woanders hingehen. So etwas schafft man nicht alleine. Das wäre auch nicht erstrebenswert, basiert es doch vor allem auf einem tollen attraktiven Marktumfeld. Ich glaube, wir haben alle ein unterschiedliches Profil, so dass wir uns vielleicht in einigen Marken überschneiden, der Kunde jedoch letztendlich weiß, was er wo kaufen

kann und wo er vielleicht sein spezielles Einkaufserlebnis hat. Insoweit muss man sich immer dem Markt stellen. Der Markt ändert sich stetig und es ist heute nicht nur die Konkurrenz vor Ort sondern auch die überregionale Konkurrenz und viele Dinge spielen sich mittlerweile auch im E-Commerce ab.

Worin besteht der Unterschied zwischen dem innerstädtischen Einzelhandel und sogenannten Factory-Outlets bzw. Factory-Outlet-Centern (FOC)?

Engelhorn: Das Erlebnis der Innenstadt unterscheidet sich sehr stark von dem der grünen Wiese. Sinn der Factory-Outlet-Center war und sollte sein, dass Warenüberhänge des Einzelhandels oder



Engelhorn auf den Mannheimer Planken

auch der Lieferanten, die nicht mehr saisonaktuell sind, in speziell dafür vorgesehenen Flächen vermarktet werden können. Das war der Grundgedanke, aus dem FOCs vor knapp 40 Jahren in Amerika entstanden sind. Allerdings hat sich das bis heute etwas gewandelt. Aktuell gibt es immer mehr Hersteller, die auch saisonaktuelle Ware über FOCs vermarkten und auch noch zusätzlich Ware nur für diesen Absatzkanal produzieren. Das macht die ganz Sache natürlich für den angestammten Wettbewerb etwas kritischer. Aus Sicht der Produzenten ist dieses Vorgehen jedoch ein durchaus lukratives Geschäft. Aufgrund fehlender Vermarktungskosten und günstiger Mieten können sie trotz günstiger Preise recht hohe Margen erzielen. Insoweit ist es für die Industrie auch ein lohnendes Geschäft geworden, solche Verkaufspunkte zu bedienen.

In Amerika findet eine immer stärker werdende Abwanderung auf die grüne Wiese statt. In Deutschland wollen wir diesen Trend verhindern und den Fach Einzelhandel in den Innenstädten bewahren. Die florierenden Innenstädte sind ja das Schöne, was Europa auszeichnet. Zum Schutz der Innenstädte gibt es innerhalb Deutschlands auf Basis der Raumordnung Regional-, Landes- und Bundespläne. In ihnen wird festgelegt, unter welchen Umständen welche Produkte außerhalb der Zentren verkauft werden dürfen. Das ist natürlich ein ganz entscheidender Punkt, warum es nahezu unmöglich sein wird, in Sinsheim ein weiteres Designer-Outlet-Center anzusiedeln. Hierfür müsste im Laufe des Prozesses sogar eine Gesetzesänderung stattfinden, der Herr Ministerpräsident Mappus bei seinem Besuch in Mannheim eine klare Absage erteilt hat.

Ist Marktpositionierung, Nischenbesetzung und das stete sich selbst Neu Erfinden das Erfolgsrezept in einer Branche, in der der Konkurrenzkampf zunehmend härter wird?

Engelhorn: Ich weiß gar nicht, ob es nur ein einziges Erfolgsrezept gibt. Aber ein wichtiger Punkt ist, seine Neugierde nicht zu verlieren und innovativ zu bleiben. Unser Ziel ist, den Kunden immer und überall während seines Einkaufs zu begeistern. Schließlich verbringt er ja einen Teil seiner Freizeit bei uns. In dieser Zeit will er sich vielleicht eine neue Bluse oder einen neuen Anzug kaufen. Wichtig ist, dass er dabei Spaß hat. Das ist eigentlich unsere Grundidee: Wir wollen den Kunden immer wieder überraschen,

sei es durch unsere Fensterdekorationen, durch unsere Märkte oder unsere in den letzten Jahren aufgebaute Gastronomie. Gerade durch sie wird die Verweildauer in unserem Haus erhöht. Der Kunde geht dadurch nicht immer nur zu engelhorn shoppen, sondern hält sich auch bei engelhorn auf. Durch solche Elemente wollen wir zur Destination für den Kunden werden und uns natürlich von anderen absetzen.

Welche Vorteile bieten Factory-Outlet-Centers aus Sicht des Einzelhandels?

Engelhorn: Wenn die Partnerschaft zwischen Industrie und Einzelhandel funktioniert, sind Vorteile für den Einzelhandel durch die Existenz von FOCs durchaus gegeben. Der Einzelhandel kann über externe, durch die Industrie betriebene FOC-Standorte seine Überläger leeren und damit immer wieder neue und aktuelle Ware präsentieren und anbieten. Damit schafft man eine Situation, in der wir weniger reduzieren müssen, dem Kunden immer wieder neue Ware zeigen und neue Erlebnisse schaffen können. Durch eine funktionierende Kooperation generieren also sowohl Produzent als auch Einzelhandel positive Effekte. FOCs bieten immer dann Vorteile, wenn nicht nur die Industrie davon profitiert, sondern auch der Handel seine Probleme lösen kann. Unserer Meinung nach ist diese Funktion mit den bestehenden FOCs oder DOCs durchaus ausreichend gegeben.

Die groß propagierte Geiz-ist-geil-Mentalität greift immer mehr um sich. Sieht engelhorn dies auch und ist das Haus davon betroffen? Wenn ja, wie begegnet engelhorn dem?

Engelhorn: Ich bin davon überzeugt, dass die Geiz-ist-geil-Mentalität vorbei ist. Inzwischen stellen wir eher einen Value-for-Money-Trend fest. Tatsächlich sind die Kunden preissensibler geworden und auch durch das Internet und andere Möglichkeiten besser informiert. Aber die Wertigkeit von Produkten wird

heute wieder erkannt und auch entsprechend honoriert. Eventuellen Preisverhandlungen von Kunden begegnen wir lieber mit einem Höchstmaß an Service.

In der Metropolregion Rhein-Neckar werden wir von Factory-Outlet-Centern eingekreist. Zweibrücken, Wertheim Village, Metzingen und bald vielleicht auch das Designer-Outlet-Center (DOC) in Sinsheim. Was kann der Einzelhandel tun, damit Kunden nicht aus den Innenstädten abwandern?

Engelhorn: Meines Erachtens sind die drei FOCs ausreichend für die Region. Das Potenzial wird durch diese Standorte weitestgehend abgeschöpft. Neben der rechtlichen Situation, auf deren Basis ich nicht glaube, dass das DOC in Sinsheim überhaupt zulässig ist, denke ich nicht, dass wir ein weiteres Angebot brauchen. Was Einzelhandel in Verbindung mit Städten und Kommunen gegen eine Abwanderung auf die grüne Wiese tun kann, ist natürlich vielfältig. Grüne Wiese heißt ja nicht nur FOC, sondern grüne Wiese ist ja auch schon das Einkaufsgelände Sandhofen, nördlich von Mannheim. Insgesamt ist es wichtig, die Innenstädte attraktiv zu halten und zu stärken.

Denkst du, dass Outlet-Center einen Einfluss auf die Stadtentwicklung haben? Was wäre hier ggf. für die Stadt das bessere Vorgehen?

Fabian Engelhorn // Wirtschafts junior im Kreis Mannheim-Ludwigshafen // geschäftsführender Gesellschafter der engelhorn KGaA



Engelhorn: In Mannheim hat der Einzelhandel in den letzten 10 Jahren mehr als 100 Mio. Euro in Immobilien und Handel investiert. Ich denke, damit ist Mannheim sehr gut aufgestellt. Wichtig ist jedoch, dass man hier nicht nachlassen darf. In vielen Bereichen sind einfach auch die Städte gefragt, attraktiv zu bleiben: die Zufahrten zu den Innenstädten müssen vernünftig sein, die Beschilderung zu den Parkhäusern muss gut sein, genug Parkflächen müssen existieren, die Fußgängerzonen müssen in ordentlichem Zustand sein und auch die Sicherheit ist wichtig. Es gibt also eine Menge Attribute hinsichtlich einer erfolgreichen Innenstadt, auf die nicht nur der Handel Einfluss nehmen kann. Eine Innenstadt ist immer dann erfolgreich, wenn sie lebendig ist. Sie muss Aufenthaltsort für viele Menschen sein, die ihre Freizeit dort verbringen wollen und können. Das fängt an beim Essen, geht über Entertainment, Kino, bis hin zum Shoppen. Erst dann ist eine Einkaufsstadt urban und lebendig. Alle Maßnahmen sind eine Mischung aus den Aufgaben, die der Einzelhandel hat und denen der Stadt. Hier stelle ich leider in den Städten der Metropolregion unterschiedliche Ausprägungen in den Präferenzen fest.

Im Internet findet man die besser zu erreichenden Outlet-Center. Sie sind jeweils nur einen Klick voneinander entfernt. Stellen brands4friends, vente-privée oder buyvip ein Problem für den Einzelhandel dar?

Engelhorn: Die hier aufgezählten Shopping-Clubs sind sicherlich die wichtigsten im Internet. Sie haben eine Art Tchibo-Konzept, in dem sie über einen kurzen Zeitraum gewisse Produkte in einem Super-Angebot anbieten. Hierbei handelt es sich manchmal um aktuelle, meistens jedoch um Auslaufware. Das ist für mich der richtige Charakter eines Outlet-Centers. Auf der anderen Seite haben diese Plattformen natürlich das Problem, dass ihr Angebot auf eine nicht immer gestützte Nachfrage trifft. Wenn sie zum Beispiel heute Handtücher anbieten, du brauchst heute aber gar keine Handtücher, dann muss das Angebot entweder so günstig sein, dass du trotzdem welche kaufst oder sie haben so viele Mitglieder, dass in diesem Moment trotzdem eine

gewisse Masse erreicht wird. Das ist die Schwierigkeit, die sie haben. Interessant ist, dass durch solcherlei Konzepte der Kunde zum Jäger wird, das haptische Käuferlebnis bleibt jedoch auf der Strecke. Ob es künftig mit den neuen Geräten wie dem iPad möglich sein wird, auch eine gewisse Haptik, Spaß und Erlebnis zu erzeugen, wird sich zeigen. Aber da kommen wir auch wieder zum Anfang zurück: Der große Wettbewerb besteht darin, die Leute zu begeistern, in die Stadt zu gehen und dort ein Erlebnis zu haben. Ansonsten werden künftige Einkäufe weder in der Innenstadt noch auf der grünen Wiese, sondern nur noch auf der Couch stattfinden.

Ich danke Dir für das Interview.

Anmerkung der Redaktion:

Definiert werden die Oberzentren und übrigen zentralen Orte in den – je nach Bundesland unterschiedlichen – Plänen und Programmen der Landesplanung und Regionalplanung. Oberzentren sind in der Regel umgeben von mehreren Mittelzentren, die wiederum für Unterzentren von zentraler Bedeutung sind. Neben dem Grundbedarf und dem periodischen Bedarf kann in Oberzentren auch der spezifische Bedarf gedeckt werden. Das umfasst neben dem Infrastruktur- und

Dienstleistungsangebot der Unter- und Mittelzentren insbesondere: Warenhäuser, Spezialgeschäfte, Fachkliniken, Theater, Museen, Hochschulen und Regionalbehörden.

Die genaue Funktionsausstattung von Oberzentren wird von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich definiert, auch gibt es Abstufungen.

[Quelle: Wikipedia]

IHK Rhein-Neckar: Rechtliche Hürden auf dem Weg zum geplanten Factory-Outlet-Center (FOC) in Sinsheim

1. Die Ansiedlung eines FOC in Sinsheim setzt ein behördliches Verfahren voraus. Es muss eine eingehende rechtliche Prüfung der Zulässigkeit im Mittelzentrum Sinsheim durchgeführt werden. Der Antrag auf Genehmigung wird derzeit von der Stadt Sinsheim erarbeitet, weshalb bislang das Verfahren noch nicht eröffnet wurde. In diesem Genehmigungsverfahren muss auch die IHK als so genannte Trägerin öffentlicher Belange gehört werden.

2. Der IHK liegen derzeit noch keine genauen Angaben über Größe und Sortiment des geplanten FOC in Sinsheim vor. Eine Vorabprüfung anhand der aus Presseberichten bekannt gewordenen Zahlen ergab, dass das Vorhaben voraussichtlich nicht mit den Vorgaben und

Zielen der Landes- und Regionalplanung vereinbar ist und somit rechtswidrig wäre. Diese Ziele sind bei Planungsvorhaben zwingend zu beachten. So sind Hersteller-Direktverkaufszentren (FOCs) grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig. Sollte davon abgewichen werden, wäre ein so genanntes Zielabweichungsverfahren notwendig, bei dem begründet werden muss, warum ein großflächiges FOC in einem Mittelzentrum angesiedelt werden soll. Auch in diesem Verfahren wäre die IHK zu hören.

3. Die baden-württembergischen IHKs haben die Ziele der Landesplanung und Raumordnung mitgetragen, weil sie der Meinung sind, dass aus Gründen einer geordneten räumlichen Entwicklung, eines fairen Wettbewerbs und aus

Gründen des Schutzes der Innenstädte großflächige Einrichtungen des Handels wie FOCs ausschließlich in Oberzentren angesiedelt werden dürfen.

4. In Stellungnahmen in den oben skizzierten Verfahren muss die IHK die gesamt- und regionalwirtschaftlichen Auswirkungen eines solchen Großprojekts prüfen, objektiv darstellen und abwägend beurteilen. Dazu benötigt die IHK Unterlagen mit den genauen Planungsdaten sowie das Verträglichkeitsgutachten, das der Antragsteller vorlegen muss.

IHK Rhein-Neckar



„Die wahre Konkurrenz der Innenstädte sind die überdachten Shopping-Center der Umgebung und nicht die Factory-Outlet-Center!“

Rolf Geinert // Oberbürgermeister Sinsheim

Interview mit Rolf Geinert, Oberbürgermeister Sinsheim

// Das Interview führte Oliver Huschke.

Am 05. Juli 2010 durften wir uns persönlich nach dem aktuellen Entwicklungsstand des Factory-Outlet-Centers (FOC) in Sinsheim bei Herrn Oberbürgermeister Geinert erkundigen. Ein Thema, welches derzeit in der Region heiß diskutiert wird. Wenn neue Entwicklungen erkennbar sind, dann zerreden wir sie gerne in Deutschland, anstatt sie als Chance zu sehen. Im Folgenden lesen Sie unsere Fragen an den Oberbürgermeister.

Herr Geinert, wie ist der aktuelle Stand in Sachen Factory-Outlet-Center (FOC) in Sinsheim?

Geinert: Wir haben im Gemeinderat einen Grundsatzbeschluss gefasst, dass die Stadt Sinsheim grundsätzlich einem solchen Vorhaben positiv gegenübersteht. Wie das nach Abschluss des Planungsverfahrens, dem Vorliegen von Gutachten über die Auswirkungen auch für die Innenstadt von Sinsheim, für die Oberzentren und für die anderen Städte der Region aussieht, haben wir offen gelassen. Aber wir wollen diesem Verfahren grünes Licht und eine Chance geben.

„In Sinsheim hat man eigentlich noch gar nicht richtig begonnen, doch schon jetzt formieren sich die Gegner.“

Aus der Presse war ein Aufschrei zu hören. Die umliegenden Städte haben sich sehr schnell gegen ein solches Vorhaben positioniert. Wie ist das bei Ihnen angekommen?

Geinert: Hier habe ich natürlich ein gewisses Maß an Verständnis, aber das hat mich auch verärgert. Vor allen Dingen, dass die Metropolregion zum jetzigen Zeitpunkt unter dieses Vorhaben einen Schlussstrich ziehen wollte. Wir haben noch nicht richtig begonnen und schon wurde formuliert, wir sind dagegen. Das darf nicht kommen.

Welche Gründe wurden angeführt?

Geinert: Es wurde hervorgehoben, dass dieses Vorhaben planungsrechtlich nicht genehmigungsfähig ist. Was absolut richtig ist. Das wird von uns auch nicht bestritten. Dazu müsste erst Planungsrecht geschaffen werden. Aber das geht. Das ging bei anderen Projekten auch. Und ich stehe auf dem Standpunkt, man sollte doch erst einmal die Voruntersuchung und die Verfahrensschritte abwarten, bevor man letztendlich so ein Urteil spricht. Denn viele wissen vielleicht gar nicht so recht, wovon sie reden, wenn sie vom Factory-Outlet-Center sprechen.

Haben Sie ein Beispiel parat?

Geinert: Eine Firma Boss würde sich mit Sicherheit hier in Sinsheim in einem FOC nicht betätigen, wenn sie Sorge haben müsste, dass ihre Filialen oder Verkäufe in Heilbronn, in Heidelberg oder Mannheim darunter leiden würden. Es ist ein anderes Sortiment, was dort verkauft wird.

Darüber hinaus wird das von einem unabhängigen Kontrol-

leur begutachtet. Wenn Geschäfte gegen Vorgaben, die wir im Bebauungsplan festschreiben können, verstoßen, dann fliegen die raus. Das sind also sehr strenge Vorschriften, die hier einzuhalten sind. Das weiß man erst wenn man sich intensiv mit dem Thema beschäftigt, so wie das unser Gemeinderat jetzt über fast 2 Jahre getan hat, bevor er diese Grundsatzentscheidung gefasst hat. Wir haben also nicht aus dem hohlen Bauch heraus gesagt, das hört sich gut an, das machen wir.

Wir waren zudem in Zweibrücken und Wertheim und haben mit den Stadtverantwortlichen vor Ort über die Auswirkungen gesprochen. Wir haben uns die Innenstädte angesehen. Sind sie wirklich tot? Nein, alles was an Horrorszenarien entworfen wurde, traf überhaupt nicht zu.

„In Zweibrücken und Wertheim gab es nichts Besseres als das Factory-Outlet-Center. Wir haben dadurch mehr Menschen in die Innenstadt bekommen.“

Zweibrücken und Wertheim erweitern jetzt zum zweiten oder dritten Mal, ohne dass die Städte dagegen Sturm laufen. Wir haben mit Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern in den Innenstädten gesprochen und uns wurde gesagt, dass es für sie nichts Besseres gab als das FOC. Wir haben dadurch mehr Menschen in unsere Stadt bekommen.

Bevor man sich also dagegen positioniert, sollte man sich in-

sale

formieren. Aber das machen einige nicht und das finde ich höchst bedauerlich und auch unfair.

Ist bei diesen Planungsgesprächen auch der Einzelhandel einbezogen worden?

Geinert: Wir haben in Sinsheim über unser Wirtschaftsforum intensive Diskussionen geführt. Die Meinungen waren unterschiedlich und ich kann es zu 100% nachempfinden, dass Einzelhändler Sorge haben, dass sich ein solches Vorhaben negativ auf das eigene Geschäft auswirken kann. Das halte ich für legitim und berechtigt, dass man in einem solchen Stadium diese Sorgen hat. Andere haben gesagt, dass kann auch eine Chance für uns sein. Da liegen die Meinungen also sehr weit auseinander.

„Dieses Projekt kann auch eine Chance sein.“

Aber wir haben natürlich den Einzelhandel hier in Sinsheim informiert und in die Diskussion auch einbezogen.

Gibt es Bestrebungen, die neue Kaufkraft, die durch ein FOC zu erwarten ist, auch in die Innenstadt zu leiten?

Geinert: Es wäre ein Trugschluss zu glauben, dass Leute, die den ganzen Tag im FOC sind, sich hinterher noch in einen Bus oder ins Auto setzen, um dann in die

Innenstadt zu gehen. Das wäre blauäugiger Optimismus.

Wir sehen dieses FOC aber auch im Zusammenhang mit dem Auto und Technik Museum, mit dem Stadion und dem möglichen Wellnessbad, welches neben dem Stadion entstehen soll. Soll heißen, Sinsheim ist attraktiv für einen mehrtägigen Urlaub. Von dieser Ausrichtung profitiert die ganze Stadt. Das Gaststätten- und Hotelgewerbe, sowie auch der Einzelhandel in der Innenstadt. In Sinsheim gilt es also, die gesamte Ausrichtung zu betrachten.

„Sinsheim für den Tourismus attraktiv machen: eine Kombination aus Auto und Technik Museum, dem Stadion, einem möglichen Wellnessbad und einem FOC. Das bringt Kaufkraft auch in die Innenstadt.“

Auch mein Kollege der Oberbürgermeister der Stadt Zweibrücken hat ganz unmissverständlich zu verstehen gegeben, dass die Stadt von diesem Outlet-Center nur profitiert hat.

Sind negative Effekte für den Einzelhandel zu erwarten?

Geinert: Ein solches Projekt hat Gewinner und Verlierer. Das muss man auch realistischere sehen. Es kann sein, dass das ein oder andere Geschäft, was ähnliche Ware anbietet, vielleicht ein Problem bekommt. Es liegt aber auch an den Geschäften selbst, sich mit ein bisschen Fantasie und Kreativität positiv ins Licht zu rücken. Da sind die Einzelhändler gefragt.

Erwarten Sie einen starken Rückgang der Kaufkraft in der Innenstadt von Sinsheim?

Geinert: Ganz klar: Nein. Wir haben in Sinsheim eine sehr hohe Ärztedichte. Wir haben die Schulen im Zentrum. Wir haben viele andere Menschen, die in der Innenstadt sind. Unsere Volkshochschule wird jeden Monat

von tausenden von Menschen besucht. Wir wissen, alle lassen Geld in der Innenstadt und sie werden mit Sicherheit nicht immer, wenn sie da sind, rausfahren zum Outlet. Die bleiben weiterhin in der Innenstadt und werden dort auch konsumieren.

Aus der eigenen Erfahrung weiß man, dass man nicht alle 3-4 Tage in ein Outlet fährt. Man fährt vielleicht einmal in einem halben Jahr dorthin. Vielleicht werden die Personen aus der näheren Umgebung etwas öfter dorthin gehen. Aber es ersetzt auf jeden Fall nicht den normalen Einkauf in der Innenstadt.

„Die wahre Konkurrenz der Innenstädte liegt woanders.“

Wir haben auch bei unseren Gesprächen festgestellt, dass die wahre Konkurrenz der Innenstädte die überdachten Shoppingcenter sind. Die Center, in denen man auch die Apotheken, den Bäcker, den Metzger, den Lebensmittelladen und ähnliches findet. Alles zusammen unter einem Dach. Das ist fast wie eine kleine, konzentrierte Innenstadt. Das ist die wirkliche Konkurrenz der Innenstädte. Man darf eines nicht vergessen und das wird sich auch zu einer Hauptkonkurrenz entwickeln und das ist das Internetshopping. Auch das wird zunehmen. Davon bin ich fest überzeugt. Deswegen ist es keine einfache, leichte Zukunft, auf die die Einzelhändler zugehen. Dessen bin ich mir bewusst. Aber da muss man auch mit eigenen Strategien dagegen halten.

Was spricht für ein Factory-Outlet-Center in Sinsheim?

Geinert: Ein solches Center schafft mehrere hundert Arbeitsplätze, das sage ich jetzt aus städtischer Sicht. Wir können auch davon ausgehen, dass Gewerbesteuer durch ein solches Projekt gezahlt wird. Es müssen natürlich auch Parkplätze geschaffen werden, aber wir haben am Stadion einige tausend Parkplätze, die eigentlich die meiste Zeit im Jahr leer stehen und die uns Geld kosten. Diese können wir dadurch stärker auslasten.

Offensichtlich ist der Standort sehr gut. Es gibt viele Betreiber, die großes Interesse daran haben, nach Sinsheim zu kommen. Ich vermute das hängt natürlich auch mit der guten Verkehrsanbindung über die Autobahn und der S-Bahn zusammen. Und dann natürlich auch das Zusammenspiel von Auto und Technik Museum, dem Stadion und eventuell dem Wellnessbad. Ein sehr attraktiver Standort und das macht uns für viele Betreiber interessant.



Als Sie sich in Zweibrücken und in Wertheim umgesehen haben, konnten Sie da mehr positive Effekte erkennen?

Geinert: Wir haben uns in Zweibrücken das Beispiel eines Sportgeschäftes angesehen und gerade in diesem Bereich gibt es große Überlappungen mit einem Outlet-Center, wenn dort die großen Marken, wie Adidas, Nike und Puma präsent sind. Dieses kleine Sportgeschäft in Zweibrücken ist in eine Nische gegangen, die durch die Anbieter im Outlet-Center nicht besetzt ist, und das sehr erfolgreich. Daraus sieht man, dass sich der Einzelhandel etwas überlegen muss und man muss den Kunden sagen, bei uns bekommst du etwas, was du da draußen nicht bekommst.

„Für die Skepsis und die Sorgen habe ich volles Verständnis. Noch einmal, es ist noch nichts entschieden.“

Es wird auch ein sehr steiniger Weg, bis es überhaupt so weit kommt. Aber im Au-

genblick wird der Boden der Sachlichkeit verlassen. Es wird sehr aus dem Bauch, aus Emotionen heraus argumentiert und agiert und das halte ich für nicht angemessen.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung mit den unterschiedlichen FOCs, die in Deutschland entstehen?

Geinert: Das FOC in Soltau wurde genehmigt. In unmittelbarer Nähe von Baden-Württemberg, in Roppenheim bei Karlsruhe (auf der französischen Seite), in der Nähe von Colmar und auch in Basel sind FOCs geplant. Alles unmittelbare Randgebiete von Baden-Württemberg und dabei geht uns Kaufkraft verloren.

„Die FOCs, die um Baden-Württemberg entstehen, entziehen uns Kaufkraft. Davor darf man die Augen nicht verschließen.“

Es wird bewertet werden, wie viel Kaufkraft schon jetzt in Richtung bestehender Outlet-Center abfließt. Solche Auswer-

tungen bestehen bei den Outlet-Centern und dies wurde uns auch bereits vorgestellt. In Zweibrücken wurde deutlich, dass ein gewisser Prozentsatz auch aus dem Rhein-Neckar-Raum dort einkauft. Die Leute nehmen gerne mal 150 Kilometer in Kauf, um dann einen Tag dort einkaufen zu gehen. Ob durch die vielen FOCs ein Stück Wohlempfinden, Lebensqualität verloren geht, wenn man sich nur noch in solchen Einkaufstempeln bewegt, da kann man trefflich darüber streiten, aber es ist eine Entwicklung, die nicht aufzuhalten ist.

„Im Rahmen meiner eigenen Information habe ich das ein oder andere Outlet-Center besucht und ich muss Ihnen sagen, es ist auch passiert, dass ich nichts gekauft habe. Nicht immer springen einen die Sonderangebote so an, dass man sich nicht wehren kann.“

Herzlichen Dank, Herr Oberbürgermeister Geinert für die Zeit und die gewährten Einblicke. Wir sind gespannt, wie es weitergehen wird.





Jäger und Sammler auf SCHNÄPPCHEN-JAGD

// Ein Beitrag von Oliver Huschke

Für manche Männer mag es eine Qual sein, wenn die Ehefrau wieder zur Shopping-Tour durch die City bläst. Diese Spezies Mann wird aber weniger, denn der moderne Mann tut es der Frau gleich. Das Jagen und Sammeln von Shoppingtrophäen hat Konjunktur. Besonders in Zeiten wie diesen, in denen Sparen angesagt ist. Gute Marken preiswert zu ergattern ist daher die Devise. Es steckt in unseren Genen, das Jagen und Sammeln.

Outlet-Center und Fabrikverkäufe sind ungeheuer beliebt, und so schießen immer mehr dieser Einkaufsparadiese aus dem Boden. Dabei muss man wissen, dass man zwar tatsächlich einiges sparen kann, aber vielfach werden wir zum Kaufen von Dingen animiert, die wir eigentlich nicht brauchen, oder deren Anschaffung nicht geplant war. So ist das mit dem „Sparen“ gelegentlich ein Trugschluss. Aber wie will man das jemandem erklären, der gerade eine Bognerjacke im Wert von 6000 Euro für „nur“ 600 Euro ergattert hat?

Ist es nicht ein tolles Gefühl, wenn man beladen mit Tüten und Taschen aus dem Laden kommt und dazu noch weiß, dass kaum jemand diesen Geheimtipp kennt? Zuhause werden die Beutestücke stolz

begutachtet und natürlich der Gesamtbetrag ausgerechnet, den man angeblich gespart hat. Danach gehen die Teile schön ordentlich in den Schrank. Wann sie das Tageslicht wieder erblicken, ist ungewiss, zumindest für einige Teile.

Den Neuen unter uns Schnäppchenjägern sei gesagt, dass man Outlet-Center oder auch Fabrikverkäufe immer so besuchen sollte, als habe man einen Ausflug vor. Auf keinen Fall sollte geplant werden, was man benötigt, denn in der Regel wird man genau das nicht finden. Bei einem Ausflug heißt es vielmehr, die Chance oder die Gelegenheit zu nutzen: hinfahren, umschauen, zuschlagen. Nicht lange darüber nachdenken; was passt, wird mitgenommen.

„Outletsopping hat nichts mit Geiz ist geil‘ zu tun. Nicht billig, sondern das beste Preis-/Leistungsverhältnis zeichnet Outletsopping aus!“

Es sollte zudem vermieden werden Outlet-Shopping in großen Gruppen vorzunehmen. Große Gruppen halten nur auf. Ebenso kann natürlich auch die Schwiegermutter bei so einem Trip hinderlich sein. Gut sind Begleiter, die zügig Angebote scannen und schnell und gezielt zuschlagen können. Darüber hinaus verlangt Outlet-Shopping auch die nötige Fitness, um sich in kürzester Zeit mehr als 100 Mal Klamotten an- und wieder ausziehen. Heißt also, nur Personen mitnehmen, die über die entsprechende körperliche wie geistige Fitness verfügen.

In Einzelfällen ist Durchsetzungsstärke gefragt. So müssen ab und zu auch die Ellenbogen ausgefahren werden, um den Platz vor dem Aufzug zu sichern, aus dem gleich die neue Ware kommt. Hier haben robuste Personen mit guter

Standfestigkeit einen enormen Vorteil. Öffnen sich die Fahrstuhltüren, ist Schnelligkeit gefordert: Zugreifen, egal, was auch da rauskommt. Beute sichern. Bitte nicht anfangen, erst in Ruhe zu schauen und dann unschlüssig nach etwas zu greifen!

Der Outlet-Shopper von heute muss kräftige Arme haben. Nicht alle Läden, ganz speziell in Europa, bieten einen Einkaufswagen. Soll also heißen, dass die Beutestücke erst einmal getragen werden müssen. Wenn es dann tatsächlich nicht mehr geht, das ein oder andere Stück noch auf den Gipfel zu legen, muss in einer Ecke des Ladens anhand einfacher Kriterien eine erste Schnellselektion durchgeführt werden.

In der Regel stellen Umkleidekabinen absolute Engpässe dar. In großen Schnäppchenschlachten soll es daher Mitmenschen geben, die die ergatterten Teile direkt im Laden vor aller Augen ausprobieren. Das schlaudere Shopper-Pärchen jedoch teilt sich auf. Während der eine die Kabine sichert, geht der andere durch den Laden. Hier sind Einzelpersonen klar im Nachteil, aber letzten Endes geht es nur um die Zeitersparnis. Wer die Beutestücke erst einmal in der Hand hat, kann auch auf eine Kabine warten, egal wie lange. Es erklärt sich von selbst, dass man bei absoluten Schnäppchen keine Beratung erwarten darf. Das Personal ist in der Regel auf ein Minimum reduziert. Es gilt auch, keine Fragen zu stellen, schließlich weiß jeder selbst, was ihm steht, und Augen hat man auch.

Stoßzeiten, Ferienanfänge und Wochenenden sind Gift für einen Outlet-Tag, denn dann muss man sich auf viele Mitmenschen einstellen, die tatsächlich die gleiche Idee hatten. Wie unangenehm. Es bietet sich an, direkt im Laden zu erscheinen, wenn das Personal dabei ist, die Tür aufzuschließen. Soll also heißen, früh morgens. Da ist im Laden noch angenehme, unverbrauchte Luft. Das wenige Personal ist noch freundlich und noch nicht genervt. Damit wird die eigene Kondition geschont.

Wer tatsächlich einen Outlet-Tag überlebt hat, fragt sich, warum dies eigentlich keine olympische Disziplin ist. Was uns alle daran anspricht, ist das Jagen und Sammeln, denn das liegt in der Natur beider Geschlechter.

Das wichtigste ist, zur rechten Zeit am richtigen Ort zu sein. In diesem Sinne: Waidmannsheil!

sale

Die Rhein-Galerie in Ludwigshafen sorgt für ein neues Einkaufserlebnis in der Region

Baustellenführung

durch ein beeindruckendes Shopping-Center

//Text: Tim Fischer
Bilder: Nicole Walz

Wenige Monate vor der geplanten Eröffnung im Herbst 2010 hatten die Wirtschaftsunioren die Gelegenheit, die Baustelle der neuen Rhein-Galerie zu besichtigen. Wir bekamen tiefe Einblicke und spannende Hintergrundinformationen zu dem Projekt.

In den Räumlichkeiten der ECE Projektmanagement GmbH & Co KG wurden uns zwischen meterlangen an der Wand befestigten Bauplänen Details zu dem Gebäude sowie die dahintersteckende Philosophie nähergebracht.

Die Verwendung von hochwertigen Materialien beispielsweise soll insgesamt eine angenehme Atmosphäre erzeugen und den Besucher zum Verweilen einladen.

Es gab einige knifflige Herausforderungen im Vorfeld des Baus. Die Bodenbeschaffenheit ist sehr ungewöhnlich und besteht größtenteils aus Schutt. Es wurde daher eine kombinierte Bohrpfehlgründung aus konventionellen Bohrpfehlen und Schneckenbohrpfehlen installiert, die das Gebäude tragen.

Die wellenförmige Rhythmik der seitlichen Bögen des Membrandaches und gerundete oder elliptische Formen im gesamten Innen- und Außenbereich stellen architektonische Bezüge zu den prägenden Gestaltungsthemen „Fluss und Wasser“ her.

In der Rhein-Galerie haben die Läden auf der Fluss-Seite einen traumhaften Blick auf das Wasser. Die Mall erstreckt zieht sich im Inneren auf eine beeindruckende Länge von ca. 330 m und wird ca. 120 Läden auf etwa 30.000 m² umfassen.

Vom Food-Court, welcher in der Mitte des Gebäudes angesiedelt ist, hat man den Zugang zu einer Außenterrasse mit großzügigen Sitzmöglichkeiten direkt am Rhein.

Die zweigeschossige Mall erhält zahlreiche elliptische Glasdächer entlang der zentralen Galerieachse und damit sehr viel Tageslicht. Das Mallkonzept sieht vor, auch im Bodenbereich das Thema „Fluss- und Wasserlandschaft“ mittels Materialien und einem Brunnen konsequent aufzunehmen.

Das Parkhaus, welches 24h am Tag geöffnet sein wird, befindet sich auf dem Dach des Gebäudes, von wo man einen traumhaften Blick auf den Rhein sowie die imposante Dachkonstruktion hat. 1330 Stellplätze sind hier für Besucher der Mall vorgesehen.



Etwa 1200 neue Arbeitsplätze werden durch die Rhein-Galerie entstehen, die über eine gute Verkehrsanbindung verfügt und auch aus den Mannheimer Planken einige Käufer abziehen wird.

Der Zeitplan des Projekts wurde trotz des harten Winters perfekt eingehalten und der Eröffnungszeitpunkt im Herbst dieses Jahres war zu keinem Zeitpunkt gefährdet.

In Ludwigshafen wird sich durch das neue Center einiges ändern. Geplant ist z. B., dass saisonale Veranstaltungen wie Weihnachtsmärkte auf den Vorplatz der neuen Mall verlegt werden.

Fest steht jetzt schon: Mit den Vorzügen der ansprechenden Architektur, der guten Erreichbarkeit und Parkplatzsituation, der zu erwartenden ausgewogenen Shopauswahl und der schönen Lage am Rhein wird die neue Rhein-Galerie im „Shopping-Kosmos“ der Metropolregion einiges auf den Kopf stellen.



Veränderung in der UfO-Arbeitskreisleitung

// Text und Bild: Volker Auracher

Der Arbeitskreis UfO (Unternehmensführung und Organisation) hat am 08.06.2010 einstimmig Dr. Merle von Mook (38) in die UfO-Arbeitskreisleitung gewählt. Sie tritt mit Ihrem Engagement in diesem Amt die Nachfolge für Andreas Brohm (33) an, der sich nach der Wahl zum Konferenzdirektor der Doppel-

LaKo 2010 einem neuen Schwerpunkt widmet und aus der Arbeitskreisleitung ausscheidet.

Dr. Merle von Mook ist Justitiarin der Pfalzwerke Aktiengesellschaft sowie Prokuristin der BESTEC GmbH. Merle ist seit fast zwei Jahren Mitglied der Wirtschaftsuniere Mannheim-Ludwigshafen. Im Rahmen des Arbeitskreises Internationales (AKI) hat sie mit einem kleinen Team die letztjährige Herbstfete der Wirtschaftsuniere organisiert. Darüber hinaus hat sie in ihrer Anfangszeit bei den Wirtschaftsuniere die Besichtigung eines Geothermiekraftwerkes in Soultz sous forêt in Frankreich als gemeinsame Veranstaltung mit den elsässischen Wirtschaftsuniere organisiert. Auf der Interna 2010 erhielt Merle die Auszeichnung zur Juniorin des Jahres 2009.

Sie möchte den UfO darin unterstützen und weiterentwickeln, innovative Unternehmen und ihre Managementkulturen kennen zu lernen und daneben die fachübergreifende Weiterbildung von Hard- und Softskills der Arbeitskreismitglieder zu forcieren.

Ich freue mich auf eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Merle von Mook um den Arbeitskreis weiterzuentwickeln und so als eine wichtige Institution bei den Wirtschaftsuniere Mannheim-Ludwigshafen zu erhalten.

Bei Andreas Brohm möchten wir uns im Namen des gesamten Arbeitskreises UfO für die hervorragend geleistete Arbeit in den letzten Jahren bedanken. Sein Engagement hat den Arbeitskreis maßgeblich geprägt und profiliert.



Dr. Merle von Mook leitet mit Volker Auracher den UfO Arbeitskreis.

“Die Ärmel hochkrepeln und zielgerichtet anpacken, das mache ich nicht nur als Mitglied des Geschäftsführenden Ausschusses der Wirtschaftsuniere Mannheim-Ludwigshafen.

Auch für unsere Webshopbetreiber tun wir alles, damit ihre Umsätze sicher durch iclear steigen.”

Michael Sittek
Geschäftsführer iclear GmbH



Sichere Zahlungsabwicklung mit Zahlungsgarantie per Kreditkarte, Giropay, Sofortüberweisung u.v.m.
iclear – das einzig Wahre für Webshop-Betreiber.

M2, 17 | 68161 Mannheim | 0621-12 34 69 60 | www.iclear.de



Leben und Etikette in Japan



//Text: Martina Herdegen
Bilder: Nicole Walz

Gleich zu Beginn führte Senator Dr. Thomas Steitz, im Kimono Vortragend, in das Thema mit einem Bericht von der Weltkonferenz in Japan vor sechs Jahren ein. Ein begeisternder Einblick, der insbesondere die Vielfältigkeit der Gegensätze in Japan in den Mittelpunkt stellte. Gegensätze, die von Tradition (Etikette) und der Moderne Japans bestimmt werden. Die äußerst positive Schilderung der visuellen und kulturellen Eindrücke dieser Einführung machten Hunger auf ein persönliches Erfahren des Gehörten. Eine Weltkonferenz diesen Ausmaßes lässt sich nach seinen Worten nur schwer beschreiben, wenn man aber eine Europakonferenz ins Quadrat setzt, dann kommt man der Beschreibung nahe.

JAPAN, EIN STAR IM OSTEN?

Nach dieser Überleitung folgte der Vortrag von Herrn Prof. Dr. Frank Rövenkamp. Japan ist ein hoch entwickeltes Industrieland und war viele Jahre die zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt hinter den USA. Japan ist eine hoch industrialisierte, freie Marktwirtschaft mit einigen Elementen einer gelenkten Wirtschaft.

127 Millionen Einwohner drängen sich auf 377.887 m² Fläche mit einem BIP von 4,667 Mrd US\$. Schwerpunkte bilden hierbei die Ballungszentren mit einer hohen Bevölkerungskonzentration. Geschuldet ist dies der Tatsache dass viele Landesteile durch Berge immer noch schwer zugänglich sind.

Wie viele Länder in der asiatischen Region ist auch Japan von Taifunen und Erdbeben bedroht. Insbesondere im Frühsommer beginnt die Taifun-Saison, bei der vor allem der Süden und Südwesten Japans heimgesucht werden. Vulkane und die dadurch erwachsende stetige Erdbebengefahr kennzeichnen das Land und die Bauweise der Häuser, Tunnel, Straßen und sonstigen Verkehrswege sind auf diese Gefahr ausgerichtet.

Demographisch gesehen kann man Japan fast mit Deutschland vergleichen. Die Überalterung der Bevölkerung nimmt zu und die Geburtenrate bewegt sich auf einem niedrigen Niveau. Sehr viele Japaner werden bis zu 100 Jahre alt. Roher Fisch und Reis sollen hierzu das Geheimrezept sein!

Um im großen japanischen Markt aktiv und erfolgreich zu sein bedarf es der interkulturellen Kenntnis und Beachtung der Tradition und Etikette.

ETIKETTE

Zwei Beispiele sind hierzu erwähnt: In Japan wird erwartet, dass im Falle eines Unfalles oder sogar Todesfalles eine Entschuldigung ausgesprochen wird. Mitgefühl und Bedauern nehmen hierbei einen wichtigen Aspekt ein. Im Falle eines Aufzugherstellers ist genau das Gegenteil passiert. Durch verfehlte PR mangels Entschuldigung und Bedauern wurde das Unternehmen gezwungen sich wieder aus dem japanischen Markt zurück zu ziehen.

Das Scheitern der Übernahmeverhandlungen von Mitsubishi & DaimlerChrysler erfolgte auch aufgrund der Missachtung der Etikette. Es wurde versäumt wichtige



Prof. Dr. Frank Rövenkamp, Leiter des Ostasieninstitutes Ludwigshafen referierte über Japan.

operative Ebenen in die Vorbereitung der Entscheidungen einzubeziehen. Dies trifft insbesondere auf den Bereich Strategie zu, und hier die Kommunikationsetikette.

Auch Karaoke gehört hier zur Kommunikationsetikette. Über kurz oder lang wird man sich mit Verhandlungspartnern und Kollegen in einer Karaokebar wiederfinden um auf diese Art und Weise Verhandlungen abzuschließen und/oder neue Kunden zu gewinnen.

AUSBLICK

Auf die Frage, was Prof. Dr. Rövenkamp an den Japanern schätzt erfolgt als umgehende Antwort: Die Zuverlässigkeit und man bekommt immer das zurück was man bereit ist zu geben.

Der Tipp für die diesjährige Weltkonferenz lautet: Antennen ausfahren und be as you are.

Fazit: ein äußerst interessanter und kurzweiliger Abend mit einem spannenden Thema, welches wir am Ostasieninstitut erfahren durften. Vielen Dank für die Ausführungen!

Senator Dr. Thomas Steitz (erste Reihe, Viertes von rechts) führte ins Thema ein.





Gesund und lecker

// Text: Linn Schöllhorn
Bilder: Alex Wolf

Kinderkochkurs auf dem Boxberg – Ein Kooperationsprojekt von BBBS und den WJ Heidelberg gemeinsam mit der Schulsozialarbeit der Grundschule Emmertsgrund

„Gesund und lecker“ war das Thema des Koch- und Backkurses, der für viele

kleine Köche und Bäcker am 27.02. und am 06.03. auf dem Boxberg in Heidelberg stattfand. Fast 30 Kinder der Grundschule Emmertsgrund waren zu dieser besonderen Veranstaltung gekommen und konnten an beiden Nachmittagen alles zum Thema „Apfel“ und „Kartoffel“ erfahren.

Vom Chefkoch des nh-Hotels Heidelberg, Markus Mahler, erfuhren die Kinder, wie viele Apfelsorten es gibt, und erklärten „Pink Lady“ zu ihrem Favoriten. Gekocht wurde jedoch überwiegend mit der Sorte Jonagold wegen deren Back- und Brateigenschaften. Dabei entstanden Köstlichkeiten wie Florentiner Apfelringe, gefüllte Bratäpfel oder Apfelwaffeln.

Auch die Kartoffelsorten Sieglinde und Belana sorgten für Begeisterung bei den kleinen Köchen, die daraus neben Kartoffelauflauf und selbstgemachten Pommes Frites auch Kartoffelmuffins zauberten. Diese verspeisten die Kinder gemeinsam mit ihren Eltern, die am Ende zum Probieren eingeladen waren.

Zu dieser Kochreihe eingeladen hatte „Big Brothers Big Sisters“ mit Unterstützung von Markus Mahler (nh-Hotel Heidelberg), des Louise-Ebert-Hauses, das seine Räumlichkeiten zur Verfügung stellte, der Schulsozialarbeiter der Grundschule Emmertsgrund und den Wirtschaftsjuristen Heidelberg, die sich zum wiederholten Mal für das Mentorenprogramm eingesetzt hatten.



Schlatter

Rechtsanwälte | Steuerberater | Fachanwälte

**TRADITION STRATEGIE PARTNERSCHAFT
QUALITÄTSBERATUNG VERTRAUEN LOYALITÄT
KOMMUNIKATION KOMPETENZ ENGAGEMENT
ZUFRIEDENHEIT ERFAHRUNG LÖSUNGSORIENTIERUNG**

www.kanzlei-schlatter.de

Heidelberg | Kurfürsten-Anlage 59 | 69115 Heidelberg | Telefon +49.6221.9812-0
Mannheim | Seckenheimer Landstr. 4 | 68163 Mannheim | Telefon +49.621.4608474-0

Die Macht der Gewohnheit besiegen

// Text: Kai Wieters

Bilder: Nicole Walz

Was unterscheidet einen mexikanischen Unternehmer von einem deutschen? Der Mexikaner lässt um 17h den Hammer fallen und nennt es Mañana, lässt es sich gut gehen. Der Deutsche sieht gestresst auf seinen Computer und denkt sich, wow, wie voll ist mein Kalender denn heute. Dr. med. Gunter Frank hat in seinem Vortrag „Die Revolte der Work-Life-Balance“ mit der „Mañana-Kompetenz“ einen Lösungsansatz aufgezeigt, sich diesem Stress zu entziehen.

ÜBERALL ERREICHBAR SEIN – ÜBERALL?

Wer von uns kennt diesen Umstand nicht? Während es in Mexiko locker angegangen wird, checken wir heimlich auf der Toilette beim Freund oder Geschäftspartner unsere E-Mails, damit uns ja keine entgeht. Im Familienkreis kommt es öfters zu der Bemerkung „Du hörst ja gar nicht richtig zu, du bist ja noch bei deiner Arbeit“. Wir nehmen es so hin, lässt sich ja nicht ändern. Oder doch?

Es lässt sich ändern. Mit der Mañana-Kompetenz, die vorbeugt, ehe uns die „Krankheit der Tüchtigen“ – das Burn-out-Syndrom – erreicht. Sie kann eine Antwort auf ein immer komplexeres Leben sein. Sie soll dafür sorgen, dass beides gelingt: Erfolg und Zufriedenheit.

Dr. med. Gunter Frank ist ärztlicher Leiter des Heidelberger Präventions- und Gesundheitsnetzes, in dem viele hochrangige Führungskräfte medizinisch betreut werden. In seinem Vortrag hält er den Zuhörern plastisch vor Augen, wie schnelllebig und komplex unsere Zeit geworden ist. Wer kann heute noch Ereignisse in die richtige Zeit einsortieren: War das schon im Februar oder doch letztes Jahr? Ach ja, das war ja auch noch... Doch gerade in einer solch schnelllebigen Zeit ist es wichtig, seine persönliche Work-Life-Balance zu pflegen, sich zu entschleunigen.

MAÑANA-KOMPETENZ – HILF DEINEM PARASYMPATHIKUS

Dr. Frank mahnt an, dass jeder sein Arbeitsleben besser reflektieren sollte. Früher war es verpönt, nach 18 Uhr irgendwo anzurufen, geschweige denn am

Wochenende, welches heilig war. Heute sind wir rund um die Uhr erreichbar, können es kaum erwarten, dass um 2 Uhr nachts die Börse in Tokio eröffnet. Wir nehmen uns vor, besser zuzuhören, schaffen es aber nicht. Der Vater hetzt von der Arbeit nach Hause, weil er in seinem Terminkalender „Gute-Nacht-Geschichte für Sohn“ stehen hat. Der Sohn spürt jedoch, dass sein Vater nicht bei der Sache ist, seine Gedanken noch um die Arbeit kreisen. So ist keinem von beiden geholfen. Doch warum fällt es uns so schwer, abzuschalten?

Um das zu ergründen, kann das Erlernen der Mañana-Kompetenz helfen. Sie setzt an, bevor das Kind in den Brunnen gefallen ist. Es ist eine Präventivmaßnahme zum Ausgleich, zum Entstehen der Work-Life-Balance. Sie setzt am Betriebssystem unseres Körpers an, dem autonomen Nervensystem. Dieses teilt sich in den Stress- und Ruhebereich auf. Für einige ist es toll, unter Stress nach Lösungen zu suchen, andere bevorzugen ihre Fähigkeiten, Lösungen strukturiert vorzubereiten. Mañana gliedert sich in sechs Teilgebiete, deren Zusammenspiel bei jedem anders sein kann:

- Wärmeneigung
- Sportneigung
- Erregbarkeit
- Aktivierbarkeit
- Sozialer Rückhalt
- Intellektuell-musische Betätigung

In einem einfachen Test kann jeder seine Mañana-Zone ermitteln. Je nachdem, wo unsere Schwerpunkte liegen, wird unser Parasympathikus besonders gut aktiviert. Der Parasympathikus ist eine der drei Komponenten des vegetativen Nervensystems. Er wird auch als „Ruhenerve“

Dr. med. Gunter Frank //

Facharzt für Allgemeinmedizin, Naturheilverfahren // Geboren 1963, verheiratet, 2 Töchter

Nach seinem Studium der Humanmedizin an der Universität Heidelberg und University of Chicago, Promotion an der Chirurgischen Universitätsklinik Heidelberg. // Seit 1997 niedergelassener Allgemeinarzt in eigener allgemeiner, naturheilkundlicher Praxis und Tagesklinik in Heidelberg. // Seit 1998 Referent und Projektleiter an der Business School St. Gallen // Seit 2004 Gründung des Heidelberger Präventions- und Gesundheitsnetz



bezeichnet, da er dem Stoffwechsel, der Regeneration und dem Aufbau körpereigener Reserven dient. Er sorgt für Ruhe, Erholung und Schonung. Das vegetative Nervensystem steuert unwillkürlich die meisten inneren Organe und den Kreislauf.

Ganz besonders effektiv kann jeder seine Mañana-Kompetenz nutzen, wenn er in seiner Mañana-Zone Synergieeffekte hervorruft. Wenn jemand eine starke Ausprägung in den Bereichen Sportneigung und Sozialer Rückhalt hat, dann ist nicht der einsame Waldlauf das Be-

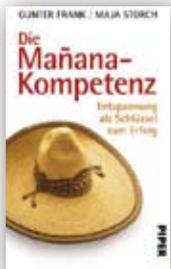
ste, sondern Sport mit Freunden. Kommt noch der intellektuell-musische Bereich dazu, wäre z.B. Tanzen die günstigste Art, den Parasympathikus zu aktivieren.

ENTSCHLEUNIGE DEIN LEBEN

Mit dem Test allein und der daraus resultierenden Mañana-Zone ist es jedoch nicht getan. Das Zauberwort heißt „Entschleunigen“. Neben der Schaffung von Ruhezeiten („bis 13h Anrufumleitung auf Sekretariat“) sollte jeder Rituale einführen, die ihn entschleunigen. Früher war das zum Beispiel das gemeinsame Mittag- und Abendessen in der Familie,

oder das Tischgebet. Es sollten Rituale sein, bei denen ich nicht an die Arbeit denke, sondern von dieser abschalte und positive Gedanken produziere. Wenn der letzte Urlaub so phantastisch war, wieso nicht ein Bild oder eine Diashow zu einem bestimmten Zeitpunkt abrufen?

Es liegt an uns selber, unsere Gewohnheiten zu hinterfragen und sie notfalls zu ändern – ehe uns die Krankheit des Tüchtigen erreicht. Dr. Frank hat auf anschauliche Weise gezeigt, dass es möglich ist. Die Mañana-Kompetenz hilft uns bei diesem Schritt.



Neben „Die Mañana-Kompetenz“ veröffentlichte Dr. Gunther Frank auch folgende Bücher:

GesundheitsCheck für Führungskräfte, Ihr persönlicher Weg zu mehr Leistungsfähigkeit jenseits aller Moden, Campus Verlag

2001, Frankfurt // Lexikon der Fitnessirrtümer, Eichborn Verlag 2003, Frankfurt // Work-Life-Balance, Leistung und Liebe leben, Campus Verlag, 2001



KUNDENGESCHENKE INDIVIDUELL GEFERTIGT

WEIHNACHTSMÄNNER UND ENGEL

WEIN UND SCHOKOLADE
IM GESCHENKKARTON

GESCHENKKÖRBE

ADVENTSKALENDER
gefüllt mit handgefertigten Trüffeln

Chocolaterie Holzderber GmbH
Gaustraße 117-119 67549 Worms
Fon 06241- 958510 Fax 9585120

www.holzderber.de
info@holzderber.de




Holzderber
CHOCOLATERIE FÜR DEN FEINEN GENUSS

Vorfrende
AUS DER CHOCOLATERIE

Gerne verpacken wir für
Ihre Kunden oder Mitarbeiter
unsere süßen Leckereien.
Auf Wunsch auch inkl. Versand.



Finnland bietet mehr als Fisch!

Die EMT 2010



Ein Streifzug durch das European Multi Twinning 2010 in Lappeenranta

// Bilder: Nicole Walz, Martin Hellige

WELCOME to the JCI European Multi Twinning (The EMT)! Our twinning offers one of the best opportunities to live the JCI spirit and make international friends for a lifetime. By establishing relationships between countries and their inhabitants, you can gain a lot of experience, both socially and professionally. Furthermore, our twinning gives you better insights into a country's culture than an "ordinary" journey could ever give.

The international community, friendship and personal rapport are the essentials that build a network without any boundaries. Our European Multi Twinning provides the ideal opportunity to reach this end.

HOME HOSPITALITY (ODER ZU GAST BEI FREUNDEN)

//Text: Matthias Brohm

Unser Gastgeber, Senator Timo Saarainen, hatte keine Kosten und Mühen gescheut und sogar Petrus bestochen. Bei herrlichem Wetter und angenehmen Temperaturen genossen wir den wunderschönen Ausblick von Timos Terrasse. Sein Haus liegt direkt am See mit Holzsteg und eigenem Motorboot. Nach dem leckeren Essen lief ein Teil der Gruppe ans Wasser, um sich den Steg und das

Boot näher anzuschauen. Bei dem schönem Wetter überlegten wir kurz, eine Runde schwimmen zu gehen, allerdings war das Wasser dann doch etwas zu kalt. Beim Rückweg zum Haus wurden wir von Timos Nachbarn herbeigerufen. Wie sich herausstellte feierte die Nachbarin ihren 60. Geburtstag. Wir sangen natürlich ein Ständchen, mussten uns dann aber verabschieden, da wir zurück zum Rest der Gruppe mussten.

Zurück im Haus gab es eine Vorstellungsrunde, was ganz witzig war, da wir uns im Lauf des Abends teilweise schon gut unterhalten und kennengelernt hatten. Dadurch gab es immer mal wieder Zwischenrufe, falls man selbst etwas vergessen hatte, über sich zu erzählen. Es war ein sehr schöner Abend, der allen viel Spaß und neue Eindrücke gebracht hat. Ich möchte mich auf diesem Wege nochmal bei unseren finnischen Gastgebern und besonders bei Timo bedanken.

OPENING CEREMONY – OFFICIAL OPENING

//Text: Martin Hellige

Die Eröffnungsveranstaltung der EMT 2010 fand bei strahlendem Sonnenschein in eindrucksvollem Ambiente statt. In

Beeindruckende Architektur gibt es in Norwegen zu sehen: der Hauptbahnhof von Oslo.

dem 1829 erbauten historischen hölzernen Rathaus eröffnete um 10 Uhr die Konferenzdirektorin Kati Korhonen mit einer kurzen Ansprache die Veranstaltung. Anschließend begrüßte Bürgermeister Seppo Mietinnen im Namen der Stadt alle Teilnehmer/-innen recht herzlich. In seiner Rede ging er besonders auf die Grenz Nähe zu Russland ein und stellte die kommerzielle Bedeutung für Lappeenranta heraus. Der heutige florierende Ex- und Import leistet einen wesentlichen wirtschaftlichen Beitrag für die Region.

Senator Timo Saarainen begrüßte die Gruppe und stellte die Entwicklungsgeschichte des Chapters Lappeenranta dar. 1969 fand eine erste konstituierende Sitzung statt, um die Gründung des Kreises vorzubereiten. Ein Jahr später war es so weit und 15 junge Männer gründeten den Kreis. Seitdem nimmt die Mitgliederzahl kontinuierlich zu und verschiedenste Projekte werden mit großem Erfolg durchgeführt. Bereits 1980 fanden die ersten Twinning statt und seit 1995 ist das Chapter ein fester Bestandteil der EMT. Lappeenranta, einer der aktivsten Kreise Finnlands, feiert im Jahr 2010 sein fünfzigjähriges Jubiläum und blickt auf erfolgreiche Jahre zurück.

Im hölzernen Rathaus von Lappeenranta fand die Eröffnungsveranstaltung der EMT 2010 statt.

Die Präsidenten der teilnehmenden sechs europäischen Kreise hielten kurze Ansprachen und bedankten sich für die Einladung. Sie sendeten Grüße aus der eigenen Region an den Bürgermeister von Lappeenranta sowie an alle Teilnehmer/-innen. Typische regionale Produkte erhielt der Bürgermeister als Dankeschön für seine Gastfreundschaft überreicht. Ulf Tramsen, EMT Präsident des Kreises Mannheim-Ludwigshafen 2010, unterstrich in seiner Rede die Bedeutung des Konferenzthemas „Strategic Excellence“, das eine Spezialisierung in Schlüsseltechnologien in den jeweiligen Ländern bedeutet und im internationalen sowie globalen Kontext zu diskutieren ist, um weltweite erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufzubauen und weiter zu entwickeln.

Zum Abschluss der Eröffnungsveranstaltung begrüßte Anti Tolvananen, Präsident des Chapters in Lappeenranta, alle Teilnehmer/-innen und wünschte für die kommenden EMT-Tage viel Erfolg. Nach seiner Rede war der Sektempfang eröffnet und die Begrüßungszeremonie beendet. Nach Aufnahme des Gruppenbilds am Hafen begannen die Workshops zum Thema „Strategic Excellence“.

THEME SESSION „STRATEGIC EXCELLENCE“

// Text: Patrick Marowski

Nach einem leckeren Lunch auf der MS Camilla, mit sensationellem Ausblick über den Saimasee, wurde die Theme Session von Kati Korhonen eröffnet. Dem Überblick über die Top Level Expertises der teilnehmenden JCI- Chapter, aufgeteilt in die Bereiche Land, Region und Stadt, folgten die Ergebnisse der Online-Umfrage. Mit 71 Teilnehmern wurde ein repräsentativer Querschnitt aller JCI-Chapter erreicht. Die durchaus interessanten Ergebnisse stehen auf www.emt2010.com zum Download zur Verfügung. Hervorzuheben ist die Tatsache, dass 80% der Umfrageteilnehmer der Meinung sind, dass die EMT als Konferenz auch Innovationen benötigt.

Innovation war auch der Aufhänger für den Hauptvortrag von Jari Varis. Sein Thema war „How to enhance innovation“. Als Director der Lappeenranta Innovation Ltd., einer gemeinnützigen Gesellschaft, konnte Jari uns viel über die finnischen Bemühungen erzählen, kleine und mitt-

lere Unternehmen bei Startups, Know-how-Transfer, Networking und Internationalisierung zu unterstützen. Außerdem stellte er uns die Unterschiede zwischen den europäischen Innovationssystemen und den finnischen Programmen vor. Einen wichtigen Beitrag sollen dabei die „Centers of Expertise“ und „Competence Clusters“ leisten. Mit den Strategic Centers for Science, Technology and Innovation (SHOK auf Finnisch) soll die Zusammenarbeit zwischen Firmen und Forschung über längere Zeiträume (5–10 Jahre) gefördert werden. Zurzeit gibt es sechs dieser Zentren, die jeweils für unterschiedliche Wirtschaftsbereiche tätig sind. Dort soll die Forschung am Bedarf der finnischen Wirtschaft und Gesellschaft ausgerichtet werden.

Gut informiert ging es dann in das folgende Workshop-Programm. Das Schiff bot dafür viele attraktive Ecken für Diskussionen und Gedankenaustausch. Das Workshop-Programm war in vier Themen und damit auch vier Workshop-Leiter aufgeteilt:

Workshop 1 mit Igor Kuprienko (CEO, Finnish-Russian Innovation Centre)

Igors Innovation Centre bietet eine Plattform für europäische und russische

Firmen, um Ideen auszutauschen und Forschung und Entwicklung zu fördern. Er vermittelt Firmen, Institutionen und Universitäten an die passenden Partner, Netzwerke und Investoren um Innovationen auch kommerziell umzusetzen.

Workshop 2 mit Pauliina Piri (Development Manager, New Businesses, UPM Innovation Management)

Pauliina ist für die Entwicklung neuer Geschäftsbereiche bei der größten Firma der finnischen Forstindustrie zuständig. UPM ist auch der größte Arbeitgeber in Südkarelien. Bei UPM ist man auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern in die die langjährige Erfahrung in der Holzverarbeitung einfließen kann. Erste Erfolge gibt es mit neuartigen Werkstoffen für Bodenbeläge oder Verpackungen.



Workshop 3 mit Markku Hokkanen (Director of Technopolis in Lappeenranta)
 Markku leitet das größte Technologie-Zentrum im Südosten Finnlands. Technopolis bietet ein optimales Geschäftsumfeld und unterstützende Dienstleistungen für Startups und Joint Ventures im High-tech-Bereich. Durch den engen Kontakt mit der Technologie-Universität in Lappeenranta gibt es einen verbesserten Know-how-Transfer.

Workshop 4 mit Jari Varis (Program Director, Lappeenranta Innovation Ltd., Lappeenranta University of Technology (LUT))
 Schwerpunkt in diesem Workshop war das Forest Industry Future Cluster, das Jari leitet. Hier geht es um Innovationen im stärksten Wirtschaftsbereich im Südosten Finnlands, der Forstwirtschaft. Ähnlich wie bei UPM werden hier neue Wege und Ideen gesucht und gefördert, um den Wirtschaftsbereich Forstwirtschaft zu stärken.

Alle vier Workshops boten viele interessante Einsichten in die „Strategic Excellence“ der Region, den Problemen und den Chancen, die sich aus der Lage und der Geschichte der Region ergeben.

GET TOGETHER PARTY
 //Text: Joachim Blum

Entspannt nach ein paar Saunagängen ist Team Germany fit für die Get-Together-Night. Traditionell hat jedes Chapter eine Teamkleidung für den Abend. Mannheim-Ludwigshafen hat hier besonderes geleistet! Es wurden Lederhosen und Dirndl organisiert, die zum Hingucker des Abends wurden. Hier sagt ein Bild mehr als 1000 Worte.



Bereits im Bus zur Station der Freiwilligen Feuerwehr, die uns für den Abend beherbergte, wurde deutsches Liedgut gepflegt und die Gesangsstärke unter Beweis gestellt. Bereits hier herrschte die gewohnt gute EMT-Stimmung aller Teilnehmer.

Im Showteil des Abend wurde sich mit aktuellem Tagesgeschehen (Lappeenranta: Aschewolke und Flugzeugaufkommen), Dichtung (Fingal), Gesang (Sabadell und Hasselt) und sportlichem Wettstreit (Mannheim-Ludwigshafen) beschäftigt. Hier seien die Susan Boyle von Hasselt und der sportliche Ulf Tramsen ruhmreich erwähnt.

Bei guter Musik und Unterhaltung ist es nicht verwunderlich, dass der erste Bus zum Hotel fast leer blieb. Der zweite und letzte Bus wollte dann auch überwiegend nicht ins Hotel, so dass noch ein Diskobesuch her musste. Bei bester Stimmung waren hier viele zum Sonnenaufgang dabei ...

FUN ACTIVITIES – ENTSPANNTES NETZWERKEN AM SEE
 //Text: Alexander Hofer

Nach dem hervorragenden Lunch im Kasino war der Nachmittag ganz dem Entspannen und dem weiteren Austausch zwischen den Teilnehmern gewidmet. Am Ufer des Lake Saimaa an der Halbinsel Myllysaari Island hatten unsere Gastgeber für uns ein Saunahaus mit Steg in den See reserviert. Dort genossen wir die finnische Sauna und ein erfrischendes Bad im 10 Grad kalten Wasser. Wer wollte, konnte auch mit einem Church Boat, einem großen flachen Gruppen-Ruderboot, eine Runde auf den See drehen oder noch eine



Ulf Tramsen // EMT Präsident und WJ im Kreis Mannheim-Ludwigshafen

Runde Street Train fahren. Auch die Seeterrasse am Kasino lud zu einem gemeinsamen Abstecher ein. So war es ein Leichtes, ganz im Sinne des EMT-Gedankens der Europäischen Freundschaften, neue Kontakte zu knüpfen und alte Bekanntschaften aufzufrischen, bevor es zurück zum Hotel und zum Gala-Abend ging.

AMAZING RACE – DIE STADT ENTDECKEN
 //Text: Stefanie Amberger

Unweit des Hotels empfing uns am Samstagvormittag unsere Stadtführerin, Kirsti Rautio von der Lappeenranta Business Development Ltd. Bei tollem Wetter führte sie uns durch die Festungsanlage „Linnoitus“ bzw. Old Town – den wohl ältesten Teil der Stadt. Die schwedische Königin Christina verlieh 1649 der Stadt Lappeenranta die Gründungsurkunde und das Stadtsiegel. Kirsti Rautio informierte insbesondere auch über die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Russland und Finnland. Lappeenranta hat als Stadt an der Ostgrenze der Europäischen Union und als Nachbar Russlands eine ausgezeichnete Lage. Neben der stetig wachsenden wirtschaftlichen Zusammenarbeit sind auch ein reger touristischer Verkehr und regelmäßige Shopping-Fahrten russischer Privatpersonen zu verzeichnen. So ist die Stadt ein hervorragender Standort für Dienstleister im Handel und Einzelhandel. Jährlich besuchen hunderttausende Shopping-Touristen die Stadt, und ca. 20 Prozent der in Finnland getätigten Tax-Free-Einkäufe fallen auf Lappeenranta. Umgekehrt siedeln sich auch immer mehr russische Firmen in Lappeenranta an, um den europäischen Absatzmarkt



zu erschließen. Die Altstadt ist insbesondere aufgrund der tollen Aussicht auf den Hafen beliebt. Diese Meinung teilten wir mit Begeisterung. Hier erhielten wir auch den ersten von vielen Umschlägen mit dem jeweiligen Hinweis auf das nächste Ziel unseres „Amazing Race“: Der Hafen. Dort angekommen wartete bereits der City Train auf uns. Per Lautsprecher durch unsere finnischen JCI-Freunde kommentiert, konnten wir einen guten Überblick und Eindrücke von der Stadt gewinnen. Die hohe Dichte an Einkaufszentren und Ladengeschäften überall in der Stadt bestätigte die Erklärungen unseres Tour Guides zur hohen Konsumnachfrage der russischen Nachbarn. Mit Russisch sind die Verkäuferinnen gut beraten. Vom Laufschuh bis zu Dessous wird alles eingekauft, vorwiegend in Geschäften mit dem Tax-Free-Schild.

Der nächste Umschlag führte uns zum Wasserturm, von dessen Aussichtsplattform wir uns einen Blick auf die Stadt aus der Vogelperspektive gönnten. Bei unserer letzten Station erwartete uns ein Spielparcours, bei dem Geschicklichkeit und Kampfgeist gefragt waren. Genau der richtige Abschluss, um sich ausgehungert auf das Lunch im Restaurant „Kasino“ am Hafen zu freuen. Das hatten wir uns verdient.

FAREWELL AUS LAAPEENRANTA

// Text: Patrick Mense

In jedem Ende liegt der Zauber des Anfangs, so ähnlich hat es ein berühmter Dichter einst formuliert. Und so ist der Farewell-Brunch jedes Jahr der fröhliche und zugleich etwas wehmütige Ausklang am Ende einer EMT. Die Zeit, sich von neuen und alten Freunden zu verabschieden. Die Zeit, die vergangenen Tage Revue passieren zu lassen und sich all die Erinnerungen ins Gedächtnis zu rufen, die einem am besten gefallen und bleibende Eindrücke hinterlassen haben. Manch einer wird an die erste Home Hospitality mit Freilufts sauna erinnert und dieses Erlebnis lange mit sich nehmen. Mancher von uns wird die atemberaubende Kreuzfahrt über den Saaimasee vor seinen Augen ablaufen sehen und die Schönheit der Landschaft nochmals fühlen. Denn eines war unbeschreiblich, wir sind bei 14 Grad und Regen in Deutschland gestartet und hatten drei Tage 30 Grad und Sonne in Finnland. Ein Zustand, den selbst unsere finnischen Gastgeber bemerkenswert, wenn nicht sogar wundersam fanden. Aber so ist sie, die Zeit während einer EMT. So was bleibt in Erinnerung. So schauen wir auch nach vorn. Denn wie es unser Dichter sagte, liegt im Ende ein Stück Anfang. Von diesem Anfang bekamen wir eine einladende Vor-

stellung durch unseren nächstjährigen Gastgeber aus Frankreich in Villefranche. Über einen eigens gedrehten Videoclip wurde uns das Programm und ein erster Vorgeschmack auf das, was uns vom 02.-04. Juni 2011 in Villefranche erwartet, humorvoll und engagiert präsentiert. Haben wir 2010 die Sehenswürdigkeiten Finnlands erfahren, so dürfen wir uns 2011 auf ein lukullisches Highlight unserer französischen Freunde freuen. Das Hotel, die Stadt und die herrlichen Weinberge muten schon sehr einladend an. So gesehen hat sich in all die Wehmut ein Funken Freude geschlichen, die freudige Erwartung, unsere EMT-Freunde bald wieder zu treffen.

Am Ende wurden im finnischen Norden herzliche Verabschiedungen und Rückreisewünsche mit der Hoffnung auf ein baldiges Wiedersehen ausgesprochen. Unsere überaus gastfreundlichen Veranstalter haben uns eine herrliche EMT geschenkt und uns schließlich noch zum Flughafen eskortiert.

Wir freuen uns auf ein baldiges Wiedersehen in Villefranche. Ganz im Sinne der EMT.

Weitere Informationen zur EMT 2010 unter:
www.emt2010.com
www.theemt.com

EDU-Talk

ein Format für die Zukunft



//Text und Bild: Deren Taysi

Anfang dieses Jahres plante der AK Biwi die Diskussionsrunde mit ehrenamtlichen Helfern des „Netzwerk Berufsfindung“ und Lehrern aus Ladenburg. Doch wie sollte man einen AK Biwi „Roundtable“ zum Thema Bildung nennen? Was mit einem Wortspiel in der Arbeitskreisitzung begonnen hatte, war nach der eigentlichen Veranstaltung in aller Munde: „EDU-Talk“ – Educational Talk.

Der ursprüngliche Kontakt des „Netzwerk Berufsfindung“ aus Ladenburg zum AK Biwi entstand im März/April 2009 nach dem Presseecho im Mannheimer Morgen über die erste Staffel des Biwi Projekts „Stufen zum Erfolg“. Der Wunsch war geäußert worden, eine gemeinsame Diskussionsrunde zum Thema Bildung/Schule/Wirtschaft zu veranstalten. Das „Netzwerk Berufsfindung“ arbeitet unter dem Dach der Stadtverwaltung Ladenburg in Kooperation mit der Sickingen-Hauptschule mit Werkrealschule. Ziel der ehrenamtlichen Helfer ist die Unterstützung der Jugendlichen in der Hauptschule bei der Berufswahl und der Suche nach einem Praktikums- und/oder Ausbildungsplatz.

Am 27.05.2010 fand das AK Biwi „EDU-Talk“ im Maruba in Mannheim statt. Mit dabei waren Vertreter des „Netzwerk Berufsfindung“, der Sickingen-Hauptschule mit Werkrealschule und von IKUBIZ (Interkulturelles Bildungszentrum Mannheim). Zwischen IKUBIZ und dem AK Biwi bestand bereits eine Zusammenarbeit im Rahmen der 2. Staffel von Stufen zum Erfolg. An dieser Stelle ist auf jeden Fall positiv zu erwähnen, dass die Einrichtungen mit einer Vielzahl von Teilnehmern gekommen waren. Der AK Biwi konnte 11 externe Diskussionsteilnehmer begrüßen.

DISKUSSIONSTHEMEN

Die Veranstaltung begann mit einer provokanten These über das mehrgliedrige Schulsystem. „Die Trennung der Schülerinnen und Schüler nach Schulformen mit der Konzentration von Migrantenjugendlichen an Haupt- oder Sonderschulen fördert die Vorstellung von einer natürlichen Ungleichheit nach Begabung und ethnischer Herkunft“.

Hieraus entstand eine Diskussion, die eine Vielzahl von Themen beinhaltete:

- Sind die heutigen Probleme wirklich eine Frage der Methodik, bzw. der Mehrgliedrigkeit?
- Welche Rolle spielen die Eltern, speziell bei Familien mit Migrationshintergrund?
- „Sag mir wo du herkommst, und ich sage dir wo du hingehst...“
- Welche Rolle spielt das schlechte Image der Hauptschulen? Zählen Hauptschulabschlüsse überhaupt noch etwas?
- Wie können sich die Schulen gegenüber der Wirtschaft weiter öffnen, um so früh wie möglich voneinander zu profitieren?

Oft spielen sprachliche Probleme bei den Schülern eine große Rolle. Bei der Zusammenarbeit mit der Wirtschaft kommt es dagegen auf die wichtigen Eigenschaften Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit an. Nicht jeder Schüler hat diese verinnerlicht.

Die Wichtigkeit einer individuelleren Förderung und eine starke Verbindung zwischen Schule und Wirtschaft wurde während des Abends immer wieder hervorgehoben.

ZUSAMMENARBEIT

Wie stellt sich das „Netzwerk Berufsfindung“ und die Sickingen-Hauptschule mit Werkrealschule die Zusammenarbeit mit den Wirtschafts juniorern vor? Welche Erwartungen bestehen? Mit diesen konkreten Fragestellungen ging der Diskussionsabend in die letzte Runde. Bei der Ideensammlung kamen eine Vielzahl von Möglichkeiten zusammen, wie zum Beispiel Praktika nicht nur für Schüler anzubieten sondern auch für Lehrer bzw. Erwachsene. Des Weiteren besteht ein großes Interesse seitens der Einrichtungen, mehr über die Auswahlinstrumente der Wirtschaft bei Bewerbungen für Ausbildungsplätze zu erfahren.

FAZIT

Gerade die Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft spiegelt das Engagement des AK Biwi wider. Der AK Biwi plant als Ergebnis des EDU-Talk sowohl die Sickingen-Hauptschule mit Werkrealschule in das Projekt Stufen zum Erfolg einzubinden als auch Praktikumsplätze für die Lehrer anzubieten.

Beide Seiten profitierten durch den gegenseitigen Erfahrungsaustausch vielfältig von dem Abend. Bewundernswert aus Sicht des AK Biwi ist nicht nur das Engagement des „Netzwerk Berufsfindung“ und IKUBIZ, sondern auch das des Kollegiums der Sickingen-Hauptschule mit Werkrealschule. Alle blieben weit über das offizielle Ende der Veranstaltung hinaus zusammen, um sich weiter gegenseitig auszutauschen. An dieser Stelle vielen Dank an alle Beteiligten. Für die kostenlose Nutzung der Räume und die kulinarische „Unterstützung“ danken wir ebenfalls dem Team vom Maruba in Mannheim.



Unterwegs, im Auftrag der Bildung

//Text und Bild: Deren Taysi

Am vierten Tag ihrer Deutschlandreise machte die Bundesvorsitzende der Wirtschaftsunioren Deutschland, Dr. Eva Fischer, Halt in der Metropolregion. Begrüßt wurde sie am 05. Juli 2010 von den Wirtschaftsunioren Mannheim-Ludwigshafen. Im Rahmen der Deutschlandreise besuchte Dr. Fischer zahlreiche Kreisverbände quer durch Deutschland.

Das Zentralthema der Reise war die Bildung, weshalb Dr. Fischer auch Station in Mannheim machte. Dort traf sie sich u.a. mit Vertretern des Arbeitskreises Bildung und Wirtschaft (AK BiWi) der Wirtschaftsunioren Mannheim-Ludwigshafen.

Mit im Gepäck hatte Dr. Eva Fischer das bildungspolitische Positionspapier der

Wirtschaftsunioren Deutschland, in dem die Standpunkte und Forderungen für einen idealen Bildungsweg von der Kindertagesstätte bis zur Hochschule inklusive Weiterbildung dargelegt sind. Zu jeder Station des Bildungswegs sind in diesem Papier die Ziele der Wirtschaftsunioren, die derzeitigen Probleme und der Änderungsbedarf im Bildungssystem konkret beschrieben.

Während des Besuchs bekam die Bundesvorsitzende einen Überblick über die Tätigkeiten und die Projekte des Arbeitskreises BiWi. Hier waren vor allem das Projekt „Stufen zum Erfolg“ und die diversen Veranstaltungen im Hinblick auf Bildung und Integration interessante Diskussionsthemen. Gerade das Engagement des Arbeitskreises im Rahmen des Projekts an Mannheimer Hauptschulen bot die Gelegenheit eines ausgiebigen Erfahrungsaustausches und wurde von Dr. Fischer gewürdigt.

Weitere Stationen auf der Deutschlandreise der Bundesvorsitzenden waren: Berlin // Würzburg // Ingolstadt // Pforzheim (Nordschwarzwald) // Südwestfalen/Siegen // Dortmund // Paderborn und Höxter // Lippe/Detmold // Hamburg // Stralsund-Nordvorpommern // Hannover // Dessau // Leipzig und Potsdam.



International besser ankommen.

Überall an Ihrer Seite: die Sparkassen und ihr weltweites Netzwerk.

 Sparkasse
Vorderpfalz

Regional verankert, international erfolgreich – mit der Sparkasse als Partner! Wir stehen Ihnen mit unserem Know-how und unseren Kontakten auf der ganzen Welt zur Seite. Mit den Beratungs- und Finanzierungslösungen Ihrer Sparkasse und unseres internationalen Netzwerks kennt Ihr Erfolg keine Grenzen. Mehr dazu bei Ihrem Berater oder auf www.sparkasse-vorderpfalz.de. **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**

Mediation

//Text: Nina Kürschner

Am 08. Juni 2010 fand bei den Pfalzwerken in Ludwigshafen eine Veranstaltung des Arbeitskreises UFO zum Thema Mediation statt. Anhand praxisnaher Beispiele erklärte Dr. Merle von Mook die Vorteile, aber auch die Schwierigkeiten dieser Beratungsmethode.

Jeder von uns erinnert sich daran, der erste Abend bei den Wirtschaftsjunoren. Aufgeregt, neugierig gespannt: Was erwartet mich, wie sind die anderen? Was erwarten die anderen von mir? Und vor allem: Wie wird der Vortrag? Meine erste Veranstaltung war eine Arbeitskreissitzung der Ufos. Gerüchten zufolge sollen die Ufo-Sitzungen eher trocken und nüchtern sein. Doch eins vorweg. Dieser Abend war interessant, witzig, voller Diskussionen und alles andere als trocken. Nach einer kurzen Einführung in den Begriff „Mediation“ und ihre verschiedenen

Ausprägungen stellte Dr. Merle von Mook praxisnah und gespickt mit vielen persönlichen Erfahrungen die verschiedenen Methoden und Werkzeuge vor, die eine Mediation benötigt.

Grundsätzlich wird eine Mediation durchgeführt, wenn zwischen zwei Parteien ein festgefahrener Konflikt existiert.

DIE KRITERIEN UND DER ABLAUF EINER MEDIATION

Die Einsatzgebiete dieser Beratungsmethode sind in den Bereichen Wirtschaft, Psychologie und Jura. Aber auch in der Jugendarbeit wird sie angewendet. Grundsätzlich wird eine Mediation durchgeführt, wenn zwischen zwei Parteien ein festgefahrener Konflikt existiert, der sich nur noch mit einem „allparteilichen“ Dritten, dem Mediator, lösen lässt. Hier

bei kann es beispielsweise um eine Preisverhandlung zwischen Unternehmen und Dienstleister gehen. Oder es streiten zwei Nachbarn, wer an welchem Tag den Rasen des gemeinsamen Gartens mähen muss. Die Bandbreite der Konflikte, in denen die Beratungsmethode eingesetzt wird, ist groß. Im Gegensatz zu anderen Beratungsmethoden wie bspw. der Schlichtung (siehe Infokasten) kann der Mediator keinen eigenen Lösungsvorschlag unterbreiten. Und verfügt über keinerlei Entscheidungskompetenz. Vielmehr unterstützt er die Parteien bei der Entscheidungsfindung mit dem Ziel, eine Win-Win-Lösung für beide zu erarbeiten. Schnell war uns allen klar, dass in der Theorie jeder als Mediator fungieren kann. Wenn er jedoch nicht über ein ausgeprägtes Gespür für die Gemengelage der jeweiligen Absichten der Parteien und der dahinter stehenden Interessen



“Traditionen durchaus auch mal in Frage stellen um die beste Lösung für alle Beteiligten zu finden.

Dieses Credo lebe ich nicht nur in meinem Unternehmen, sondern auch innerhalb des Geschäftsführenden Ausschusses der Wirtschaftsjunoren Mannheim-Ludwigshafen.”

*Patrick Pohlmann
Prokurist Dietmar Pohlmann Consulting AG*



Dietmar Pohlmann
Consulting AG

Beratung | Projektierung | Umsetzung | Management
Sicherheitstechnik | Mobilfunk | Konvergente
Telekommunikation | Netze | Internetlösungen

Ziegelhüttenweg 3 | 68175 Mannheim | 0621-85 09 30 | www.DPCon.de

verfügt, ist das Risiko groß, dass er die Situation falsch einschätzt. Die wichtigsten Eigenschaften eines Mediators sind Erfahrung und Gespür, sagt Dr. Meerle von Mook. Kommt es zu einem erfolgreichen Abschluss, verfassen und unterschreiben die beiden Parteien ein rechtsverbindliches Dokument. In diesem sind alle Verbindlichkeiten und Entscheidungen festgehalten. Zurückkommend zu dem oben genannten Beispiel der sich streitenden Nachbarn würde wahrscheinlich darin stehen: „Herr Meier mäht jeden 2. Samstag im Monat den Rasen und Herr Schmidt jeden 4. Samstag des Monats.“

DIE AUSBILDUNG

Neugierig gemacht auf den Beruf des Mediators, wollten wir uns natürlich nicht mit der Theorie zufrieden geben. Wir und wahrscheinlich auch Ihr wollt jetzt wissen: Wie wird man eigentlich Mediator? Und wie kommt man an Fälle? Normalerweise erfolgt die Ausbildung neben dem Beruf. Dauer und Zeitintensität hängen sehr stark vom Anbieter ab. Es gibt Anbieter, bei denen die Ausbildung 200 Zeitstunden dauert, verteilt auf Selbstarbeit und Peer-Groups. Meerle von Mook bspw. investierte 13 Monate und jeweils ein Wochenende pro Monat. Nach erfolgreichem Abschluss von zwei Fällen kann man sich bei bestimmten Vereinigungen als Mediator zertifizieren lassen. Weitere Fälle sind dadurch leichter zu bekommen. Vieles läuft allerdings auch über Mund-zu-Mund-Propaganda und gute Kontakte. Es spricht sich – so Merle von Mook – schnell herum, ob jemand ein guter Mediator ist. Die Honorarvereinbarungen sind ebenso unterschiedlich wie die Ausbildungsmöglichkeiten.

Als Anfänger verdient man zwischen 150 und 160 Euro pro Stunde. Bei juristischen Mediatoren gelten meist die juristischen Stundensätze und mit der Erfahrung steigt normalerweise auch der Stundensatz des Mediators. Je nach Rechtslage und Versicherung kann es sein, dass die Rechtsschutzversicherung zur Vermeidung gerichtlicher Auseinandersetzungen die Kosten für eine Mediation übernimmt.

Mediation als Hilfe für den Berufsalltag Fragen über Fragen, Anregungen und Diskussionen, die Zeit verging wie im Flug. Wir waren so fasziniert von dem Thema, dass aufgrund der vorangeschrittenen Zeit die ursprünglich vorgesehen Gruppenarbeit leider ausfallen musste. Dennoch denke ich, dass wir alle viele Eindrücke und Wissen aus dem Vortrag mitgenommen haben. Und auch wenn es keine eindeutige Erfolgsquote für die Mediation gibt, das Erlernen der Methode scheint in jedem Fall erfolgversprechend zu sein. Nicht nur mit dem Ziel, sich ein zweites Standbein aufzubauen. Die Ausbildung allein bringt schon einen großen Mehrwert. Ich habe viel für mich selbst gelernt und es hilft mir auch in meinem beruflichen Alltag, sagt Dr. Meerle von Mook.

Und ich kann abschließend nur sagen, für mich war es ein wirklich spannender Abend mit einem sehr interessanten und lehrreichen Vortrag. Meine Erwartungen wurden mehr als übertroffen und ich freue mich schon auf die nächste Veranstaltung der Wirtschaftsuni. Die Messlatte liegt sehr hoch, dennoch bin ich mir sicher: Sie wird so schnell nicht tiefer wandern.

Andere Beratungsmethoden

Schlichtung // Der Schlichter ist dazu berufen, einen eigenen Einigungsvorschlag zu unterbreiten, faktische Argumentationslast bei Ablehnung des Schlichterspruchs

Coaching // Kein Konflikt erforderlich. Unterstützung in der Persönlichkeitsentwicklung

Supervision // Kein Konflikt erforderlich. Berufsbegleitende Weiterbildung, insbesondere in schwierigen Situationen

Beratung // Nicht nur Nutzung zur Krisenbewältigung, sondern auch zur Weiterbildung

Literatur

Hennsler/ Koch: *Mediation in der Anwaltspraxis*, DAV, 2. Auflage (2004) // Peter Röhrig: *Solution Tools; Die 60 besten, sofort einsetzbaren Workshop-Interventionen mit dem Solution-Focus*, Managerseminare Verlag, 2. Auflage (April 2009) // Anita von Hertel: *Professionelle Konfliktlösung: Führen mit Mediationskompetenz*, Campus Verlag // Fritz B. Simon: *Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus*, Carl-Auer-Systeme Verlag, 4. Auflage (November 2009).

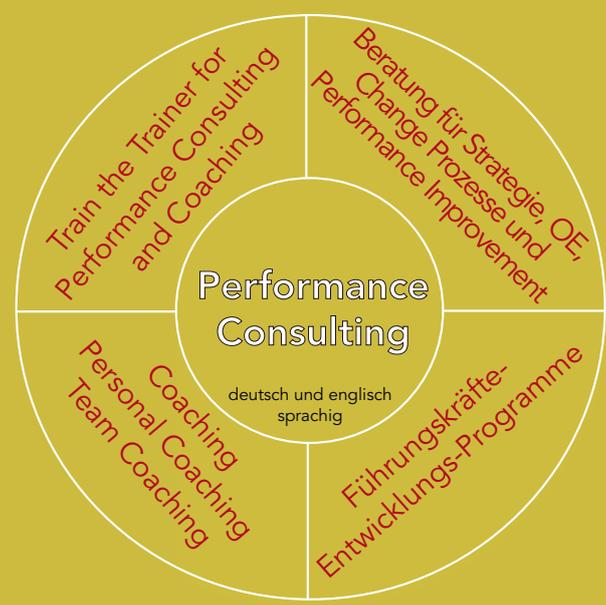
Wie profitieren Sie von einer Zusammenarbeit mit uns?

- Beschleunigte Führungskarriere
- Erfolg in Training und Beratung (intern und extern)
- Strategische Positionierung als PersonalentwicklerInnen
- Professionelles Coaching von Einzelpersonen und Teams

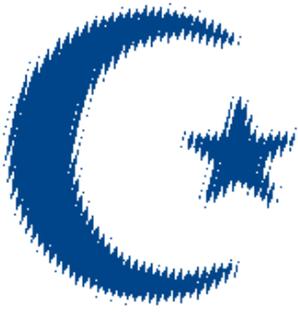
Unsere erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen geben Ihnen auf Anfrage gerne Auskunft.

dta international Ltd.
Leopoldstr. 244
80807 München
+49 89 35 06 38 28
trainings@dta-international.org
www.dta-international.org





The diagram is a circular graphic with 'Performance Consulting' in the center, noted as 'deutsch und englisch sprachig'. It is divided into four quadrants: 'Train the Trainer for Performance Consulting and Coaching' (top-left), 'Beratung für Strategie, OE, Change Prozesse und Performance Improvement' (top-right), 'Führungskräfte-Entwicklungs-Programme' (bottom-right), and 'Coaching Personal Coaching Team Coaching' (bottom-left).



Ausflug in die Welt des Orients

//Text und Bild: Dr. Andreas Guldán

Am 6. Mai 2010 besuchte eine 12-köpfige Delegation der Wirtschaftsjunioren Mannheim-Ludwigshafen die Yavuz Sultan Selim Moschee in Mannheim. Die Besichtigung wurde vom AK Biwi organisiert.

ÜBER DIE MOSCHEE

Die Moschee liegt zentrumsnah im Stadtteil Jungbusch (Luisenring 28, Mannheim) und wurde im Jahr 1995 erbaut. Die Finanzierung des Moscheebaus, der mehrere Millionen Euro kostete, erfolgte nahezu ausschließlich aus Spenden. Trä-

gerverein der Mannheimer Moschee ist der Mannheim DitiB Yavuz Sultan Selim Camii e.V. Die Türkisch-Islamische Gemeinde zu Mannheim ist ein eingetragener Verein und Mitglied des Dachverbandes DITIB Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e.V. Diesem Dachverband sind deutschlandweit ca. 900 Moscheen angeschlossen.

RÄUMLICHKEITEN IN DER MOSCHEE

Die Besuchergruppe der Wirtschaftsjunioren wurde von Herrn Dipl.-Kfm. Asim Mu-

can durch die wichtigsten Räumlichkeiten der Moschee geführt. Der Beginn der Besichtigungstour war der Waschraum. Dort beginnt für jeden gläubigen Muslim ein Moscheebesuch, da die Waschung vor einem Gebet zu Allah verpflichtend ist. Anschließend ging es weiter in den größten Raum der Moschee, den Gebetsraum. Dort schmückten mehrere Kronleuchter und zahlreiche Kaligraphien das Rauminnere. Bilder und Statuen sind dort jedoch nicht zu finden, da sich die Gläubigen auf die Worte des Imams konzentrieren sollen. Interessant für die Wirtschaftsjunioren war auch die Tatsache, dass Männer und Frauen während des Gebets getrennt sitzen. Die Männer befinden sich auf dem Boden und die Frau in einer höher gelegenen Loge des Gebetsraums.

VORTRAG ÜBER DEN ISLAM

Nach dem Rundgang durch die Moschee folgte die Delegation der Wirtschaftsjunioren der Einladung von Herrn Mucan zu einem kurzen Vortrag über den Islam (arabisches Wort für Frieden) und die damit zusammenhängende Weltanschauung. Herr Mucan schaffte es, in kurzer Zeit einen interessanten Einblick in die Welt des Islams zu geben. Auch die anwesenden Kinder konnten den Referenten nicht aus der Ruhe bringen. Nach der Lehre des Islams erlangt der Mensch durch aufrichtige Hingabe an den einen Gott (= Allah) Frieden mit sich, seinem Schöpfer und seiner Umwelt.

KULINARISCHER ABSCHLUSS DER MOSCHEEFÜHRUNG

Nach dem Vortrag gingen die Exkursionsteilnehmer in einem Restaurant (traditionell) türkisch essen. Dort konnten dann in entspannter und lustiger Runde alle offenen Fragen zu der Moschee und zum Islam beantwortet werden. Ein herzliches Dankeschön gilt Herrn Mucan, der den Wirtschaftsjunioren vom AK Biwi diese Führung ermöglicht hat und viele interessante Dinge über die Mannheimer Moschee und den Islam sehr gut erläuterte.



Die Wirtschaftsjunioren im Gebetsraum der Yavuz Sultan Selim Moschee



Wir kümmern uns darum!

KUNZE Gruppe
Dessau
Dresden
Freiburg
Heidelberg
Mannheim
Reutlingen
Schwetzingen
Worms

Ihre Immobilien sind eine Wertanlage. Wir sorgen dafür, dass dies auch in Zukunft so bleibt. Kunze Immobilienverwaltung betreut professionell, zuverlässig und mit langjähriger Erfahrung Wohnungseigentümer und Eigentümer von Mietshäusern.

Wenn Sie mehr über unsere Arbeit erfahren möchten, rufen Sie uns an oder fordern Sie unverbindlich unsere Broschüre an.

KUNZE Gruppe

.....

KUNZE AG
Prinz-Carl-Anlage 20
67457 Worms
Telefon 06241.9008-0
Telefax 06241.9008-10
r.kunze@kunze-gruppe.de

Logo, Flyer und Anmeldungen

//Text: Andreas Brohm

Kaum sind die Ressorts besetzt (siehe letzte Info-Ausgabe), läuft die Arbeit in den Ressorts auf Hochtouren. Vor allem unsere Ressorts Marketing und Sponsoring haben derzeit viel zu tun. Die Konferenzsaison stand schließlich vor der Tür. Unser ehrgeiziges Ziel war es, dass wir das Grundmarketing bis zur ersten LaKo (18.-20.06.2010 in Esslingen) fertig haben. Und tatsächlich, dank fleißiger WJ und engagierter Sponsoren ist dies auch gelungen!

Wir haben zunächst ein schönes Logo gewählt. Die „60“ und die Farbe des Logos stehen für das Jubiläum unseres Kreises, einem der ältesten Deutschlands. Die geschwungenen Linien symbolisieren die Verbindung zweier Städte bzw. Bundesländer und stehen nicht zuletzt für die Brücken über den Rhein. Das Logo wirkt gleichzeitig zeitlos und zeitgemäß. Es wurde sofort für einen Frühbuckerflyer verwendet. Der beidseitig bedruckte Flyer dient nicht nur der Imagewerbung mit einem schönen Rhein-Motiv sondern konkret der Anmeldemöglichkeit. Zu guter Letzt wurde

auch eine erste Fassung unserer Homepage www.doppellako2012.de pünktlich zur LaKo BW in Esslingen fertig.

Mit diesem Marketing im Rücken stürzte sich eine kleine, hochengagierte Delegation der WJ Mannheim-Ludwigshafen auf der LaKo Esslingen ins Getümmel, um für unsere LaKo 2012 zu werben. Knapp 150 schriftliche Anmeldungen plus 45 Optionen (i.d.R. Blockbuchungen für 5-30 Teilnehmer) waren das erfreuliche Ergebnis. Der Dank geht an Julia, Nicki, Kai S., Kai W. und Kathrin. Nun hoffen wir auf weitere 150 Anmeldungen durch die LaKo RP in Trier bzw. die BuKo in Karlsruhe. Eine Gesamtanmeldezahl von über 300 ohne eigene WJ würde unserem Veranstaltungsressort eine gewisse Planungssicherheit geben.

Auch das Sponsoring-Ressort hat gute Arbeit geleistet und bereits verschiedene Pakete geschnürt. Unterschieden wird in Sach- und Geldsponsoring. Das restliche Jahr 2010 wird genutzt um die Sponsoringgewinnung strategisch vorzubereiten und

2011 unter verbesserten konjunkturellen Vorzeichen durchzustarten.

Der Herbst 2010 steht unter dem Motto des Austausches. Die WJ Mannheim-Ludwigshafen laden die LaKo-Organisatoren der LaKo BW 2010 Esslingen und der 2011 Freiburg zu einem gemeinsamen Koordinationswochenende ein. Das Treffen findet am 17. und 18.09.2010 statt. Interessierte WJ sind, wie auch zu den LaKo-Gesamttreffen, herzlich eingeladen. Christian und ich danken allen für ihr Engagement.

Ausblick auf die kommende Info-Ausgabe: Vorstellung der LaKo-Rechtsform, des ersten Budgets und der Arbeit der Ressorts

Dank an erste Sponsoren //

Das LaKo-Team dankt der trio group (Lars Kempf) für die Designergebnisse, Waldkirch (Barbara Waldkirch) für den Druck des Flyers und Dots United (Nadine Soyez) für die Homepagegestaltung. In Produktion sind zudem die LaKo-Polos, gesponsert durch iclear (Michael Sittek).

60 JAHRE LAKO2012

WJ WIRTSCHAFTSJUNIoren
MANNHEIM-LUDWIGSHAFEN
www.doppellako2012.de

29.06.-01.07.2012
DOPPELANDESKONFERENZ
BADEN-WÜRTTEMBERG UND RHEINLAND-PFALZ

SAVE THE DATE
JETZT FRÜH-RABATTE SICHERN!



Zu Gast bei der IHK Vizepräsidentin und JCI-Senatorin Barbara Waldkirch

„Für meine Junioren bin ich immer da!“

// Text: Dr. Lars Kempf, Martin Sloscharek
Bilder: Privat

An einem wunderschönen Nachmittag hatten wir die Gelegenheit, Barbara Waldkirch zu besuchen und mit ihr über Ihre vielfältigen Aktivitäten zu reden. Ihr erster Satz „Was wollt Ihr wissen?“ war uns Ansporn und Einladung zugleich, um im wahrsten Sinne des Wortes mit der Tür ins Haus zu fallen.

Barbara Waldkirch ist verheiratet, Mutter von drei erwachsenen Kindern (so dass auch hier der „nächste Wirtschaftsjuniorennachwuchs gesichert ist“), von Beruf Diplom-Übersetzerin für Russisch und Englisch und von der Berufung her Unternehmerin. Dies zeigen insbesondere Ihre vielfältigen Aufgaben als Herausgeberin

beim Waldkirch Verlag, welcher sich auf Bücher aus der Metropolregion spezialisiert hat, als Inhaberin einer Buchhandlung, unternehmerisch verantwortlich für die Waldkirch-Gruppe, als Kümmererin für das Organisatorische bei der Yoga-Schule Ihres Mannes und gleichzeitig als aktive Yoga-Kursleiterin.

Darüber hinaus ist Barbara regional stark engagiert, sei es als Handelsrichterin, IHK-Vizepräsidentin, als Vertreterin der Verlage in der IHK-Vollversammlung Rhein-Neckar sowie Gründungsmitglied des Rotary Club Mannheim Amphitrite. Weitere Ämter in diversen Gremien kommen dazu, wobei hier der Schwerpunkt auf den Themenfeldern Bildung und Gleichberechtigung liegt.

Die entscheidenden Schritte als Unternehmerin nahm Sie in Angriff als Ihre drei Kinder in die Schule kamen. Gleichzeitig wurde Barbara auch Wirtschafts-Juniorin und dies war rückblickend bewertet einer Ihrer besten Schritte, wie Sie uns begeistert erzählt. Sie kam in den heutigen Arbeitskreis Bildung und Wirtschaft (AK BiWi) und übernahm dort rasch die Leitung. Der damalige Schwerpunkt des Arbeitskreises Schule (& Wirtschaft), wie er damals hieß, war die Zusammenarbeit mit den Schulen, insbesondere mit den Gymnasien. Dabei fungierten die Lehrer als Multiplikatoren der gemeinsam erarbeiteten Ideen und Konzepte, welche an die Klassen weitergegeben wurden.

Auch geht von diesem Arbeitskreis ein starker Impuls bei der Implementierung des BOGY-Programmes aus, der "Berufsorientierung an Gymnasium", ein Programm, das auch heute noch lebt. Am

Arbeitskreis Bildung und Wirtschaft kann man schön den jeweiligen Zeitgeist ablesen wie wir gemeinsam mit Barbara finden, schließlich hat sich der Arbeitskreis in Ihrer Zeit inhaltlich gewandelt und auch heute ist er dem ständigen Wandel unterworfen: das Thema lebenslanges Lernen gewinnt heute immer mehr an Bedeutung und findet immer stärkere Berücksichtigung und auch das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ wird im heutigen Arbeitskreis diskutiert. „Damals“ war das jedoch kein Thema, da musste jede Firma und jede/r Betroffene(r) alleine mit der Herausforderung und leider teilweise auch mit der Entscheidung für oder wider Beruf oder Familie umgehen.

Die Themen und Aufgabenstellungen jeder Juniorengeneration gleichen sich immer wieder und jede Generation muss Ihren eigenen Zugang finden. Was uns auffällt und Barbara auch mit allen anderen „ehemaligen“ Junioren eint, ist die Tatsache, dass Sie gerne Rat geben, aber nur wenn dies ausdrücklich gewünscht ist. Wenn aber gefragt wird, dann kann man sich auf dieses Band verlassen und wir sollten es noch viel mehr nutzen, „denn für meine Junioren bin ich immer da.“ Das Einzige, was Barbara rückblickend auf Ihre Juniorenzeit bedauert ist, so spät erst zu den Junioren gekommen zu sein.

Kennen und schätzen gelernt hat Sie die Wirtschafts-Junioren über Ihren Mann. In den Jahren 1997 und 1998 war sie selbst als GA tätig. In dieser Zeit fand das European Multi Twinning (EMT) in Mannheim statt und die Idee zur Austragung der Doppellandeskonferenz 2002 zum 50-jährigen Jubiläum wurde geboren. Auch Barbara wünscht jedem Junior, dass er die Gelegenheiten wahrnimmt und auf möglichst viele Konferenzen geht, um die stark prägenden Bekanntschaften, die wertvollen Erfahrungen und Erlebnisse mitnehmen zu können.

Nach dem Ausscheiden aus dem „aktiven Juniorendienst“ wurde Sie in die Vollversammlung der IHK Rhein-Neckar gewählt, um sich dort dann zur ersten weiblichen IHK-Vizepräsidentin zu entwickeln. Natürlich brachte Sie hier Ihre Anliegen und ihre Expertise im Bereich Ausbildung und ihre Expertise im Bereich Berufsbildungsausschusses der IHK Rhein-Neckar sowie im Schlichtungsausschuss für Ausbildungssachen tätig. Aber auch außerhalb der IHK bleibt Sie diesem Thema durch Aktivität und Visibilität in diversen Beiräten und Komitees treu.

Auch die Herausforderungen, Frauen schneller wieder in ihre Berufe kommen zu lassen, geht Barbara regional und nach gelernter Wirtschafts-Junioren-Art wirk-

IHK Vollversammlung

Die IHK-Vollversammlung ist das „Parlament“ der jeweiligen IHK und repräsentiert die Unternehmen der IHK in Ihrem Zuständigkeitsbereich. Die Anzahl der Vertreter ist je nach IHK unterschiedlich, gemeinsam ist Ihnen aber in der Zusammensetzung, dass die Vollversammlung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der Gewerbegruppen Rechnung trägt und dabei die wirtschaftlichen Besonderheiten des IHK-Bezirktes berücksichtigt. So findet sich jedes IHK-Mitglied in der Vollversammlung wieder.

Die Vollversammlung bestimmt die Richtlinien der Arbeit jeweiligen IHK. Sie wählt das Präsidium, welches die IHK nach den Beschlüssen der Vollversammlung leitet. Die Geschäftsführung leitet im Einvernehmen mit dem Präsidenten

die Geschäfte nach den Beschlüssen der Vollversammlung, insbesondere erlässt die Vollversammlung, deren Mitglieder für jeweils 5 Jahre gewählt werden, die eigenen Rechtsvorschriften der IHK, beschließt den Haushalt und legt Beiträge und Gebühren fest. Traditionell sind viele aktive und ehemalige Wirtschafts-Junioren in der Vollversammlung zu finden, im Schnitt sind dies ungefähr ein Drittel aller dort vertretenen Unternehmen. Die Tätigkeit der Mitglieder in den Gremien der Kammer ist grundsätzlich ehrenamtlich. Die Tagesgeschäfte werden von den hauptamtlichen Mitarbeitern unter Leitung des Hauptgeschäftsführers abgewickelt.

Wirksame Interessenvertretung und praxisnaher Service setzen eine enge Verzahnung mit den Mitgliedern voraus. Diesem

Zweck dienen vor allem auch die bei der Kammer eingerichteten Ausschüsse, in denen spezielle Fragen z.B. der Industrie, des Handels, des Verkehrs, der Berufsausbildung oder der Außenwirtschaft behandelt werden. Die Bildung von weiteren, Arbeitskreisen ist übliche Praxis. Näheres zu Deiner IHK und der Vollversammlung findest Du unter:

[//](http://www.pfalz.ihk24.de/servicemarken/ueber_uns/organisation/vollversammlung.jsp)

[//](http://www.rhein-neckar.ihk24.de/servicemarken/ueber_uns/IHKRheinNeckar/Organigramm_Verbesserung5_endversion.pdf)

[//](http://www.rheinhausen.ihk24.de/servicemarken/ueber_uns/IHK-Ehrenamt/vollversammlung.jsp)

sam an. Sie sorgt als Gründungsmitglied der 1. Deutschen Familiengenossenschaft mit Kinderbetreuung und Tagesmüttern für Angestellte in Unternehmen der Metropolregion Rhein Neckar. Denn nur durch erfolgreiche Taten kann man für die notwendige Awareness auf Ebene der politischen Entscheider sorgen. Gerade hier ist Barbara der Meinung könnte man auf kommunalpolitischer und landespolitischer Ebene glänzen und echte Wettbewerbsvorteile für die Unternehmen und damit ihre Mitarbeiter erwirken.

Dass sich Ihr Engagement nicht nur für die Region mit Ihren Unternehmen und Mitarbeitern auszahlt lässt sich unschwer an diversen Ehrungen erkennen. Zu nennen seien hier die Wirtschaftsmedaille des Landes Baden Württemberg, der „Feudenheimer Taler“ und natürlich die Ernennung zur Senatorin von JCI International aus dem Jahre 1999. Auf die Frage, ob Sie dies so geplant habe, verneint Sie glaubhaft, vieles habe sich „so“ ergeben, aber wenn sich Gelegenheiten bieten, dann muss man einfach zugreifen und handeln.

Natürlich braucht man ein gutes Zeitmanagement und ganz wichtig, was Sie

explizit betont, sei ein stabiles Umfeld, in welches man sich zurückziehen kann und auch die notwendige Gelassenheit sowie die notwendige Objektivität finden kann. Schade ist laut Barbara auch die Tatsache, dass die meisten Mitmenschen immer ruheloser werden, weil Sie nicht loslassen können und nicht auf sich hören. Sie und Ihr Mann haben diesen Rückzugspunkt im Yoga gefunden und erleben, dass selbst junge Menschen immer ausgeglichener werden können. Dies erfahren Sie in ihren Kursen für Kinder und Jugendliche, welche sich einer guten Nachfrage erfreuen.

Aus diesem Grund müssen wir unser informatives und detailreiches Gespräch dann auch an diesem Punkt beenden, denn Barbara muss los und einen Kurs geben. Wir genießen noch den Blick über den Gartenteich, bestaunen Bücher, welche mehrere Hundert Jahre alt sind. Dann vereinbaren wir, uns bei der Vorbereitung und Durchführung der Doppellandeskonferenz „unserer Zeit“ auf Ihre Angebote gerne zurück zu kommen und verabschieden uns mit einem großen Dankeschön vom schönsten Ort der Metropolregion für Barbara, nämlich von Mannheim-Feudenheim.



Waldkirch Verlag

Seit 1542 gibt es Druckwerke des Waldkirch Verlages. Hervorzuheben ist neben vielem Weiteren, dass alle Paracelsus-Erstaussagen bei Waldkirch erschienen. Heute ist der Waldkirch Verlag nebst eigener Buchhandlung Bestandteil der Waldkirch Produktion GmbH und deckt so das ganze Spektrum des grafischen Bereiches ab. Der Verlag steht für „Lesestoff“ und Autoren aus der Rhein-Neckar-Region sowie hochwertig gestaltete Bücher. Empfehlen können wir u.a. „Mannheim – Ein Stadtspaziergang“.

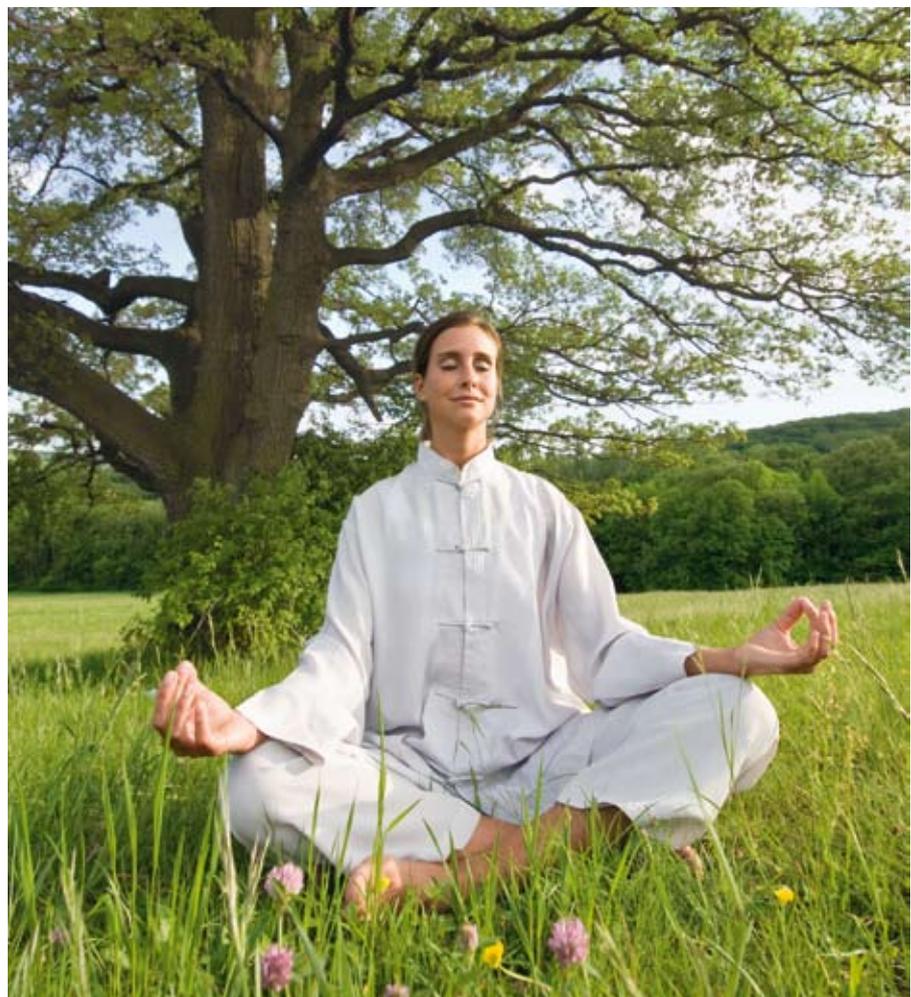
Weitere Informationen unter:
www.waldkirch.de

Yoga

Yoga ist eine aus Indien stammende Wissenschaft, die Körper und Geist gleichzeitig beansprucht, trainiert und fördert. Das Sanskrit-Wort „Yoga“ bedeutet „Einheit oder Vereinigung“, ein harmonisches Zusammenspiel von Körper und Geist in allen Aspekten des Lebens. In seiner über 2000 jährigen Geschichte entstand ein System verschiedener Techniken: Körperübungen (Asana), Atemübungen (Pranayama) und Übungen zur Konzentration und Meditation. Gerade Persönlichkeiten, die sich permanent in Anspannung befinden und hohem Entscheidungs- und Erfolgsdruck unterliegen, können beim Yoga Übungen erlernen und anwenden, welche sie als wirksame Werkzeuge gegen Stress einsetzen können. „Das Wohlbefinden und die bessere Gesundheit ist eine schöne Begleiterscheinung, es ist eine Sache der Balance“ wie es Barbara ausdrückt.

Wenn Du nicht bis zur Doppellandeskonferenz 2012 warten willst, dann informiere Dich unter...

www.yoga-zeit.de





Top-Service statt 08/15. Das Girokonto der Sparkasse.

16000 Geschäftsstellen, 25000 Geldautomaten, 130000 Berater u. v. m.*

 Sparkasse
Rhein Neckar Nord

Geben Sie sich nicht mit 08/15 zufrieden. Denn beim Girokonto der Sparkasse ist mehr für Sie drin: mehr Service, erstklassige Beratung rund ums Thema Geld und ein dichtes Netz an Filialen mit den meisten Geldautomaten deutschlandweit. Mehr Infos in Ihrer Filiale oder unter www.sparkasse-rhein-neckar-nord.de. **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**

*Jeweils Gesamtzahl bezogen auf die Sparkassen-Finanzgruppe.

Was macht eigentlich Ihre IHK?

// Text: Markus Roth
Bilder: Alex Wolf

Noch vor der offiziellen Eröffnung waren wir am 12. Juli die ersten Gäste der IHK Rhein-Neckar in ihrem modernisierten Gebäude in Mannheim. Auf der Gesamtkreisveranstaltung „Was macht eigentlich Ihre IHK?“ gab uns Prof. Dr. Franz J. Luzius, Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar, Einblick in die Aufgaben und Dienstleistungen der IHK. Den Vortrag gestaltete er gemeinsam mit der IHK-Mitarbeiterin Nadine Kurz sehr unterhaltsam und kurzweilig in Form eines Gesprächs zwischen Chef und Auszubildender.

IM SPANNUNGSFELD DER AUFGABEN UND INTERESSEN

Am Beispiel realer Briefwechsel mit Firmen, Ämtern und Privatpersonen verdeutlichte er die Aufgaben der IHK, die sich in vier Bereiche einteilen lassen. Zum einen ist die IHK vom Staat verpflichtet, gewisse hoheitliche Aufgaben wahrzunehmen. Diese sind zum Beispiel die Organisation der Prüfungen von Auszubildenden, Lehrgänge für Fahrer von Gefahrguttransportern, die Registrierung von Versicherungsmaklern (Verbraucherschutz) und viele mehr.

Außerdem ist die IHK Dienstleister für ihre Mitgliedsunternehmen und berät diese in unterschiedlichen Angelegenheiten. So werden zum Beispiel Existenzgründerberatungen durchgeführt, Börsen für Unternehmenskooperationen und Unternehmensnachfolge organisiert, Unternehmen in Krisensituationen beraten und Fragen zur Außenwirtschaft beantwortet.

Des Weiteren berät die IHK den Staat in verschiedenen Bereichen. So nimmt die IHK Stellung zu Businessplänen im Rahmen



Der Vortrag fand im modernisierten IHK Gebäude in Mannheim statt.

Mitgliedsunternehmen der IHK

Die IHK Rhein-Neckar hat etwa 70.000 Mitgliedsunternehmen, vom Kleingewerbetreibenden bis hin zum weltweit operierenden Konzern. Bemerkenswert ist, dass 40% der Unternehmen aufgrund der geringen Gewinne von der Beitragszahlung befreit sind. Umgekehrt stehen die 100 Top-Firmen für 40% der gesamten Beitragseinnahmen. Im vergangenen Jahr gab es etwa 14.500 Gewerbebeanmeldungen und etwa 12.000 Gewerbeabmeldungen. In Bezug auf die Gesamtzahl der 70.000 Mitgliedsunternehmen entspricht das etwa jedem fünften bis sechsten Betrieb.

„Seichtgebiete – Warum wir hemmungslos verblöden“

Gesamtkreisveranstaltung WJ MA-LU

22. November 2010 um 19:00 Uhr in der IHK Rhein-Neckar, L 1, 2, 68161 Mannheim

Alle wissen es, keiner schreit auf: Ob falsche Betroffenheit in Talkshows, pröhlige Vorbilder wie Mario Barth oder Dieter Bohlen, von Supernannys statt von ihren Eltern erzogene Kinder oder die selbst vom Feuilleton zu Ikonen der Subkultur stilisierten Bestseller-

autoren à la Roche, Bushido und Co. – überall breiten sich Seichtgebiete und Verblödung aus. Jürgs prangert nicht deutsch bierernst, sondern indem er sie lächerlich macht, jene an, die zynisch schamlos mit der Verdummung Geld machen. Er schont auch nicht

sich und seine Branche, und erst recht nicht die Oberlehrer der Nation, die nur angeekelt ihre Nasen rümpfen.

In seinem provokanten Vortrag warnt Jürgs vor den Folgen einer veröden demokratischen Kultur.

staatlich geförderter Existenzgründungen, begutachtet die Absicherung staatlicher Ausfallbürgschaften für Unternehmen und berät bei Flächennutzungsplänen.

Die IHK ist bei all dem verpflichtet, das Gesamtinteresse ihrer Mitglieder zu vertreten. Prof. Luzius zeigte hierbei das Spannungsfeld zwischen den unterschiedlichen Gewerben. So erzählte er von einer geplanten Wohnbebauung in der Nähe eines Gewerbegebiets. Während ein dort ansässiges Unternehmen sich aufgrund der absehbaren Konflikte mit allen Mitteln gegen die Bebauung wehrt, ist ein Bauunternehmen daran interessiert, den Auftrag für die Wohnbebauung zu erhalten. An diesem Beispiel zeigte Prof. Luzius, dass die Interessen aller Mitgliedsunternehmen – egal welcher Größe – gleichermaßen vertreten muss und systematisch das übergeordnete Gesamtinteresse aller Mitgliedsunternehmen ermitteln muss.

DIE IHK – DES UNTERNEHMERS FREUND ODER FEIND?

Dass dabei auch einmal die Interessen eines einzelnen Unternehmens unter den übergeordneten Interessen der Gesamtheit aller Unternehmer leiden, ergibt sich zwangsläufig. Prof. Luzius zeigte sehr bildlich, dass die IHK durch ihre Verpflichtung, hoheitliche Aufgaben

wahrzunehmen, im Ansehen bei einer Vielzahl von Unternehmen leidet. So wird zum Beispiel ein Existenzgründer, der auf staatliche Fördergelder hofft und dessen Businessplan von der IHK als nicht tragfähig abgelehnt wird, sicher nicht der größte Freund der IHK werden.

ABSCHAFFUNG DER KAMMERPFLICHT-MITGLIEDSCHAFT?

Häufig wird die Forderung gestellt, der Staat solle seine hoheitlichen Aufgaben selbst übernehmen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass die entsprechenden Kosten über Steuern auch wieder auf die Unternehmen umgelegt werden müssten. Ob der Staat diese Aufgaben effizienter und im Interesse der Unternehmen besser ausführen würde, kann sicher bezweifelt werden. Und durch die eigene Beteiligung haben Unternehmen die beste Möglichkeit, ihre Interessen gegenüber dem Staat wahrzunehmen.

FAZIT

Die IHK vertritt die Interessen aller Unternehmer, egal welcher Größe. Bei der großen Spannbreite der Aufgaben – von hoheitlichen Aufgaben für den Staat bis hin zur Beratung und Interessensvertretung der Unternehmen – steht die IHK in der Pflicht, immer die übergeordneten Gesamtinteressen der Mitgliedsunternehmen zu vertreten.



Nicole Walz dankt Prof. Luzius für seinen informativen Vortrag.

Prof. Dr. Franz J. Luzius //

Der promovierte Volkswirt und Honorarprofessor Prof. Dr. Franz J. Luzius startete seine Karriere bei der IHK Rhein-Neckar 1978 und ist seit 1993 Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar, Sitz Mannheim. Herr Prof. Luzius ist den Wirtschaftsjuristen seit langem eng verbunden. Für seine stetige Förderung der Wirtschaftsjuristen und sein großartiges Engagement erhielt er im Januar 2010 die Goldene Juniorennadel, die höchste Auszeichnung der Wirtschaftsjuristen Deutschlands. Hiermit zählt Prof. Luzius nun zu den Ehrenmitgliedern der Wirtschaftsjuristen Mannheim-Ludwigshafen.

BURO MIT SYSTEM

Zeilfelder



Planen Sie ein neues Büro, die Erweiterung oder Veränderung Ihrer bestehenden Büroeinrichtung oder ziehen Sie in neue Räume?

DIE SICHERE ENTSCHEIDUNG

Dann nutzen Sie doch einfach die Gelegenheit für ein unverbindliches Beratungsgespräch. Anregungen zu Einrichtungsobjekten und Systemen finden Sie auch in unserer Ausstellung oder unserem Online-Shop.

+ ONLINE-SHOP

Floßwörthstraße 47 · 68199 Mannheim (MA-Neckarau – gegenüber Metro)
Tel. (06 21) 8 42 15-0 · www.zeilfelder.de

Weil wir... die beste Wahl sind.

Stark fürs Leben. SBK

Erhebt Ihre Krankenkasse einen Zusatzbeitrag? Dann nutzen Sie Ihr Sonderkündigungsrecht und entscheiden Sie sich für das ausgezeichnete Leistungsangebot und die persönliche Betreuung der SBK. **Wir erheben 2010 keinen Zusatzbeitrag!**

Wechseln Sie jetzt zur SBK!
Mehr unter www.sbk.org/bestewahl

Gerne beraten wir Sie persönlich. Ihr Ansprechpartner vor Ort:
SBK, Dynamostraße 4, 68165 Mannheim
Kontakt: Martina Scheytt, Telefon 0621/ 456-2589,
E-Mail: martina.scheytt@sbk.org

Wenn es dunkel wird...

Mannheim bei Nacht

// Text: Sascha Dähn
Bilder: Martin Hellige

Am 25. Juni 2010 trafen wir uns an der Rückseite des Hauptbahnhofs, um eine alte Tradition gemeinsam zu erleben: „Mannheim bei Nacht“. Die nur alle zwei Jahre durchgeführte Veranstaltung findet an mehreren Stationen statt, bei denen in der Nacht gearbeitet wird.

Gegen 18.00 Uhr setzte sich die versammelte Gruppe mit einem kurzen Gang durch die Bahnstufenunterführung in Bewegung und erreichte auch schon ihr erstes Ziel.

BAHNHOFSMISSION MANNHEIM

In der Bahnhofsmision erwartete uns Herr Knüppel, seit 20 Jahren Leiter der Mission und seit 40 Jahren im kirchlichen Dienst tätig, um uns mit seinem kurzweiligen Vortrag einen Überblick über die Tätigkeiten der Bahnhofsmision zu geben. Die im Jahr 1897 für Frauen, die vom Land in die Stadt gezogen waren, gegründete Bahnhofsmision wird von der Caritas und der Diakonie getragen. Die Mission hilft mit ihren 41 ehrenamtlichen Mitarbeitern im Vier-Schichtbetrieb jährlich rund 46.000 Menschen direkt oder indirekt. Als Anlaufstelle für Menschen, die sich auf Reise befinden, steht man allen Menschen offen, hilft sich unterwegs befindlichen Reisenden, insbesondere älteren Menschen, allein reisenden Kindern, Behinderten, Rollstuhlfahrern, Blinden, bestohlenen Reisenden und nimmt sich Zeit für Notfälle, die während

der Reise entstehen können. Sogar ein Raum der Stille für Seelsorgegespräche ist in dem Gebäude vorhanden. Stolz ist Herr Knüppel über sein Projekt „Kids on Tour“, welches er 2003 gründete und seitdem als ehrenamtlicher Leiter von Mannheim aus bundesweit verwaltet.

Die Bahnhofsmision hilft jährlich rund 46.000 Menschen.

Die Betreuung von mit der Bahn allein reisenden Kindern ist das Kernelement dieses Projekts, welches im Juli 2010 rund 25.000 Kindern geholfen haben wird. Des Weiteren kümmert man sich um ältere Menschen, Straßenkinder sowie um Menschen mit Problemen unterschiedlichster Art. Hierfür werden die Mitarbeiter aus- und weitergebildet sowie

Gespräche geführt. Auch der bundeseinheitliche Internetauftritt wird von Mannheim aus gepflegt. Um die Tätigkeit der Mission finanzieren zu können, ist man auf Öffentlichkeitsarbeit angewiesen. Diese Tätigkeit unterstützen die Wirtschaftsjunioren gerne mit einem Scheck über Euro 100,00.

HISTORISCHE STRASSENBAHNFAHRT UND PERSÖNLICHE STÄRKUNG

Im weiteren Terminplan ging es mit der historischen Straßenbahn, während wir das vorbereitete Buffet plünderten, vom Hauptbahnhof Richtung Innenstadt und dann zweimal durch das Neckargebiet weiter. Als es Richtung Flughafen ging, stellte sich die Frage: „Flughafen“ oder „SAP Arena“? Keines von beiden! Wir sitzen in der RNV und es geht zur RNV.

Herr Knüppel berichtete in seinem Vortrag über die Tätigkeiten der Bahnhofsmision.





Auf der Fahrt mit der historischen Straßenbahn der RNV stärkten sich die Junioren für die weiteren Stationen.

RNV-BETRIESHOF

Bei der RNV informierte uns Herr Schmid über die RNV, die aus sechs kommunalen Verkehrsbetrieben dreier Großstädte (MA, LU, HD) hervorgegangen ist, mittlerweile über fünf Jahre existiert und wie die Wirtschaftsjunioren Mannheim-Ludwigshafen in zwei Bundesländern aktiv ist. Die Integration der einzelnen Betriebe zur RNV war neben der Regelbetriebsaufnahme der zentralen Betriebsleitstelle eine der Kernaufgabe der letzten Jahre.

Zukünftig soll insbesondere die Umstellung zu einem rechnergesteuerten Betriebshofmanagementsystem verfolgt werden.

Bei der anschließenden Besichtigung der Regelbetriebsleitstelle fiel die Monitorwand auf (je Monitor bis zu vier Bilder einstellbar), die von jedem Mitarbeiter überblickt werden kann, sowie die sogenannte „Raucher-Dusche“. An einem freien Arbeitsplatz erhielten wir einen Einblick in das Aufgabengebiet und welche technischen Raffinessen mittlerweile möglich und notwendig sind, um den Verkehrsablauf sicherzustellen. Hier sind insbesondere die Ereignistabelle, Verspätungsübersicht und Linienleitbild hervorzuheben, um nur einige Punkte zu benennen. Die Arbeit erfolgt in der Leitstelle im Rahmen eines Mehrschichtbetriebes, wobei jeweils üblicherweise 15 Minuten zur Übergabe verwendet werden. Die Betriebsbesichtigung begann dann in der kleineren Halle, die zur elektronisch gesteuerten Radsatzbearbeitung interner und externer Gleisfahrzeuge verwendet wurde, damit diese wieder „rund laufen“. In der größeren Halle erblickten wir neben Lackiererei und Dacharbeitsständen zur Wartung von oben eine Betriebsvorrichtung, die zum Verschieben von Gleisfahrzeugen auf unterschiedliche Wartungsplätze benötigt wurde. Nach dieser

Führung, die für alle Beteiligten viel zu kurz war, verabschiedeten und bedankten wir uns, wie bei allen anderen Stationen auch, für den Einblick bei der RNV.

MIT „DRUCK“ IN DIE PFALZ

Um 21.45 Uhr ging es mit dem Bus an einen Ort in die Pfalz, wo richtig „Druck“ erzeugt wird. Geht es jetzt zu KSB oder zur „Rheinpfalz“? Es ging zur modernsten Druckmaschine Deutschlands und auflagenstärksten

Tageszeitung der Pfalz. Während unserer Führung durch das Druckzentrum erfuhren wir, dass ein eigenes Verteilernetz mit 70 Fahrzeugen und rund 1.500 Zeitungsträgern existiert, über das auch die angelieferten überregionalen Zeitungen mit verteilt werden. Außerdem werden für die tägliche Ausgabe der Rheinpfalz rund 80 Tonnen Papier mit einer ausgerollten Länge von über 1.120 km Länge benötigt. Mit Ende des WM-Fußballspiels in Südafrika kam plötzlich Bewegung ins bisher ruhige Druckzentrum, die Kommentare der vor Ort befindlichen Mitarbeiter wurden via Internet übermittelt und in die Druckvorlage eingearbeitet. Jetzt konnte es losgehen! Der Druck der ersten Zeitung wurde langsam gestartet, um nach Kontrolle der Seiten die Druckgeschwindigkeit extrem zu erhöhen. Während des Drucks verfolgten wir die dauernde Kontrolle der Zeitungen und die Feinjustierung der Farbpalette, die während des Drucks stets vorgenommen werden muss.

Die Rheinpfalz braucht täglich 80 Tonnen Papier von über 1.120 km Länge.

Es war wirklich faszinierend anzusehen, wie die Druckmaschinen die Zeitungen druckten, falteten und die fertige Zeitung jede Zehntel Sekunde aufgeschlagen wurde, um einen zur Verfügung gestellten Prospekt oder vorgedruckte Bestandteile via Einlegetrommel einzusortieren (diese Tätigkeit wurde früher von 30 Mitarbeiterinnen durchgeführt, die aktuell betriebsintern anders eingesetzt werden) und zu verfolgen, wie diese Zeitungen über die Laufbänder zusammengeführt, zu Päckchen geschnürt und über andere Laufbänder an die Auslieferung verteilt wurden. Gegen 23.35 verließen wir die „Rheinpfalz“ Richtung Rhein für unseren nächsten Termin.

BASF ODER DIE STADT IN DER STADT BZW. WIE KNACKE ICH DIESES LABYRINTH

Am Eingang des BASF „Tor 2“ stieg der Werksleiter Herr Dr. Nick in unseren „Reisebus“ ein und führte uns nach einer längeren Fahrt auf dem Werksgelände, bei dem wir die Größe und die Struktur des Chemiestandortes erahnen konnten, zum Herzstück der BASF, dem Steamcracker. Im Steamcracker, von denen es zwei voneinander unabhängige Anlagen gibt, wird Naphta, ein Rohbenzin, unter Zuhilfenahme von Dampf in seine Bestandteile zerlegt, die dann zur Weiterverarbeitung in andere Fabriken auf dem Gelände weitergeleitet werden. Die Tätigkeit in den beiden komplexen Anlagen, für deren Verständnis man ca. drei bis sechs Jahre Ausbildung benötigt, wird in einem Vierschichtbetrieb mit 12-Stunden-Schichten durchgeführt. Danach ging es gegen 0:59 Uhr zum Ablaufberg, dem Servicezentrum Bahn der BASF. Hier werden die automatisierend gewogenen Kesselwagen in der Nacht (Hauptarbeitszeit) über eine computergesteuerte Sortiermaschine auf die insgesamt 65 Abstellweichen so verteilt, dass sie unter Nutzung eigener Kraft, Berechnung des Windes und computergesteuerter Abbremsung vor den bereits auf dem Gleis stehenden Waggons zum Stillstand kommen. Nach diesem eindrucksvollen Schauspiel verabschiedete uns Herr Dr. Nick wieder und wir setzten uns zum letzten Eventpunkt in Bewegung.

ZUM ABSACKER NACH MANNHEIM AN DIE 19. STRASSE

Der Absacker führte uns in das Lokal „Other Place“ an der Ecke der 19. Straße, Mannheims Rotlichtviertel. Dort hatten wir zum Abschluss noch ein Gespräch mit einer Repräsentantin aus dem Rotlichtmilieu, die uns aus ihrer Sicht einen Einblick in dieses Milliardengeschäft und älteste Gewerbe der Welt vermittelte.

Beeindruckt von unserem Nachtausflug mit den unterschiedlichsten Stationen fuhren wir zum Ausgangsort zurück und stellten uns die Frage: Was wird man bei dem nächsten Event „Mannheim bei Nacht“ erleben und wie stellt man sicher, dass man bei begrenztem Teilnehmerkreis wieder dabei ist?



„... an die eigene gierige Nase fassen“

//Text und Bild: Christian Kazempour

Mit viel Wortwitz und Selbstironie referierte Dr. Kurt E. Becker, Publizist, Management-Coach und Vorstand der „Alexandra Lang-Initiative Schüler und Arbeitswelt“ (ALISA) über Ursachen der Wirtschafts- und Finanzkrise, sowie die Verantwortung des Einzelnen. Unter dem Thema „Ethik im Wirtschaftsleben- Verantwortung der Banken“ begrüßten die Wirtschaftsjunioren Worms den eloquenten Redner, der vorgab, sich gemeinsam mit dem Publikum der Problematik aus der „Sicht des Idioten“, des Unwissenden, nähern zu wollen.

So legte Becker, dessen Sichtweise alles andere als „idiotisch“ war, gleich zu Beginn den Finger in die Wunde. Sicher hätten Banker Verantwortung, jedoch habe man das, was passiert sei, sehenden Auges zugelassen und nicht verhindert. „Wir leben in einer Welt, die wir selbst zu verantworten haben“ führte er aus, denn Verantwortung könne man nicht delegieren. Die Gesellschaft sei zur Konsumgesellschaft mutiert, Phänomene wie der „Lenasmus“ (die Hysterie um die

deutsche Grand-Prix-Gewinnerin Lena Meyer-Landrut) mache dies deutlich. Anhand aktueller Beispiele zeichnete Becker daraufhin das Bild einer in hohem Maße unkritischen und konsumgestörten Gesellschaft.

Becker sieht die globalisierte Welt des Kapitals als eine „Tummelwiese für Spieler“ und der Mensch sei nun einmal ein Spieler. Letztlich reizte jeder seine Grenzen aus, getreu dem Motto „erlaubt ist, was der Richter nicht verbietet“.

In Bezug auf die Banken habe man viel toleriert, niemand habe der Finanzwirtschaft die Grenzen aufgezeigt, es herrsche vielmehr eine „globale Casinomentalität“. Der einzelne, der Geld anlege, „wolle zwar einerseits einen günstigen Kredit, nach Möglichkeit zum Nulltarif, andererseits sein Geld aber mit möglichst hoher Rendite anlegen“ und habe insofern auch profitiert. In diesem Spannungsfeld blieben jedoch Fragen der Ökologie und Ethik auf der Strecke, folgerte Becker mit einem Seitenhieb auf BP-Aktionäre.

einer „Abrichtung von Kindesbeinen an“ vornehmlich durch das Fahren dicker Autos und dem Recht auf Energieverschwendung geprägt und demnach nicht ganz das, was Sokrates unter einem „tugendhaften Leben“ verstanden hatte. Um das Problem insgesamt zu lösen, bedürfe es nach seiner Meinung eines globalen „Reset“ im Sinne eines Stromausfalls, diesen sehe er jedoch selbst als äußerst unwahrscheinlich an, so Becker augenzwinkernd. Genau aus diesem Grund müsse sich jeder an die eigene „gierige“ Nase fassen und über seinen Umgang mit Geld und die damit verbundene Verantwortung nachdenken. Es bedürfe der Initiative des Einzelnen, wandte er sich an die anwesenden Führungskräfte. Diese seien aufgrund ihrer Personalverantwortung auch Pädagogen, deren Aufgabe es auch sei, ihren Mitarbeitern einen „Wertekompass“ mitzugeben. Hier könne man getrost auf „Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit“ setzen.

Die Alexandra Lang-Initiative, so leitete Becker über, setze genau an diesem Punkt an. Die Ethikinitiative ALISA verfolge Projekte zur Persönlichkeitsentwicklung und Förderung der Arbeitsweltreife. Ziel der Initiative ist es, selbständiges und soziales Handeln bei jungen Menschen zu fördern und zu entwickeln. Durch die Vermittlung von Bildungszielen und ethischen Werten durch alle Schularten hindurch bilde und erziehe man die Leute, die man in der Zukunft haben wolle.

Die anwesenden Junioren konnte Becker jedenfalls überzeugen. Erste gemeinsame Projekte zwischen Alisa und den Wormser Junioren sind bereits in Vorbereitung.



Dass in Anbetracht der Globalisierung und der komplexen Verflechtungen des Finanzmarktes ein Ausweg aus dem Hamsterrad jedoch nicht ohne weiteres möglich sei, räumte der Referent ein. Es bestünde ein „unglaublicher Konflikt zwischen Ökologie und Natur auf der einen Seite und dem, was kulturell, zivilisatorisch und ökonomisch als „das gute Leben“ gilt auf der anderen Seite. Letzteres sei aufgrund



Survivaltools für erfolgreiches Onlinemarketing



eTiger

Redaktionssystem



eShark

Shopsystem



eFalcon

Newsletter Tool



eCalmar

Umfragemanager



eMantis

Dateimanager

Lebensretter Blut

Mittwoch, 8. September 2010, 19:00 Uhr – IHK Rhein-Neckar, L 1, 2, 68161 Mannheim

Blut ist etwas Lebendiges! Es ist ein Organ, das aus vielen kleinen Zellen, Teilchen und Flüssigkeit, das Plasma, besteht. Angetrieben durch das Herz nimmt es auf der Reise durch den Körper seine vielfältigen Funktionen wahr, wie zum Beispiel den Transport von Sauerstoff und Nährstoffen, die Abwehr von Krankheitserregern und den Wärmetransport. Blut ist ein ganz besonderer Saft! Es ist durch nichts zu ersetzen,

denn: Trotz intensiver Forschung ist es bislang nicht gelungen, Blut künstlich herzustellen. Das lebenswichtige Blut mit seinen vielfältigen Funktionen kann nur der Körper selbst bilden.

Das medizinische Versorgungssystem ist bei schweren Verletzungen und lebensbedrohlichen Krankheiten auf Blutspenden angewiesen. 15.000 Blutspenden benötigen Deutschlands

Patienten täglich. 3000 jeden Tag in Baden-Württemberg und Hessen und 500 im Mannheimer Versorgungsbereich.

Prof. Dr. med. H. Klüther, Leiter des Instituts für Transfusionsmedizin und Immunologie Mannheim wird uns etwas über dieses Saft, der durch uns fließt erzählen und uns deutlich machen das Blutsende mehr als eine gesellschaftliche Notwendigkeit ist.

Auf ein Homo-Bier in den Ochsen nach Mauer!

Der JUNIORENTIPP von Oliver Huschke

Natürlich ist Mauer nicht bei jedem Wirtschaftsjunior im Kalender für das Wochenende eingetragen, doch das sollte man ändern, denn hier lässt sich im Biergarten der Abend gut ausklingen. Zünftige Gerichte werden hier serviert und das zu ländlichen Preisen! Dazu gibt es hier ein einzigartiges Bier. Vor mehr als 100 Jahren wurde in der

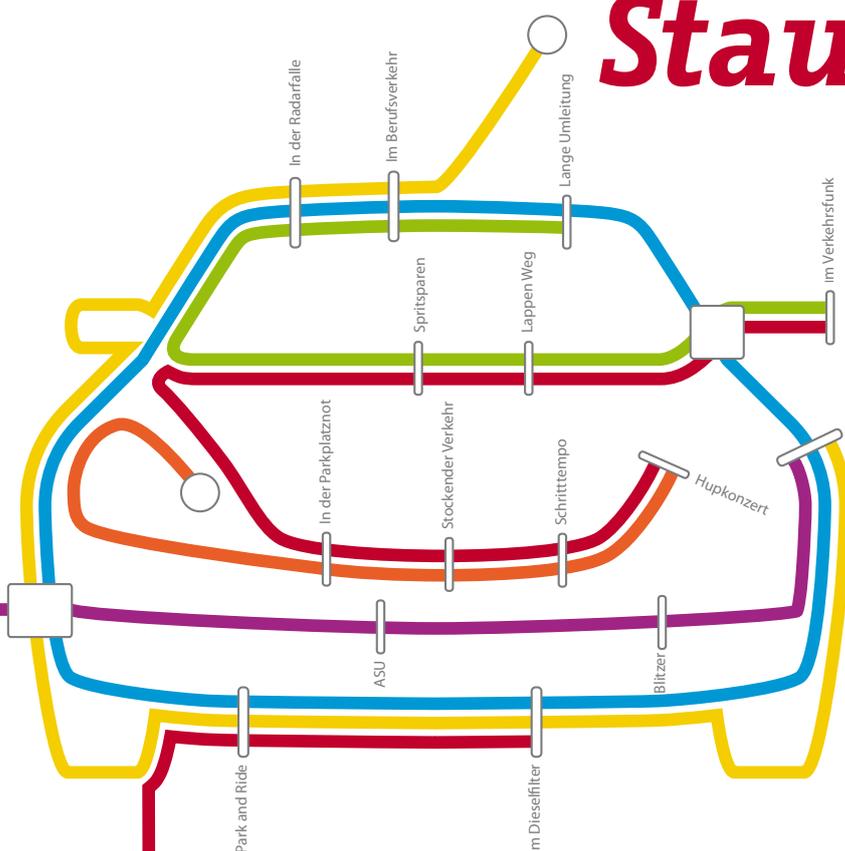
Sandklinge ein Unterkiefer eines Menschen gefunden. Hier stammt der Homo-Heidelbergensis her.

Zum 125 jährigen Jubiläum hatte der Bürgermeister ein Urmenschbier oder auch HOMO-Bier brauen lassen. Dieses Bier gibt es ausschließlich hier. Ein wirklich erfrischender Geheimtipp!



Gasthaus zum Ochsen // Sinsheimer Str. 4 // 69256 Mauer // Telefon 06226.1359 // ochsen-mauer@t-online.de // Öffnungszeiten: Mo., Di., Do., Fr., Sa. 17.00 – 24.00 Uhr

Staufreilinie



Geben Sie Ihren Mitarbeitern staufrei. Mit dem Job-Ticket des VRN. Damit kommen Ihre Mitarbeiter immer pünktlich, entspannt und ohne Stau zur Arbeit, wenn Ihr Unternehmen mindestens 20 Mitarbeiter beschäftigt und einen Grundbeitrag von mindestens 7,50 € pro Monat und Mitarbeiter übernimmt.

Das Job-Ticket ist eine persönliche Jahreskarte. Sie gilt im gesamten VRN-Verbundgebiet in allen Bussen, Straßenbahnen und freigegebenen Zügen sowie in allen Ruftaxilinen – und kostet nur günstige 31,00 € im Monat. Cleverer geht's nicht. Mehr Infos unter www.vrn.de oder unter 01805.8764 636

(14 Cent je angefangene Minute aus dem Festnetz, aus Mobilfunknetzen abweichende Preise, max. 42 Cent pro Minute.)



Die Europakonferenz in Aarhus, Dänemark 2010

// Text: Nicole Walz
Bilder: Tobias Wolf

WELCOME TO AARHUS

Vom 09. bis 12. Juni 2010 fand die diesjährige EUKO im dänischen Aarhus statt. Von den 1.300 Teilnehmern aus ganz Europa waren dieses Jahr ca. 180 deutsche Jaycees dabei. Am Mittwochabend wurde das Event mit einer beeindruckenden „Opening Ceremony“ eröffnet. Die Delegierten waren in ihren landestypischen Farben gekleidet und bejubelten – Fähnchen schwenkend – die NOM-Präsidenten. JCI-Feeling pur. Direkt im Anschluss folgte die „Danish Welcome Night“, bei der landestypisches Essen gereicht wurde.

DÄNISCHES WETTER – REGEN, REGEN, REGEN!

Am Donnerstag Morgen machten wir uns auf den Weg zur „Turbinehallen“ in der am Mittag unser deutsches Delegationsbriefing und am Abend die „German Night“ stattfinden sollte – es regnete. Wir unterstützen unsere deutschen JC-Kollegen bei den Vorbereitungen für den Abend: Luftballons in schwarz, rot, gelb verknotet, sowie verschiedene Dekorarbeiten. Um 12.00 Uhr begrüßte die Bundesvorsitzende Dr. Eva Fischer und Tina Spangler (International Officer) die deutsche Delegation zum Delegationsbriefing. Wir erhielten einen Überblick

über die wichtigsten Veranstaltungen auf der EUKO. Zum Mittagessen machten wir uns zum ersten Mal auf den Weg ins sehr schöne Städtchen Aarhus – es regnete.

Der Abend präsentierte sich wieder als absolutes Highlight: Nach der German VIP Reception, einem Empfang speziell für die deutsche Delegation und ausgewählte VIPs, feierten wir die „German Night“. Der La-Ola Empfang stand dem vom letzten Jahr in nichts nach! An den Bars floss reichlich deutsches Bier und Jägermeister. Die der importierten DJs legten Musik vom feinsten auf – bis die Halle kochte! Alle Gäste waren begeistert und beglückwünschten uns, dass wir es mal wieder geschafft hätten eine tolle „German Night“ zu veranstalten. Für die Raucher der einzige Wehrmuts-tropfen – es regnete!

GO GREEN – DIE KONFERENZ

Da es uns am Freitag ebenfalls nicht erlaubte die Konferenzlocation zu verlassen – es regnete – besuchten wir morgens die General Assembly. Hier wurde durch die NOM (National President) einstimmig Braunschweig als Aus-

tragungsort der EUKO 2012 gewählt. Weitere Programmpunkte waren die „European Debating Championships“, die in englischer und deutscher Sprache ausgetragen wurde. Neben der Trade Show gab es natürlich zahlreiche interessante Vorträge und Seminare. Themen der Keynote Speaker waren zum Beispiel nachhaltiges Wirtschaften, Klimawandel und Corporate Responsibility.

Von links nach rechts: Steffen Friedl-Schneider, Nicole Walz, Dr. Eva Fischer, Walter Herre



KULTUR UND „DUCK RACE“

Man glaubt es kaum, aber am Samstag regnete es NICHT!... Wir hatten uns allerdings am Vortag schon vorgenommen den Vormittag im AROS – einem der größten Museen Nordeuropas – zu verbringen. Besonders beeindruckend die riesige Skulptur „Boy“ – das sitzende Kind von Ron Mueck. Neben der permanenten Ausstellung von „alter“ Kunst gefiel uns eine temporäre Ausstellung im Keller dieses architektonischen Meisterwerks: „Neun Räume“ mit Installationen internationaler Künstler.

Bei schönem Wetter fand zur Mittagszeit das „Duck Race“ statt. Eine wirklich originelle Idee der Dänen: Es gab die Möglichkeit während der Konferenz für 50 Kronen ein Los zur Unterstützung der JCI Kampagne „Nothing but Nets“ (Netze gegen die Malaria-Mücke) zu kaufen. Pro Los gab es eine nummerierte Badewannen-Ente. Etwa 1.000 Enten wurden dann mit einem Bagger in den Aarhus River befördert! Roland Kwemain, unser JCI World President, fischte von einem kleinen Boot aus die ersten 4 Enten aus dem Wasser (Man kennt das auch von den Jahrmärkten – Entenheben...). Die Gewinner wurden mit Geldpreisen belohnt. Es war eine Riesengaudi – für einen guten Zweck!

GALA UND AWARDS CEREMONY

Wie an jeder Konferenz fand am Samstagabend die Gala mit Awards Ceremony statt. In den Debating Championships in deutscher Sprache gewann das Team „Lions“ mit Walter Herre, Matthias Korsch und Jörg-Fabian Thomas. WJ Bayreuth gewannen den Preis in der Kategorie „Best International Collaboration Program“ mit dem Projekt „Foundation of JCI Czech Republic“. WJ Freiburg sicherte sich mit dem Projekt „Syria Photovoltaic education & development project“ in der Kategorie „Best Environment Development Program“ den Award. Und besonders groß war die Überraschung für Joachim Reif, dem Kreisprecher aus Frankfurt 2009: Er wurde zum besten Kreissprecher in der Kategorie „Most Outstanding Chapter President (101 and more members)“ gewählt. Auch bei den deutschen Senatoren gibt es Grund zu feiern: Ulrich Kistner, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden des europäischen Senatorenvorstands



Roland Kwemain, JCI World President, „fischte“ die Gewinner aus dem Wasser.

gewählt. Außerdem wurde Wolf-Rüdiger Reinicke neuer Schatzmeister und Elsbeth Rommel Ambassador für die deutschsprachigen Länder.

Trotz Regen war die EUKO 2010 in Aarhus ein Reise wert, wir haben viele nette Jaycees kennengelernt und wiedergetroffen. Fortbildung und Spaß kamen auch nicht zu kurz! Bleibt an dieser Stelle nur der Aufruf: Kommt mit, besucht internationale Konferenzen! Für die Weltkonferenz 2010 in Osaka gibt es ein tolles Angebot. Ich freue mich auf Euch in Japan!

“Quirrig und engagiert Dinge angehen und manchmal auch auf unkonventionelle Art erfolgreich umsetzen – das ist meine Art, sowohl als Mitglied des Geschäftsführenden Ausschusses der Wirtschaftsunioren Mannheim-Ludwigshafen als auch innerhalb meines Fulfillment-Unternehmens.”

Nicole Walz

Geschäftsführerin Circle Fulfillment GmbH



CIRCLE FULFILLMENT GMBH

Der Direktmarketing-Dienstleister für Lager- und Versandlogistik, Fulfillment, Konfektionierung, Weiterverarbeitung, Lettershop, Mailings, Adress- und Datenmanagement. CFG – We handle with care.

Tullastr. 14 | 69126 Heidelberg | 0 62 21-71 83 20 | www.cfg-direktmarketing.de



Zu Gast bei der Evonik Röhm GmbH



//Text: Christian Spohr
Bild: Privat

Am 17. Mai besichtigten die Wormser Wirtschaftsjuvenen das Industrieunternehmen Evonik Röhm GmbH in Worms.

Der Standort Worms ist einer von 20 Standorten in Deutschland. Insgesamt ist Evonik Röhm weltweit in über 100 Ländern aktiv und unterhält in 28 Ländern Produktionsstätten. Die Evonik Industries AG ist ein Mischkonzern mit den Bereichen Chemie, Energie und Immobilien. Im Bereich der Spezialchemie, zu dem auch der Standort in Worms gehört, zählt Evonik Röhm zu den führenden Unternehmen weltweit.

In den 40er Jahren begannen die Unternehmer Otto Röhm und Otto Haas den Standort Worms aufzubauen.

Ab dem Jahr 1955 wurde am heutigen Standort am Rhein produziert. Der Name Evonik Industries AG steht erst seit 2007 für den Konzern.

Von rund 39.000 Mitarbeitern im Gesamtkonzern sind knapp 1.000 am Standort Worms beschäftigt, die überwiegend im Schichtbetrieb die Anlagen bedienen und überwachen.

Dort werden Methacrylate hergestellt, die in vielen Lebensbereichen zum Einsatz kommen. Die in Worms produzierten Basis- und Spezialmonomere setzen Kunden beispielsweise für die Herstellung von Farben und Lacken, Klebstoffen, Öladdivitiven, Kunststoffen oder Kontaktlinsen ein. Auf Monomeren basiert auch die Produktion von Standard- und Spezialformmassen (PMMA), die in der Automobilindustrie, der Optoelektronik, der Bauindustrie, Beleuchtungsindustrie oder Kommunikationstechnik Anwendung finden.

Evonik Röhm zählt in Worms nicht nur zu den größten Arbeitgebern, sondern auch zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben.

Rund 100 junge Menschen sind derzeit am Standort Worms in einer Berufsausbildung.

Herr Dr. Ruppert, der Standortleiter gab den Wirtschaftsjuvenen beim Rundgang durch das Werk einen Einblick in viele Teilbereiche der Produktion. Die Abläufe sind alle eng verzahnt und die einzelnen Produktionsschritte genau aufeinander abgestimmt.

Eindrucksvoll war für viele Junoren der Energieverbrauch eines solchen Unternehmens und der verzweigte und komplexe Aufbau der Industrieanlagen.

Christian Krekel, Sprecher der WJ Worms, dankte zum Abschluss für die interessante Werksführung, für den Einblick in das Unternehmen und für die Gastfreundschaft.



neska Schiffahrts- und Speditionskontor GmbH

Niederlassung Mannheim
Rheinkaistr. 24-28
68159 Mannheim

Telefon: +49 (0)6 21/10 75-0
Telefax: +49 (0)6 21/24 111

www.neska.com
info@ma.neska.com

neska. Wir machen uns für Sie auf den Weg.



Gerichtstag am Landgericht Heidelberg am 09.06.2010

//Text und Bild: Thorsten Ehrhard

Am 09. Juni 2010 fand unter der Schirmherrschaft der Heidelberger Wirtschaftsjuvenen am Landgericht Heidelberg ein Gerichtstag für die 10. Jahrgangsstufe des Helmholtz-Gymnasiums aus Heidelberg statt. Insgesamt drei 10. Klassen des Helmholtz-Gymnasiums fanden sich morgens im Gebäude des Landgerichts Heidelberg ein, um an einem Verhandlungstag der ersten großen Strafammer des Landgerichts teilzunehmen.

Nach einer kurzen Einführung in das Gerichtswesen und den Ablauf eines Strafprozesses nahmen die Schülerinnen und Schüler im Schwurgerichtssaal des Landgerichts Platz. Nach Verlesung der Anklageschrift, die die Begehung zweier bewaffneter Überfälle im Januar 2010 auf eine Tankstelle und eine Postagentur zum Gegenstand hatte, wurden sie-



Die Schüler vom Helmholtz-Gymnasium besuchten das Landgericht in Heidelberg.

ben Zeugen zu den Tatvorwürfen gehört. Anschließend fand noch die Befragung eines Sachverständigen statt. Nach den Plädoyers der Anklage und der Verteidigung zog sich das Gericht zur Entscheidungsfindung zurück. Die Schüler und Schülerinnen hatten sodann Gelegenheit, die Ereignisse des Verhandlungstages mit den Wirtschaftsjuvenen zu besprechen. Die anschließende Urteilsverkündung ergab, dass der Angeklagte wegen schwerer räuberischer Erpressung verurteilt wurde.

Die Veranstaltung zeigte, dass sowohl auf Seiten des Helmholtz-Gymnasiums, als auch auf Seiten der Schüler und der Wirtschaftsjuvenen großes Interesse daran bestand, Veranstaltungen dieser Art anzubieten und wahrzunehmen. Der Kontakt zwischen den Wirtschaftsjuvenen und dem Helmholtz-Gymnasium wird nicht zuletzt aufgrund dieser Veranstaltung weiter fortgesetzt und vertieft werden. Insgesamt ist festzuhalten, dass es eine gelungene, gewinnbringende Veranstaltung für alle Beteiligten war.

„Kreditklemme“? Nicht bei uns!

Wenn es woanders mit der Kreditvergabe vielleicht „klemmt“: Auf die Sparkasse ist Verlass. Unsere Kreditzusagen haben wir im Jahr 2009 deutlich ausgeweitet. Insgesamt betragen diese 387 Mio. Euro. Wir kennen unsere Verantwortung für die Kreditversorgung der privaten Haushalte, der heimischen Wirtschaft sowie der Kommunen und geben gerne Kredit.

Sprechen Sie jetzt mit uns über Ihre Pläne!

FirmenkundenCenter

Telefon: Worms 06241 851-410, Alzey 06731 401-8150, Ried 06241 851-8421

**Nutzen Sie über uns auch
die zinsgünstigen staatlichen
Förderprogramme.**



Sparkasse

Worms-Alzey-Ried



MATTHIAS ABT

Abt Print und Medien GmbH
Bruchsaler Straße 5
69469 Weinheim

Telefon 0170.8585312
matthias.abt@abt-medien.de



DR. ANDREAS GULDAN

Keiper & Co. KG
Elisabethstr. 9
68165 Mannheim

Telefon 0621.4109833
andreas.guldán@keiper-co.de



ALEXANDER MAZUR

John Deere Werke Mannheim
John Deere Str. 90
68163 Mannheim

Telefon 06202.9507412
alexander.mazur@t-online.de

Neue Mitglieder

Wir denken in Lösungen!

**„Es ist das Detail,
das unterhält und
lebendig macht.“**

**HEINRICH FISCHER
RHEINISCHE DRUCKEREI**
Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Flexibilität, individuelle Betreuung, innovative Ideen und nicht zuletzt die effiziente Produktion Ihrer Printprodukte – das ist es, was uns als Komplettanbieter auszeichnet. Über unser Netzwerk können wir Ihnen darüber hinaus die komplette Betreuung in allen

Marketingfragen anbieten: von der Konzeption bis zum fertigen Druckerzeugnis. Nutzen Sie uns als erfahrenen, zuverlässigen Partner – wir sind jederzeit für Sie da!

Wir denken in Lösungen!

**Druckhaus Heinrich Fischer
Rheinische Druckerei GmbH**
Mainzer Straße 173 · 67547 Worms
Ihre Ansprechpartnerin Birgit Fischer-Radtke
Telefon 06241 4253-0 · Telefax 06241 4253-99
info@druckhaus-fischer.de

Activity Guide 2010

AUGUST 2010

06. – 08.08.	WJ	WJ	Landeskonzferenz Rheinland-Pfalz, Trier
14.08.	WORMS	Einladung	Empfang der Wormser Wirtschaft
13. – 15.08.	WJ	WJ	WJ Summer School
18.08.	MA-LU	Kreis	Prof. Wiestler „Neues aus der Krebsforschung“
25.08.	MA-LU	Kreis	Paintball
30.08.	WORMS	Kreis	Fischessen Backfischfest, Ort: Faltbootclub

OKTOBER 2010

04.10.	WORMS	Kreis	Vortrag IV
06.10.	MA-LU	WJ	Dr. Ayyub Axel Köhler „Integration in Deutschland“
10.10.	MA-LU	Kreis	Pilzwanderung in der Pfalz
15.10.	HD	Kreis	Bürklin's Welt – Kulinarische Weinentdeckungsreise in Wachenheim
20.10.	MA-LU	Kreis	Kochevent (Duell zwischen den Arbeitskreisen)

SEPTEMBER 2010

02. – 05.09.	WJ	WJ	Bundeskonzferenz der Wirtschaftsjunioren, Karlsruhe
06.09.	WORMS	Kreis	Anselm Grün „Moralische Werte der Mitarbeiterführung“
08.09.	MA-LU	Kreis	Prof. Dr. med. Harald Klüter „Blut!“
08.09.	HD	Kreis	Speed-Dating – Was tun die anderen Junioren und was bewegt sie?
17.09.	MA-LU	Kreis	LaKo Koordinationstreffen
18.09.	MA-LU	Kreis	Herbstevent in der Pfalz
20.09.	MA-LU	Kreis	Blutspendetag, IHK MA-LU
25.09.	MA-LU	Kreis	Seminar „Umgang mit der Zeit“

NOVEMBER 2010

03. – 07.11.	JCI	JCI	JCI Weltkongress Osaka /Japan
08.11.	WORMS	Kreis	Mitgliederversammlung
13.11.	MA-LU	Kreis	Jahresabschlussgala
17.11.	MA-LU	WJ	Amnesty International „Der Kampf um die Würde“
19. – 21.11.	WJ	WJ	Besinnungswochenende
22.11.	MA-LU	Kreis	Michael Jürgs „Warum wir hemmungslos verblöden“

DEZEMBER 2010

09.12.	HD	Kreis	Weihnachtsfeier
15.12.	WORMS	Kreis	Weihnachtsfeier
18.12.	MA-LU	Kreis	Christbaumschlagen mit Andacht
20.12.	WORMS	Kreis	Weihnachtsbaumschlagen

Legende:

Öffentlich // an diesen Terminen können auch Nicht-Mitglieder teilnehmen

WJ // diese Termine gelten nur für Wirtschaftsjunioren, unabhängig der jeweiligen Kreise

Kreis // diese Termine sind nur für den jeweiligen Kreis bestimmt

Variété unter dem Sternenhimmel – Der Jahresabschluss 2010

Veranstaltungsorte, die sonst nicht für die Allgemeinheit zugänglich sind, sind bei den Junioren gute Tradition. So öffnet uns auch dieses Jahr mit dem Seckenheimer Wasserturm eine Lokalität Ihre Pforten, die wohl von den wenigstens Mannheimern bisher von innen gesehen worden ist. Der 1911 gebaute, 37,10 m hohe Wasserturm wird uns am **13. November 2010 um 18:00 Uhr** mit

seinem Innenleben überraschen und der ideale Ort für eine rauschende Gala- und Partynacht ganz im Stil von uns Wirtschaftsjunioren sein.

Neben der phantastischen Aussicht über die Dächer Seckenheims erwarten uns kulinarische sowie künstlerische Höhepunkte bevor wir dann gemeinsam ausgelassen in die Nacht tanzen.



Wirtschaftsjuniorenkreise der Metropolregion

MANNHEIM-LUDWIGSHAFEN

www.wirtschaftsjunioren.org

Geschäftsführender Ausschuss

Nicole Walz

Telefon 06221. 71 83 210

n.walz@cfg-direktmarketing.de

Patrick Pohlmann

Telefon 0621. 85 09 30

pp@dpcon.de

Michael Sittek

Telefon 0621. 12 34 69 60

m.sittek@iclear.de

Jan Erik Jonescheit

Telefon 0621. 46 08 47 41

j.jonescheit@kanzlei-schlatter.de

Arbeitskreis Internationales

Ulf Tramsen

Telefon 06201.98 68 960

ulf@tramsen.com

Alexander Hofer

Telefon 0179. 47 54 114

mail@sv-hofer.de

Arbeitskreis Bildung und

Wirtschaft

Deren Taysi

Telefon 06232. 61 64 515

deren.taysi@pfiw.aero

Martina Scheytt

Telefon 0621. 45 62 589

martina.scheytt@sbk.org

Kritisches Engagement in der Politik

Jürgen Ding

Telefon 0621. 17 82 28 20

judi02@handelsbanken.se

Sandra Wassermann

Telefon 0621. 53 39 05 51

wassermann@fbrechtsanwaelte.de

Unternehmensführung und

Organisation

Volker Auracher

Telefon 0621. 89 80 330

volker.auracher@logwin-logistics.de

Dr. Merle von Mook

Telefon 0621. 58 52 576

merle_vonmook@pfalzwerke.de

HEIDELBERG

www.wirtschaftsjunioren-hd.de

Kreissprecher 2010

Steffen Friedl-Schneider

Telefon 06221. 65 30 265

steffen.friedl-schneider@mlp.de

stellv. Kreissprecher 2010

Thorsten Ehrhard

Telefon 06221. 31 13 40

ehrhart@tiefenbacher.de

Arbeitskreis PriNOK

Holger Engelhardt

Telefon 06261. 80 42 020

holger.engelhardt@vb-mosbach.de

Heiko Roth

Telefon 06261. 67 43 18

familie@christindietz.de

Arbeitskreis Internationales

Miriam Levy

Telefon 06221. 72 73 015

levy@x-ls.com

Carsten Frost

Telefon 06221. 60 44 38

carstenfrost@gmx.de

Arbeitskreis Schule und Wirtschaft

Dimitri Kuklin

Telefon 06221. 48 12 32

dimitri.kuklin@heidelbergcement.de

Carsten Lackert

Telefon 0721. 91 37 44 792

carsten.lackert@1und1.de

Arbeitskreis Innovation und

Wirtschaftsförderung

Christoph Udluft

Telefon 0621. 12 94 30

christophudluft@ghp-ma.de

Tobias Heemann

Telefon 06221. 13 270

t.heemann@nh-hotels.com

Freunde der Wirtschaftsjunioren MA-LU

Raimund Lehnen

Telefon 06327. 97 29 14

druckerei.lehnen@t-online.de

WORMS

www.wj-worms.de

Kreissprecher

Christian Krekel

Telefon 06249.94 60 112

christian.krekel@wj-worms.de

stellv. Kreissprecher

Christian Spohr

Telefon 06242. 91 10 60

christian.spohr@wj-worms.de

Vorstandsmitglieder

Birgit Fischer-Radtke (Pastspreeherin)

birgit.fischer-radtke@wj-worms.de

Harald Holzderber-Schitter

harald.holzderber@wj-worms.de

Christian Kazempour

christian.kazempour@wj-worms.de

Bernd Täffner (Förderervertreter)

bernd.taeffner@wj-worms.de



Nachfolgeorganisationen

Kreis '58

Prof. Ruprecht Stahl

Telefon 0621.47 21 78

rup.stahl@t-online.de

Andreas Hook

Telefon 06236.39 260

andreas@hook-architekt.de

Club 44 plus

Rolf-Peter Thomas

Telefon 07261.12 470

e-rp.thomas@web.de

Eberhard Keil

Telefon 06205.37 486

blimchen.keil@freenet.de

Geschäftsstellen der Industrie- und Handelskammern (IHKs)

IHK Rhein-Neckar in Mannheim

Stephanie Palm

Telefon 0621.17 09 115

stephanie.palm@rhein-neckar.ihk24.de

IHK Pfalz in Ludwigshafen

Kim Gronemeier

Telefon 0621.59 04 19 30

kim.gronemeier@pfalz.ihk24.de

IHK Rhein-Neckar in Heidelberg

Hans-Böckler-Straße 4

69115 Heidelberg

Alex Wolf

Telefon 06221.90 17 640

alex.wolf@wirtschaftsjunioren-hd.de

IHK Rheinhessen

Rathenaustraße 20

67547 Worms

Verena Klemmer

Telefon 06241.91 17 45

verena.klemmer@rheinhessen.ihk24.de



Partnerschaftlich begleiten – professionell beraten

FRANKFURT

Mainzer Landstraße 61
60329 Frankfurt am Main
Telefon: 069 / 27 40 40-0
Fax: 069 / 27 40 40-25
E-Mail: ffm@rittershaus.net

MANNHEIM

Harrlachweg 4
68163 Mannheim
Telefon: 06 21 / 42 56-0
Fax: 06 21 / 42 56-250
E-Mail: ma@rittershaus.net

MÜNCHEN

Widenmayerstraße 32
80538 München
Telefon: 089 / 45 46 38-300
Fax: 089 / 45 46 38-399
E-Mail: muc@rittershaus.net

... das sind die festen Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie. Wir sind nicht nur Ihre Rechtsberater, sondern auch Ihre PARTNER IN ALLEN UNTERNEHMERISCHEN BELANGEN.

Ein Team von unterschiedlich spezialisierten Rechtsanwälten sowie ein Notar bieten Ihnen an unseren Standorten in FRANKFURT, MANNHEIM und MÜNCHEN eine umfassende und kompetente Beratung in allen Bereichen des WIRTSCHAFTSRECHTS. Schwerpunkte unserer Beratung sind dabei das Gesellschaftsrecht, das Arbeitsrecht, der Gewerbliche Rechtsschutz und das Öffentliche Recht.

Daneben sind wir auch Ihre Partner, wenn es um die rechtliche und steuerliche Gestaltung Ihrer VERMÖGENS- und UNTERNEHMENSNACHFOLGE geht. Unsere Steuerberatungsgesellschaft komplettiert das Angebot einer umfassenden Beratung.

Die entschiedene Vertretung der Interessen unserer Mandanten – auch im gerichtlichen Verfahren –, unsere BRANCHENKENNTNISSE sowie der klare Blick für die wirtschaftlichen Zusammenhänge gewährleisten eine Beratung im Interesse Ihres Unternehmens.

RITTERSHAUS

Rechtsanwälte Notar

www.rittershaus.net



EASTSITE II



DIE NEUE BÜROARCHITEKTUR IN MANNHEIM

Mannheim-Neustheim, Harrlachweg 1

- > Freie Flächen von 150 bis 1 500 m²
- > Flexibel und variabel: Flächenteilung nach Wunsch
- > Angenehme Sommerkühlung via Bauteiltemperierung
- > Kostengünstiges Kühlen und Heizen durch Geothermie
- > Bezugsfertig im Herbst 2010

www.bau-mannheim.de

B.A.U.
BAUTRÄGERGESELLSCHAFT MBH

Seckenheimer Landstraße 4 68163 Mannheim Telefon: 0621 - 41 89 50