

# [W] INFO

Wirtschaftsjunioren der Metropolregion Rhein-Neckar

2/14

QUER DENKEN  
im John Deere Forum



JOHN DEERE

RITTERSH

Rechtsanwälte

SOZietät T



## **Die Stadt 2050 – Megacity versus Metropolregion**

Querdenken mit Dr. h.c. Petra Roth

## **Zukunft des Marketing**

Vom Schaufensterexperiment bis  
hin zum Digitalen Darwinismus

## **Hinter den Kulissen des Europäischen Parlaments**

Henryk M. Broder zu Gast

// Bild: Kati Nowicki

Metropolregion  
Rhein-Neckar

JCI

MADE  
BY  
MITTELSTAND.

# DANKE FÜR DIE KRAFT, EINE GANZE REGION VORANZUTREIBEN.

 DZ BANK

 WGZ BANK

**DEUTSCHLAND –  
MADE BY MITTELSTAND.**



DZ PRIVATBANK

Der Mittelstand ist der Motor der deutschen Wirtschaft. Es ist Zeit, den Unternehmerinnen und Unternehmern hierfür Danke zu sagen. Für ihre Leistungen und dafür, dass wir sie seit über 150 Jahren als starker Partner auf ihrem Weg begleiten dürfen.

Profitieren Sie von unserer Genossenschaftlichen Beratung und dem Allfinanzangebot für Unternehmen. Mehr erfahren Sie bei einem persönlichen Termin in Ihrer VR Bank Rhein-Neckar eG oder unter [deutschland-made-by-mittelstand.de](http://deutschland-made-by-mittelstand.de)

 WL BANK

 VR LEASING

 VR Corporate Finance

 VR Equitypartner



**Werte schaffen Werte.**



Genossenschaftliche FinanzGruppe  
Volksbanken Raiffeisenbanken

Zur Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken gehören außerdem:  
Bausparkasse Schwäbisch Hall, Union Investment, easyCredit und Münchener Hypothekenbank.

[www.vrbank.de](http://www.vrbank.de)

**VR Bank  
Rhein-Neckar eG**



# Liebe Wirtschaftsjuniorinnen, liebe Wirtschaftsjunioren,

unternehmerischer Erfolg ist eng verbunden mit einer strategischen Ausrichtung, einer Vision des Unternehmens. Der Blick in die Zukunft mit dem Wissen und dem richtigen Gespür ist dabei essentiell. Daher haben sich die Wirtschaftsjunioren Mannheim-Ludwigshafen in diesem Jahr dem Motto Zukunft gewidmet. Auch Mitglieder anderer Kreise und Gäste können bei den diesjährigen Veranstaltungen erleben und lernen, welche Aspekte und Unternehmensfunktionen besonders vom

Wandel betroffen sind und dadurch die notwendigen Anpassungen in ihrer strategischen Ausrichtung vornehmen. Sei es Marketing, Vertrieb oder Produktion, es geht darum, das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu führen.

Doch auch der Wandel des Menschen steht dieses Jahr im Fokus. Denn schließlich ist der Mensch Funktionsträger und Entscheider für die Änderungen im Unternehmen. Er wagt den Blick in die Zukunft. Ohne seine Einsicht und seinen Wandel (siehe Artikel Change Management in dieser Ausgabe a.a.O.) entsteht kein Änderungswunsch, und er verpasst dadurch die notwendige Anpassung. Daher bieten die Wirtschaftsjunioren bzw. der Weltverband Junior Chamber International (JCI) allen Mitgliedern Trainings- und Entwicklungsmöglichkeiten. Im April 2014 kommt ihr das Seminar JCI Networking und Debating besuchen. Außerdem wird es im Sommer zwei Landeskonferenzen (LaKos) geben, denen meistens JCI

Seminare vorausgehen. Also fragt nach und nutzt diese Möglichkeiten!

Aber das Highlight und die besten Netzwerk- und Entwicklungsmöglichkeiten bietet wohl der Weltkongress 2014 in Leipzig. Hierzu reichen 2–3 Tage, um die Stimmung der über 5.000 Jaycees (Mitglieder unseres Weltverbandes JCI) aus über 110 Ländern zu erleben und sich von weltweit umgesetzten Projekten anstecken zu lassen. Diesen Spirit und die Erfahrung aus diesen Projekten in deinen WJ Kreis, dein Unternehmen und somit dein Leben zu tragen ist eine unbezahlbare Trainingserfahrung.

Welche großen lokalen Projekte stehen momentan an? In Mannheim-Ludwigshafen wird die EMT 2015 und in Heidelberg die LaKo 2016 für Baden-Württemberg organisiert. Wertvoll und unbezahlbar sind die für den Beruf notwendigen Projekterfahrungen, die für das Arbeitsleben nützlichen stabilen Kontakte und die für das Leben geschaffene verlässliche Freundschaften. Aber was ist wohl am wertvollsten? Deine Entwicklung, die du in diesen Projekten und in den Konferenzen erfährst. Denn es ist deine Zukunft!



Mareen Möller  
Geschäftsführender Ausschuss der Wirtschafts-  
junioren Mannheim-Ludwigshafen 2014

## Querdenken im John Deere Forum mit Dr. h. c. Petra Roth

4

Die seit 2008 sehr erfolgreiche Veranstaltungsreihe „Querdenken“ war wieder zu Gast im John Deere Forum in Mannheim. Mehrere hundert Gäste begrüßten am 19. März 2014 die Gastrednerin Frau Dr. Petra Roth, ehemalige Bürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main, die zum Thema „Die Stadt 2050 – Megacity versus Metropolregion“ sprach.



## Gesamtkreisveranstaltung – Zukunft des Marketing

Am 10. April 2014 fand die Gesamtkreisveranstaltung zum Thema „die Zukunft des Marketing“ in den Räumlichkeiten der CEMA AG in Mannheim statt. Der Referent Hans-Jürgen Götz, Marketing Manager von IBM Deutschland GmbH, begeisterte die rund 30 Wirtschaftsjunioren, indem er mit einer beeindruckenden Präsentation die starken Veränderungen des Marketing, die Herausforderungen der Chief Marketing Officers (CMO) sowie die des Endkunden analysierte und mit Filmen veranschaulichte.

16

### WIR WIRTSCHAFTSJUNIOREN

- 4 **Stadt 2050 – Megacity versus Metropolregion**
- 8 **Hinter den Kulissen des Nationaltheaters**
- 10 **Die Zauberflöte**
- 11 **Das Interview mit den Förderern**
- 14 **Change Management**
- 16 **Die neue Macht des Marketing**
- 20 **Ethisch erfolgreich wirtschaften –  
zwischen Preis- und Qualitätsführerschaft**
- 22 **Connecting people**
- 24 **Hinter den Kulissen des Europäischen Parlaments**
- 26 **Neujahrsempfang**
- 28 **Was ist sozial?**
- 30 **Was ist noch dran an der Sozialen Marktwirtschaft?**

## Hinter den Kulissen des Europäischen Parlaments

Henryk M. Broder war zu Gast bei den Wirtschaftsunioren in Worms. Bekannt dafür mit unpopulären Aussagen zu provozieren, veröffentlichte Broder im vergangenen Jahr sein Werk „Die letzten Tage Europas – Wie wir eine gute Idee versenken“. In 15 Kurzgeschichten schildert er aus seiner Sicht, wie es um Europa wirklich steht. Hierzu wagt er einen Blick hinter die Kulissen des Europäischen Parlaments in Brüssel. Aktueller könnte das Thema kurz vor der Europawahl nicht sein.



24

- 32 **Mediation – Der Weg zur konstruktiven Konfliktlösung**
- 34 **Wie funktioniert das Zusammenspiel von Medien und Politik?**

ACTIVITY GUIDE

35

## IMPRESSUM

### WJ INFO Team

Oliver Huschke (Chefredakteur)

Telefon 06227.76 64 02  
oliver.huschke@sap.com

### Martin Sloszarek

Telefon 0171.83 02 408  
martin.sloszarek@sparkasse-heidelberg.de

### Verena Kissel

Telefon 06241.91 17 45  
verena.kissel@rheinessen.ihk24.de

### Mitgliederservice

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

### Herausgeber

Wirtschaftsjunioren  
Mannheim-Ludwigshafen

IHK Pfalz  
Ludwigsplatz 2-4  
67059 Ludwigshafen

### IHK-Betreuung

Frank Panizza

Telefon 0621.59 04 19 30  
frank.panizza@pfalz.ihk24.de

### Layout & Design

Anika Tischen

Telefon 0621.13 85 513  
hello@anikatischen.de

### Anzeigen

Felix Hettler

Telefon 0621.12 82 13 296  
felix.hettler@vrbank.de

### Versand

Nicole Walz

CFG Circle Fulfillment GmbH  
Tullastraße 14  
69126 Heidelberg  
Telefon 06221.71 83 210

### Druck

Markus Fischer-Radtke  
Rheinische Druckerei GmbH

Mainzer Straße 173  
67547 Worms  
Telefon 06241.42 530

Auflage: 1.500 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



Querdenken im John Deere Forum

# Stadt 2050 – Megacity versus Metropolregion

// Text: Niklas Kleber  
Bilder: Kati Nowicki

Es war wieder soweit. Die seit 2008 sehr erfolgreiche Veranstaltungsreihe „Querdenken“ war wieder zu Gast im John Deere Forum in Mannheim. Mehrere hundert Gäste begrüßten am 19. März 2014 die Gastrednerin Frau Dr. Petra Roth, die zum Thema „Die Stadt 2050 – Megacity versus Metropolregion“ sprach. Sie ist seit 35 Jahren in der Politik und war von 1995 bis 2012 Oberbürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main, sei aber selten „so herzlich und kompetent empfangen worden“, bedankte sie sich bei den Gastgebern.

Wirtschaftsjunior, Organisator und Moderator Christian Teepe sprach unseren Sponsoren eine besondere Anerkennung aus, die an dieser Stelle nochmals wiederholt werden soll. Vielen Dank an John Deere, die Anwaltskanzlei Rittershaus sowie die Sozietät Thews & Thews; ohne sie wäre ein „Querdenken“ gar nicht möglich gewesen.

## Mannheims Wachstum

„Es muss eine Menge quergedacht werden“, so begrüßte der Hausherr Christoph Wigger, Vizepräsident von John

Deere, die Wirtschaftsjunioren im Hinblick auf die überstandenen Krisen der vergangenen Jahre und die immer wieder aufkommenden globalen ungemütlichen Zeiten in Wirtschaft und Politik. Als hautnahen Beleg für das immense Wachstum der Städte führte Wigger das John Deere Werk selbst an. Dieses wurde im Jahre 1888 bei Mannheim gegründet. Zu dieser Zeit war das Werksgelände noch ein Stück Land außerhalb der Stadt, wurde jedoch im Laufe der Zeit immer weiter von der Stadt verschlungen.



### Chinas Wachstum

Am Beispiel China verdeutlichte Wigger die dahinterstehende Problematik. Dort zählen heute noch 50% der Einwohner zur Landbevölkerung. Laut Prognose wird dieser Anteil bis zum Jahr 2050 auf 30% sinken. Hier wird in anschaulicher Weise deutlich, dass immer weniger Landmensen die immer größer werdenden Städte unter anderem mit ausreichend Nahrung versorgen müssen.

### Entstehung einer Stadt

Aus der Expertise eines Architekten wurde zur Einführung auf den Vortrag von Roth erläutert, wie eine Stadt entsteht. Teepe von der Firma Teepe Consult Beratende Ingenieure und Architekten berichtet, dass eine Stadt immer um einen Marktplatz errichtet wird. Was allerdings hinter einer Stadtentwicklung allgemein steckt, ist das Bevölkerungswachstum.

### Ist Wachstum alles?

Alle 12 Jahre leben eine Milliarde Menschen mehr auf der Erde. Im Jahre 1900 lebten 3 Mrd. Menschen auf der Erde. Im Jahre 2050 werden es voraussichtlich 10 Mrd. Menschen sein. Mit dieser Einleitung führte Roth in ihren Vortrag ein und machte auf den am Anfang der Veranstaltung gezeigte Imagefilm der Junior Chamber International (JCI), dem Weltverband der Wirtschaftsjunioren, aufmerksam. Dieser zeigte führende Köpfe aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik der Vergangenheit. Sie stellte fest: „Dank solcher klugen Köpfe leben wir heute in den Megacities in Ruhe und Frieden.“

### Neue Herausforderungen

„Dennoch haben sich“, so Roth, „ganz neue Herausforderungen entwickelt, denen wir uns dringend stellen müssen.“ Grundlegende Herausforderungen be-

stehen darin, den Lebensmittelbedarf zu stillen, den Energiebedarf zu decken und die Abfallbeseitigung voran zu treiben. Dies wird umso deutlicher, wenn man auch kontinentalübergreifend den Blick auf andere aufstrebende und stark wachsende Länder, wie Indien, Indonesien und China richtet, in denen täglich neue Megacities entstehen. Auch Afrika darf dabei nicht vergessen werden, wo heute noch immer viele Länder von Korruption, Hunger und Leiden geprägt sind.

### Deutschlands Stärken

Roth machte eindrücklich darauf aufmerksam, dass die größten Stärken Deutschlands im Gedankengut, der Bildung und den erlernten „Skills“ liegen. „Wir sollten versuchen, unsere Erfahrungen mit den aufstrebenden und neugierigen Ländern zu teilen, damit diese dann profitieren können. Denn wenn es



nicht gelingt, in China oder anderen großen Nationen den Hunger zu stillen bzw. die Lebensmittelversorgung dauerhaft sicher zu stellen, kann dies zu enormen kontinentalübergreifenden Reizpunkten und eventuell sogar Kriegen führen.“

### Deutschlands Aufgaben

„Wir müssen den aufstrebenden Ländern mit unserer Erfahrung und Wissen helfen, die Bildung und Integration der Menschen voranzutreiben, bevor Kampf um Energie und Lebensmittel aufkommt.“ Roth forderte in diesem Zusammenhang dazu auf, noch mehr in Bildung und Forschung zu investieren, um eben diese Unterstützung darstellen zu können.

### Regionale Probleme

Sie legte allerdings nicht nur globale Probleme offen, sondern ging auch auf die kommunalen und regionalen Problematiken ein. „Wir müssen den wachsenden Bedarf der Menschen, sich einbringen zu wollen nutzen“, hieß ihre Forderung mit dem Ziel, ein Umdenken in Integrationspolitik und Bildungspolitik voran zu treiben. Wir haben in der Bundesrepublik Deutschland 8% nicht-deutsche Einwohner, mit sehr vielen und guten qualitativen Eigenschaften, die dem Land viele Reichtümer gebracht haben.

### Integration und Würde

So erachtete Roth es als sehr wichtig, beim Integrationsprogramm in Frankfurt am Main zu helfen. Durch die Aussage, dass es dort keine Parallelgesellschaften gebe, beurteilte sie das Integrationsprogramm als sehr erfolgreich. Sie wies jedoch darauf hin, dass die helfende Hand bewusst eingesetzt werden muss. Denn die Würde eines Menschen gelte es stets zu wahren, ebenso wie die Religionsfreiheit. Trotz allem könne ein gemeinsames

Leben nur erfolgreich sein, wenn alle nach den gleichen Gesetzen lebten.

### Unsere Ziele

Abschließend verwies sie nochmals ausdrücklich auf die Wichtigkeit der Investition in Bildung und Forschung, um die Energiewende weiter zu forcieren und in andere Länder zu tragen. Um den hohen Energiebedarf zu decken ist China aufgrund der Megacities wieder darauf angewiesen, in Kohlekraft und Kernenergie zu investieren - global gesehen ein her-

ber Rückschlag. Im Gegensatz dazu hat sich Frankfurt am Main das Ziel gesetzt, bis 2018 zu 100% auf erneuerbare Energien zu setzen. Aktuell liegen sie bei 60%. München will dies bis 2015 geschafft haben. Warum diese Kompetenz nicht weitergeben? Es kommt uns allen zu Gute!

„Ich sage, was ich denke“, ist ein sehr schönes Zitat von Roth. Es zeigt, mit welchem Engagement sie heute noch aktiv ist und einen Beitrag leistet, die Welt zukünftig zu verbessern.

## Dr. h. c. Petra Roth, Oberbürgermeisterin a. D. der Stadt Frankfurt am Main

### Lebenslauf:

09. Mai 1944 Geboren in Bremen  
 Seit 1972 Mitglied CDU  
 1993–1994 Stadtverordnetenvorsteherin Frankfurt am Main  
 1987–1995 Mitglied des Hessischen Landtages  
 1992–1995 Parteivorsitzende der CDU Frankfurt am Main  
 1995–2012 Oberbürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main  
 1997–1999  
 2003–2005  
 2009–2011

Präsidentin des Deutschen Städtetags und Mitglied im Ausschuss der Regionen der Europäischen Union, Insges. 3x, zuletzt im Jahre 2012

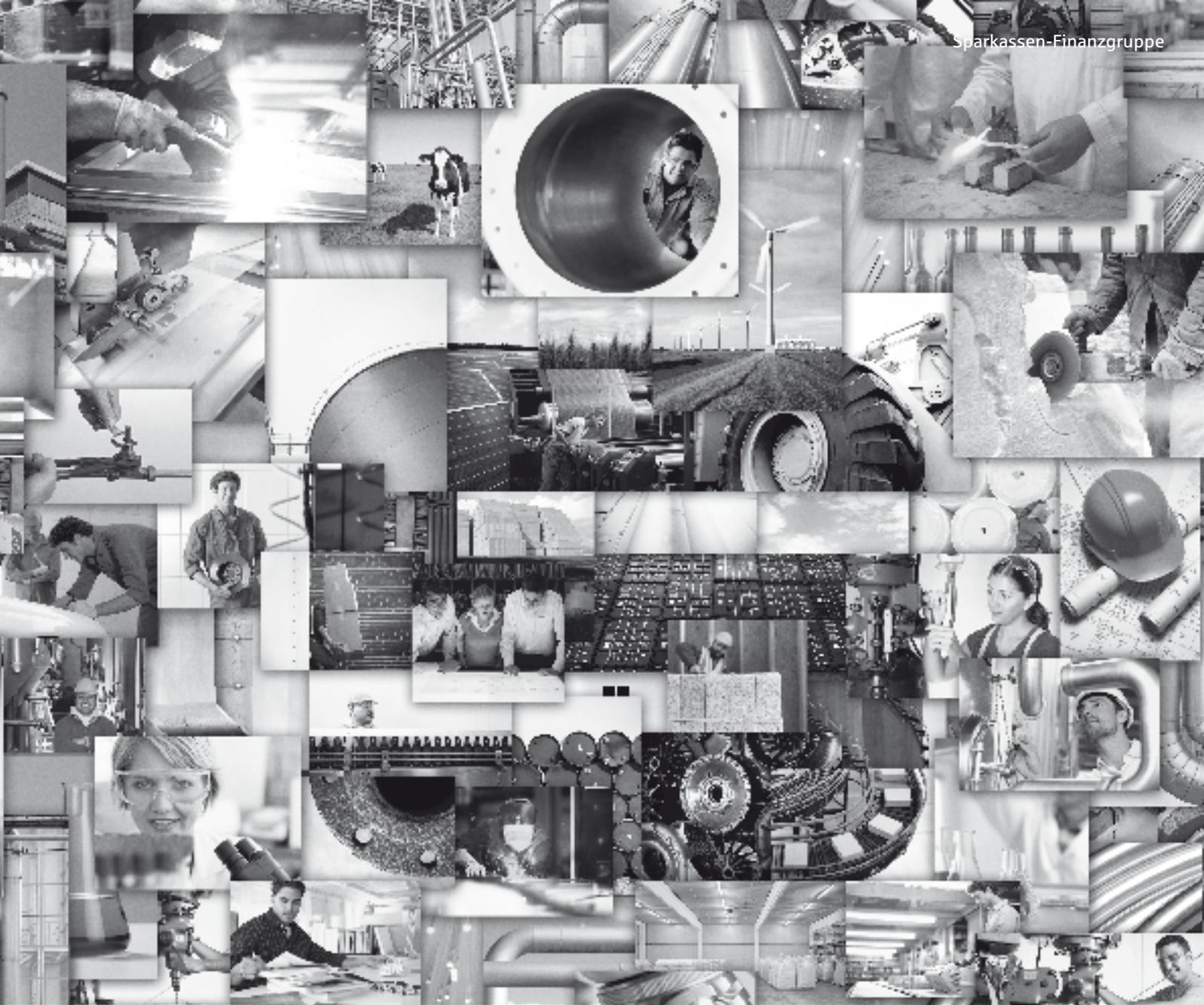
Mitglied der Bundesversammlung

Heute u.a. Vorsitzende des Vorstandes der Stiftung Schloss Ettersburg – Gestaltung des demografischen Wandels

### Ehrungen:

2001 Offizier der französischen Ehrenlegion  
 2005 Ehrendoktor der Universität Tel Aviv  
 2010 Ehrendoktorwürde der Sookmyung Women's University in Seoul  
 2012 Konrad-Adenauer-Preis der Stadt Köln, Kavalierskreuz des polnischen Verdienstordens und Wilhelm Leuschner-Medaille





# Wir finanzieren den Mittelstand.

Nutzen Sie das Sparkassen-Finanzkonzept für Firmenkunden.

 Sparkasse  
Rhein Neckar Nord

Managen Sie Ihre Finanzen clever mit dem Sparkassen-Finanzkonzept. Als einer der größten Mittelstandsfinanzpartner bieten wir unseren Kunden kompetente und umfassende Beratung. Von Investitionsfinanzierung über Risikomanagement bis hin zur Nachfolgeregelung: Wir finden für jedes Anliegen die maßgeschneiderte Lösung. Testen Sie uns jetzt! Mehr Infos bei Ihrem Sparkassenberater oder auf [www.sparkasse-rhein-neckar-nord.de](http://www.sparkasse-rhein-neckar-nord.de). **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**



Zu Besuch im Nationaltheater Mannheim am 20. Februar 2014

# Hinter den Kulissen des Nationaltheaters

// Text und Bilder: Barbara Wittich

Im Publikum des Nationaltheaters Mannheim sitzt wahrscheinlich jeder Wirtschaftsjunior das eine oder andere Mal – aber ein Besuch hinter die Kulissen gibt neue Einblicke in die Welt des Theaters.

## Großes Angebot im Vierspartenhaus

Dr. Ralf Klöter, der geschäftsführende Intendant, begrüßte die Runde der knapp 20 Wirtschaftsjuvenoren im Theaterfoyer mit einigen Eckdaten des Vierspartenhauses: über 1000 Vorstellungen, circa 45 Premieren und 55 Wiederaufnahmen werden in jeder Spielzeit gespielt. Über 350.000 Besucher zieht das breite Repertoire an Oper-, Schauspiel-, Ballett-, Kinder- und Jugendtheateraufführungen sowie Sonderveranstaltungen wie den Mozartsommer oder die Schillertage an. Beherbergt werden diese im 1957 wiedereröffneten und im Bauhausstil erbauten Theater am Goetheplatz.

## Erkundung der Räumlichkeiten

Das Theater erstreckt sich über mehrere Ebenen und Gebäudeelemente: im Erdgeschoss des Hauptgebäudes befindet sich das Schauspiel- und Opernhaus, im Untergeschoss werden unter anderem ein Teil der Requisiten gelagert wie z.B. ein grüner Gorilla und andere Kuriositäten. Auch wenn die Theaterräumlichkeiten beim Bau äußerst funktionell geplant wurden, reicht der Platz vor Ort nicht aus für die Lagerung aller Requisiten und Bühnenbilder. Ein Teil wird in Außenlagern verwahrt, was eine perfekte logistische und zeitliche Planung erfordert – am Morgen finden Proben für eine Aufführung statt, am Abend steht normalerweise eine andere auf dem Programm.

## Interessante Details

In den Maskenräumen hatten die Wirtschaftsjuvenoren die Möglichkeit, mit

einigen Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen und sie bei ihrer Arbeit zu beobachten. Interessante Details kamen dabei zu Tage, unter anderem dass jede Perücke von Hand geknüpft und dabei neben Echt- und Kunsthaar, auch das Haar von Büffeln oder Schafen verwendet wird. Nach den Maskenräumen ging es über die Montagehalle und die Schreinerei in den Malsaal, indem die Bühnenbilder unter anderem mit Besen als Pinsel gefertigt werden.

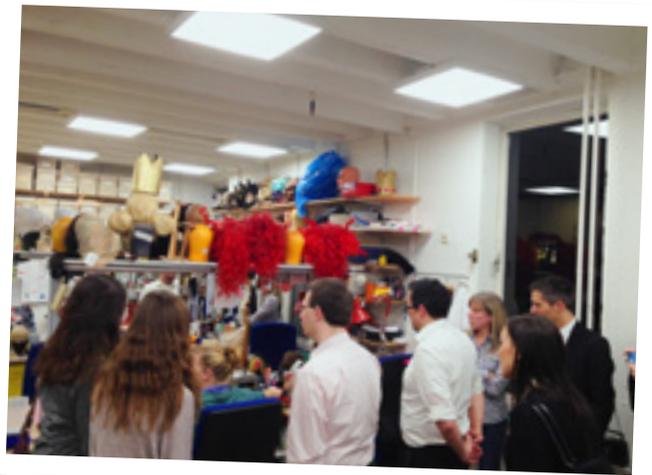
## Wirtschaftlicher Betrieb

Um die Betriebsfähigkeit des Gebäudekomplexes zu erhalten muss das Nationaltheater am Goetheplatz nach und nach saniert werden. Momentan wird die Kälteanlage erneuert und eine noch nicht genau bezifferte und geplante Generalsanierung steht an. Dies verbunden mit steigenden Personalausgaben und

sinkenden Landeszuschüssen macht das wirtschaftliche Agieren laut Dr. Klöter schwierig. Das Budget beträgt 56 Millionen Euro, knapp 6 Millionen Euro werden durch eigene Einnahmen erzielt. Es wird daher versucht, Kosten zu reduzieren und Einnahmen zu erhöhen. Der geschäftsführende Intendant wies auch darauf hin, dass Wert darauf gelegt wird, „dass Theater weiter erschwinglich ist“. An dieser Stelle zu ergänzen ist, dass kurz nach diesem Gespräch mit Dr. Klöter im Nationaltheater der Kulturausschuss einstimmig der Erhöhung der Eintrittspreise mit Beginn der Spielzeit 2014/15 zustimmte (siehe auch Artikel „Die Zauberflöte“ und „Das Interview mit den Förderern“ a.a.O.).

#### Diskussionsrunde im Foyer

Zum Abschluss diskutierten die Wirtschaftsjunoren gemeinsam mit Herrn Dr. Klöter über die Stellung des Nationaltheaters in Stadt und Gesellschaft. Einigkeit bestand darüber, dass das Theater wichtig für die Region und deren Menschen ist. Justus Medgenberg bemerkte „so eine Region wie hier muss sich so ein Theater leisten können und leisten wollen“. Marcus Geithe fasste den durchweg gelungenen Abend zusammen mit „der eine oder andere hat jetzt sicher ein anderes Bild vom Theater“.



# Schlatter

Rechtsanwälte | Steuerberater | Fachanwälte

TRADITION STRATEGIE PARTNERSCHAFT  
QUALITÄTSBERATUNG VERTRAUEN LOYALITÄT  
KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ ENGAGEMENT  
ERFAHRUNG LÖSUNGSORIENTIERUNG

[www.kanzlei-schlatter.de](http://www.kanzlei-schlatter.de)

Freunde und Förderer, Intendant und Helfer des Nationaltheaters, Wirtschaftsjuvenen und Gäste



Junge Wirtschaft trifft Nationaltheater

## Die Zauberflöte

// Text: Mareen Möller

Bild: Oliver Brix

„Wo stünde das Theater ohne Sie? Jedes Theater braucht Publikum und dieses Publikum sind Sie.“ Mit dieser Begrüßung machen die Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim e.V. auf ihrer Homepage darauf aufmerksam, dass wir - das Publikum - Grundlage jedes Theaters sind. Und diesem Gruß folgend besuchten am Freitagabend, dem 4. April 2014, Wirtschaftsjuvenen und andere Führungskräfte Mannheimer Unternehmen „Die Zauberflöte“ im Mannheimer Nationaltheater (NTM).

### Das Theater in Mannheim

Das Nationaltheater wurde 1777 vom Kurfürst Carl Theodor den Mannheimern per Dekret hinterlassen, als dieser seine Residenz nach München verlegte. Seitdem spielt das Theater ununterbrochen, abgesehen von kriegsbedingten Pausen oder zerstörungsnotwendigen Verlegungen auf Notbühnen. Herausragend und einmalig in der deutschen Theaterlandschaft ist das bis heute andauernde starke Engagement der Bürger für das Theater. Bereits 1950 setzten sich die Mannheimer für den Neubau ihres zerstörten Theaters ein und gründeten hierfür die „Gesellschaft der Freunde des Mannheimer Nationaltheaters“.

Und auch bei der kürzlich verkündeten Preiserhöhung für Karten und Abonnements des Nationaltheaters ab der neuen Spielzeit im September 2014 gab es einen Aufschrei der Mannheimer Bür-

ger. Zur Info: Im März 2014 stimmte der Kulturausschuss des Gemeinderates einstimmig der Preiserhöhung zu. Für Claudius Kranz (CDU) handelt es sich lediglich um eine „moderate Preiserhöhung um 60 Cent bis höchstens vier Euro je Theaterkarte“. Ganz anders sehen es die Bürger der Stadt und so gehen die Wirtschaftsjuvenen Mannheim-Ludwigshafen der Sache auf den Grund und fragen, weshalb eine Erhöhung (und weitere werden folgen) bei einem so hochsubventionierten Theater überhaupt notwendig ist [zu lesen siehe Interview mit den Förderern am Ende dieses Artikels].

### Die Oper im Mozartfrühling

Zum kulturellen Austausch trafen sich vier Wirtschaftsjuvenen und deren Begleitung mit weiteren Gästen und den Freunden und Förderern des Nationaltheaters Mannheim e.V. im Nationaltheater. „Junge Wirtschaft trifft Nationaltheater“ ist eine Initiative des Vereins, die seit 2006 in unregelmäßigen Abständen junge Menschen der Metropolregion zu einem gemeinsamen Besuch des Nationaltheaters ermuntert. Jede Vorstellung ist eingebettet in ein anregendes Rahmenprogramm. An diesem Abend und somit vor Beginn der Oper sammelten sich die Teilnehmer bei einem Glas Sekt im Oberen Foyer. Matthias Bretschneider, Senator der Wirtschaftsjuvenen und Vorstandsmitglied der Freunde und Förderer des Nationaltheaters begrüßte unter an-

derem auch im Namen des ebenfalls anwesenden Vereinsvorsitzenden, Prof. Dr. Achim Weizel, die Gäste. Der Intendant der Oper, Prof. Dr. Klaus-Peter Kehr und die Marketing-Dramaturgin Dr. Dorothea Krimm führten in die bald anschließende „Die Zauberflöte“ ein.

Das etwa dreistündige Werk zählt zu den weltweit bekanntesten und am häufigsten inszenierten Opern, dessen Libretto von Emanuel Schikaneder stammt und dessen Musik von Wolfgang Amadeus Mozart komponiert wurde. Die darin enthaltenen Arien „Der Vogelfänger bin ich ja“ und „Dies Bildnis ist bezaubernd schön“ sowie die Arie der Königin der Nacht „Der Hölle Rache kocht in meinem Herzen“ zählen zu den bekanntesten Stücken und lassen auch die Herzen der Nichtoperfans höher schlagen.

### Das Märchen in der Zauberflöte

Und so geschah es dann auch in diesem von Mozart selbst als „große Oper“ in zwei Akten bezeichneten Werk. Formal als „Singspiel“ entworfen, verwandelt sich dieses Meisterstück mit seinem märchenhaften Inhalten und spektakulären Bühnenverwandlungen in eine leicht zugängliche Oper. Die erste Kulisse – ein lichtgefluteter, grüner Märchenwald – nimmt den Betrachter mit auf die Reise vom jungen Prinzen Tamino. Der wird von der Königin der Nacht ausgesandt, um ihre Tochter Pamina zu retten, die vom Fürsten Sarastro entführt wurde.

Doch nicht nur die Bühnenbilder, sondern auch der Wohlklang der Zauberflöte faszinierten die Zuschauer. Diese magische Flöte soll dem Schutz vor Gefahren dienen. Zu der Zauberflöte erhält Tamino den Begleitschutz von Vogelfänger Papageno. Beide brechen auf, um Pamina zu befreien. Die Bühne verwandelt sich, bewegt sich vor und zurück, ändert sich von Mystik in Moderne, von Wärme in Kälte, von Sanftheit in Metallic. Eigentlich scheint hier kein Raum

für Sieg, Befreiung und Liebe möglich zu sein. Doch das Theater verwandelt sich am Ende der Oper in Sonnenlicht und unter Jubel wird verkündet: „Es siegte die Stärke und krönet zum Lohn – die Schönheit und Weisheit mit ewiger Kron'“. Der Vorhang fällt.

#### **Die Schauspieler zum Anfassen**

Im Anschluss an die Vorstellung genossen die Wirtschaftsleute die besondere Atmosphäre von „Junge Wirt-

schaft trifft Nationaltheater“, als sie sich mit den Mitgliedern der Intendanz sowie den Künstlern und geladenen Gästen im Theatercafé bei Häppchen und einem Glas Wein zu einem zwanglosen Gedankenaustausch trafen. So ermöglichten die Freunde und Förderer ein Treffen mit den Solisten Cornelia Ptassek (Pamina), Estelle Kruger (Königin der Nacht), Bryan Boyce (Papageno), sowie Operndirektor Lutz Wengler.

## **Das Interview mit den Förderern**

Matthias Bretschneider, Senator der Wirtschaftsleute, hatte in seiner Funktion als Schatzmeister der Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim zu der Veranstaltung eingeladen.

*Matthias, du bist Mitglied des Vorstandes der Freunde und Förderer des Nationaltheaters e.V. Wie bist du auf den Verein aufmerksam geworden und was motiviert dich?*

Bretschneider: Als ich vor zwölf Jahren meine Position als Mitglied des Vorstandes der Sparkasse Rhein Neckar Nord antrat, fand ich viele Schranken in meinem Sekretariat gefüllt mit Akten der Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim. Die Zusammenarbeit der Sparkasse und der Freunde hatte eine über 10jährige, gute Tradition – die galt es fortzuführen. Sehr schnell hatten mich der Verein und das Theater in ihren Bann gezogen. So viel grenzenloser Begeisterung kann man sich nicht verschließen. Die schiere Vielzahl von Veranstaltungen, aber auch deren Qualität, die brodelnde Kreativität bei höchster Innovationsbereitschaft, das international besetzte Kraftzentrum inmitten der Stadt – das ist belebend und herausfordernd, das ist gut für Mannheim und die Region. Das ist meine Motivation.

*Könntest du uns bitte etwas zum Hintergrund des Vereins sagen?*

Bretschneider: Im Verlauf des Zweiten Weltkrieges war das Nationaltheater am Schillerplatz den Bomben zum Opfer gefallen. Trotz aller Not war der Wunsch nach der Fortführung des Theaterbetriebes schon bald nach Kriegsende so

groß, dass beherzte Mannheimer Bürger bereits am 3. März 1950 die „Gesellschaft der Freunde des Nationaltheaters Mannheim“ gründeten. Unter dem Vorsitz von Carl Reuther und Carl Kober forderte die Gesellschaft die Erhaltung und Förderung der traditionsreichen Mannheimer Bühne und griff dabei auch den Wunsch nach einem Theater-Neubau auf. In einer Zeit größter Wohnungsnot entschloss sich dann die Stadt Mannheim unter Oberbürgermeister Professor Dr. Hermann Heimerich mutig zum Theaterneubau auf dem Goetheplatz. Der entscheidende Beitrag der Bürgerschaft zur Mitfinanzierung des Großprojektes kam mit Hilfe der Gesellschaft der Freunde zustande, die eine Tombola initiierte. In hundert Verkaufstagen wurden 1,2 Millionen Lose abgesetzt und ein für die damaligen Verhältnisse atemberaubender Betrag von 1,1 Millionen DM eingenommen. 1956 folgte eine zweite Tombola, die weitere 460 000 DM einbrachte. Den Mannheimern war ihr Theater genauso wichtig wie die Bedürfnisse des täglichen Lebens, wie Wohnung und Nahrung. Die Gesellschaft der Freunde des Nationaltheaters Mannheim hatte mit diesem Kraftakt ideell und materiell maßgebend zum Theaterneubau am Goetheplatz beigetragen. Nach dieser enormen Anstrengung wurde es bis zum Jahre 1992 stiller um die Gesellschaft. Dann beschloss die Mitgliederversammlung die Umbenennung der Gesellschaft in „Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim e.V.“. Unter einem neuen Vorstand wuchs der Mitgliederbestand seither von 150 auf über 2.000 Freunde und Förderer an. Die Mitglieder des Vereins, die sich aus allen Bevölkerungsschichten rekrutieren, bilden seither eine starke Lobby des

Mannheimer Theaters. In dem Beirat der Freunde und Förderer diskutieren Vertreter der führenden Unternehmen der Region mit Politikern aus Stadt und Land und der Intendanz des Hauses die wichtigen Belange des Theaters. Ende 2001 hat der Verein mit einer Initialstiftung die „Stiftung Nationaltheater Mannheim“ auf den Weg gebracht, die seit ihrem Bestehen über 1,5 Mio. EUR angesammelt hat.

*Weshalb benötigt eigentlich ein subventionierter Betrieb wie das Nationaltheater Mannheim überhaupt Förderer?*

Bretschneider: Ein „subventionierter Betrieb“ – ist das Nationaltheater ein subventionierter Betrieb? Darüber sollte man einen kurzen Moment nachdenken. Das Nationaltheater ist zunächst einmal ein städtisches Unternehmen – wir feiern dieser Tage 175 Jahre kommunales Theater in Mannheim. Dass es sich nicht in freier Trägerschaft befindet, also kein privates Unternehmen ist, könnte damit zu tun haben, dass es eine Leistung erbringt, die für die Gesellschaft von so großer Bedeutung ist, dass sie gerade nicht den freien Kräften der Märkte allein überlassen werden soll. Eine Parallele sehe ich etwa im öffentlichen Rundfunk. Die Freiheit der Kunst und der Kultur ist uns ein vergleichbar hohes Gut wie die Meinungsfreiheit. Darum lässt sich die Kunst nur bedingt mit den Maßstäben der Ökonomie abbilden. Darum kann Theater nicht im marktwirtschaftlichen Sinn gewinnorientiert sein.

Kunst und Kultur sind auch elementare Grundpfeiler unserer Wirtschaft. Kulturelle Bildung ist mitentscheidend für den Erwerb von Schlüsselkompetenzen, die

wir von den Führungskräften der Wirtschaft fordern. Kulturelle Bildung fördert Kreativität und damit wichtiges Eigenkapital unserer Gesellschaft. Ein breites kulturelles Angebot ist ein begehrter Standortfaktor und fruchtbarer Nährboden für neue Ideen und Innovationen. Insofern ist die Förderung von Kunst und Kultur zumindest auch eine wichtige „Investition“. Diese Ansicht wird von den vielen Sponsoren und Gönnern und den Unternehmen aus Mannheim und der Region geteilt, die Jahr für Jahr bereit sind, mit großen Summen (die weit jenseits der Möglichkeiten des Vereins liegen) das Unternehmen Nationaltheater zu unterstützen. Dabei steht das Theater als einer der kulturellen Leuchttürme Mannheims sehr gut da in dem Wettbewerb mit anderen Anbietern der kulturellen Szene. Und das hat seinen guten Grund.

Und um auf die Frage zurück zu kommen – ja, das Theater braucht Förderer. Förderer, die bereit sind, Wagnisse einzugehen, zu experimentieren, kurzfristig sich bietende Gelegenheiten zu ergreifen, Dinge zu tun, die in einer politischen Diskussion zum Scheitern verurteilt wären, die aber gleichwohl die Chance zu Großem in sich bergen. Hierzu bedarf es vieler Förderer, auch jenseits einer Grundfinanzierung durch die öffentliche Hand.

*Wie genau sieht eure Freundschaft und Förderung aus? D.h. was unternimmt ihr, was passiert z.B. mit den Mitgliedsbeiträgen?*

Bretschneider: Die Aktivitäten der Freunde und Förderer sind fast so vielfältig wie die des Theaters selbst. Ein Hauptaugenmerk liegt in der Information unserer Mitglieder, für die wir etwa ein Drittel unseres Budgets verwenden. Die monatlichen Aussendungen enthalten alle Neuigkeiten aus dem Theater. Im Theatermagazin belegen wir eine eigene Rubrik. Wir sind mit einer liebevoll und aktuell gepflegten sehr informativen Homepage im Internet vertreten und auf facebook. Kultstatus haben die monatlichen „Begegnungen“ mit Mitgliedern des Theaters.

Ein Drittel des Budgets wenden wir dafür auf, möglichst breite Bevölkerungskreise für das Theater zu gewinnen. Die Schnawwlpaten unterstützen Projekte wie Theater auf Rezept, MAUS, aber auch Kinder aus Kinderheimen und Kinder aus sozial schwachem Umfeld. Der Treff-

punkt Nationaltheater bietet Menschen, die es sich finanziell nicht leisten können, einen kostenlosen Theaterbesuch. Die NThusiasten (die Jungen Freunde des Nationaltheaters im Verein, Anm. d. Red.) bieten ein mitreißendes Programm für Schüler und Studenten, die Junge Wirtschaft richtet sich an junge, aufstrebende Führungskräfte und motiviert diese zu einem Besuch im Nationaltheater.

Das verbleibende Drittel verwenden wir für direkte, zweckgebundene Zuwendungen an das Nationaltheater. So beteiligen sich die Freunde in langer Tradition an der Finanzierung der Hausautoren des Theaters und des Theatermagazins, fördern einzelne herausragende Aufführungen und Festivals, wie aktuell das Theater der Welt und den Mozartsommer. Neben dem Einsatz der Mitgliedsbeiträge liegt eine wichtige Funktion der Freunde in der Beratung sowie der Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit. In unzähligen persönlichen Gesprächen werden die Belange des Theaters mit der Intendanz diskutiert und dann direkt oder im Beirat mit den Vertretern der Kommunal- oder Landespolitik aber auch der Medien und immer wieder auch im privaten Freundes- und Bekanntenkreis erörtert.

*Dein Vorstandskollege Prof. Dr. Achim Weizel hat die Preiserhöhung des Nationaltheaters als „notwendig und gerechtfertigt“ bezeichnet, da die letzten Erhöhungen lange zurück liegen. Welche Möglichkeiten gibt es außerdem, dass das NTM finanziell besser da steht?*

Bretschneider: Die Erhöhung der Eintrittspreise geht sicherlich in Ordnung. Im Vergleich zu anderen kulturellen Großevents sind die Preise eher moderat. Die Junge Wirtschaft besucht Theater der Welt am 1. Juni zum Preis von 25 Euro je Karte in der besten Kategorie. Das sind fast Kinopreise. Dafür komme ich im Rosengarten oder in der SAP Arena allenfalls auf hinterste Plätze. Kommunales Theater darf und soll aber seine Preise auch gar nicht am Markt orientieren. Öffentliches Theater steht für ein Anrecht der Menschen auf „kulturelle Teilhabe“, wie sie in Art. 26 der Menschenrechte der Vereinten Nationen verfasst ist. Dafür muss der ökonomische Zugang gewährleistet sein. Auch daher haben die Einnahmen aus den Eintrittspreisen für das Budget des über 600 Mitarbeiter starken Unternehmens Nationaltheater nur eine untergeordnete Bedeutung. Kostenein-

sparungen und Effizienzgewinne werden auch im Theaterbetrieb umsetzbar sein – eine großartige Wirkung werden sie nicht haben. Eine stärkere Kommerzialisierung des Theaterbetriebes, etwa eine Autowerbung vor der Zauberflöte, halte ich nicht für vertretbar und würde das feine Netz der dezent auftretenden Förderer empfindlich stören.

Wichtigste Einnahmequelle sind die Zuweisungen der öffentlichen Kassen, der Stadt und des Landes. Nur hier kann eine markante Verbesserung der Finanzlage des Nationaltheaters ansetzen. Dafür ist es wichtig, die Bedeutung des Theaters als wertvoller Bildungs- und Integrationseinrichtung mit standortprägender Qualität immer wieder zu unterstreichen und wahrzunehmen. Unser Theater schafft es, trotz angespannter Finanzlage, mit Auszeichnungen im In- und Ausland für Mannheim zu werben. Die Herzlichkeit des Mannheimer Publikums und das unglaublich umfangreiche Repertoire ziehen immer wieder herausragende Künstler nach Mannheim. Wir haben ein Theatergebäude, das aufgrund seiner Effizienz und Variabilität als Kulturdenkmal von besonderer Bedeutung in die Landesdenkmalliste eingetragen ist. Die Gründungsväter der Freunde und Förderer haben für Weniger ihren letzten Groschen an das Nationaltheater gegeben.

*Vielen Dank Matthias!*

Das Interview führte Mareen Möller.

### Engagement für das NTM



Mit nur 50,- EUR (Einzelmitgliedschaft) bzw. 200,- EUR (Firmenmitgliedschaft) werden Sie Mitglied im „Freunde und Förderer des Nationaltheaters Mannheim e.V.“ Erfahren Sie immer das Neueste aus dem Nationaltheater, erleben Sie die Mitglieder des Nationaltheaters, Intendanten, Stars auf und hinter der Bühne hautnah, unterstützen Sie ideell und materiell das Nationaltheater Mannheim und fördern Sie durch Ihre Kontakte zu den Bürgern der Stadt und der Region, zu Politikern von Stadt und Land das Verständnis für die Belange des Theaters.

Zur Beitrittserklärung: [freunde.nationaltheater.de/beitrittserklaerung.html](http://freunde.nationaltheater.de/beitrittserklaerung.html)

## UNSER GANZHEITLICHER ANSATZ MACHT DEN UNTERSCHIED

Wir verstehen uns als Ihr professioneller und innovativer Immobilienspezialist. Gemeinsam mit Ihnen und unseren Partnern erarbeiten wir ganzheitliche Lösungen und begleiten Sie von der Beratung, Entwicklung und Realisierung bis hin zur Abwicklung aller Formalitäten. Unsere Services und Leistungen richten wir individuell nach Ihren Bedürfnissen aus.

### Auszug unserer Services und Leistungen:

- Fundierte Beratung & Betreuung
- Vermittlung von Immobilien
- Erstellung von Markt- & Bedarfsanalysen
- Bauherrenbegleitung

### Wir sind Ihr Ansprechpartner zu den Themen:

- Immobilien als Kapitalanlage
- Kauf eines Eigenheims
- Verkauf von Immobilien
- Projektentwicklung von Immobilien

Nähere Informationen finden Sie unter: [www.bx-immobilien.de](http://www.bx-immobilien.de)



›Wenn zwei das Gleiche tun,  
ist das noch lange nicht dasselbe!‹

### Wir beraten Sie gerne:

#### B&X Beratung & Immobilien

Inhaber Oliver Brix

Reiterweg 25 · 68163 Mannheim

**Telefon** (0621) 43 70 52 66

**E-Mail** [info@bx-immobilien.de](mailto:info@bx-immobilien.de)

### AKTUELLES PROJEKT: LUDWIGSHAFEN / MELM



Illustration. Aktueller Stand der Planungen. Änderungen vorbehalten.

### Investieren Sie in die Zukunft – Integriertes Betreutes Wohnen

- Deutsches Rotes Kreuz als führender, renommierter Betreuungspartner
- Leistungsvielfalt durch direkte Anbindung an das benachbarte DRK-Pflegeheim
- 20 barrierefreie Wohneinheiten
- Hochwertige Ausstattung mit Balkon oder Terrasse
- Großzügiger Gemeinschaftsraum sowie Gästeappartement
- Kaufpreis ab 151.000 EUR je Wohneinheit

[www.MB-BetreutesWohnen.de](http://www.MB-BetreutesWohnen.de)

# Change Management

// Text: Volker Bäres

Bilder: Stefanie Strebel

Auf Einladung des Arbeitskreis UfO war Isabell Dorsch, Diplom-Psychologin, systemische Beraterin und Coach in den Räumen der Kanzlei Rittershaus in Mannheim zu Gast. Sie ist seit 10 Jahren im Bereich Change Management (Veränderungsmanagement) bei Großkonzernen sowie im Führungskräftecoaching und Training für verschiedene Kunden und Zielgruppen tätig.

## Druck, Einsicht und Vision

Als Einstieg in ihren Vortrag erläuterte sie zunächst die drei Auslöser für Veränderung: (Leidens-)Druck, Einsicht und Vision. Zur Abgrenzung der Begriffe bei Veränderungen ging Frau Dorsch anschließend auf die unterschiedlichen Logiken ein: Beim Projektmanagement wird

ein Projektplan erstellt, der bearbeitet und kontrolliert wird. Die Kommunikation sorgt dafür, dass allen Beteiligten die erforderlichen Informationen zur Verfügung gestellt werden. Abweichungen werden auf Fehler im Projektplan zurückgeführt und sind Folgen von nicht bei den Beteiligten angekommenen Inhalten. Die Logik von Change Management ist das Setzen von Interventionen. Abweichungen sind hierbei Anlass für neue Interventionen.

Das anschließende Experiment sollte dann den Teilnehmern die Wirkung von einzelnen Veränderungen auf ein geschlossenes System näher bringen. Die Junioren wurden dabei aufgefordert, sich zwei weitere Personen als Bezugspunkte auszuwählen (ohne deren Wissen) und mit ihnen ein gleichschenkliges

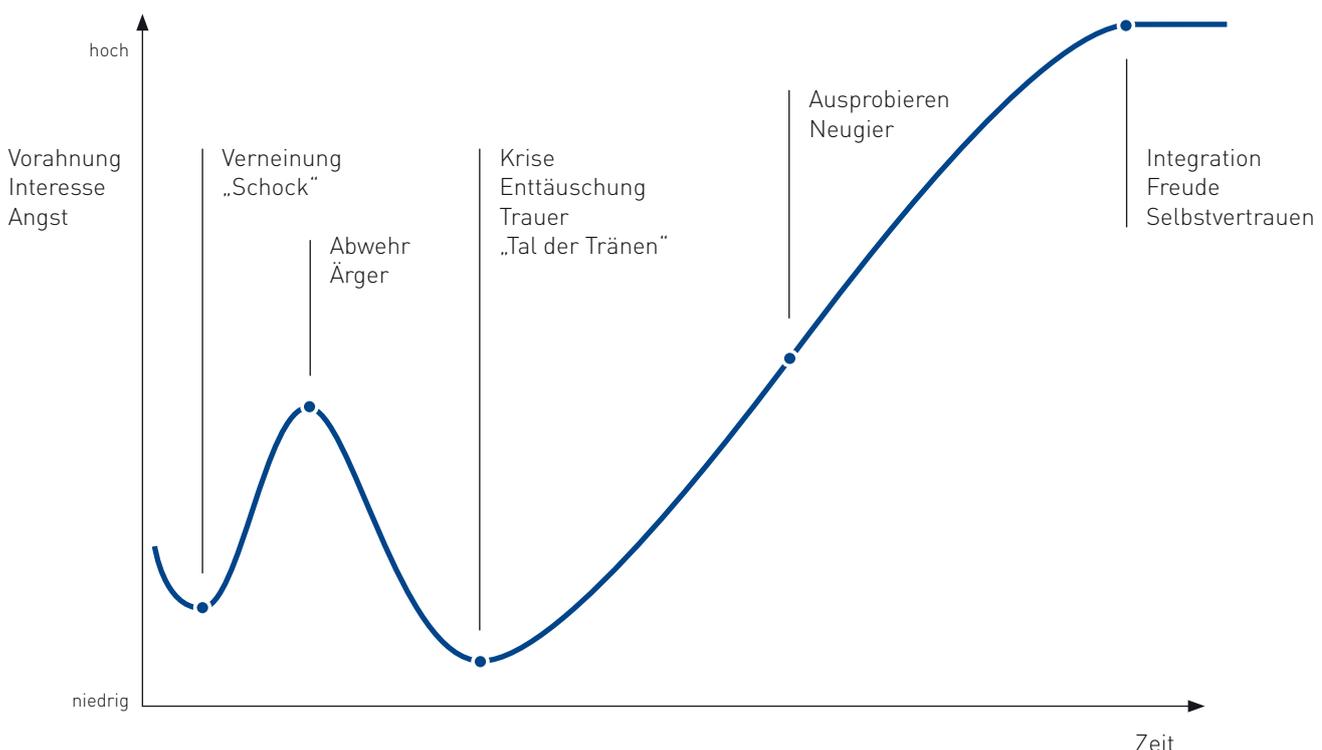
Dreieck zu bilden. Durch eine Intervention des Coaches von Außen, bei der ein Teilnehmer seine Position an eine andere Stelle im Raum ändern musste, kam es nun zu einem scheinbar chaotischen Durcheinander im gesamten System, bis sich nach einer Weile wieder eine neue Grundordnung gebildet hatte.

## Veränderungsplanung

Fortgesetzt wurde der Vortrag mit dem Thema Veränderungsplanung (Wie gelange ich vom Ist zum Soll?). Wichtig ist dabei nicht nur zu beschreiben, von was man weg und wo man hin möchte, sondern auch was man bewahren möchte und auf was zu achten ist. Der Veränderungswille nimmt dabei mit der Dauer der gleichen Situation immer weiter ab.

Die klassische Veränderungskurve nach Elisabeth Kübler-Ross

Wahrgenommene Leistungsfähigkeit / Kompetenz



Entscheidung / Veröffentlichung

Frau Dorsch ging dabei darauf ein, dass die Veränderungskurve aus der Trauerforschung stammt. Die Ausschläge der Kurve hängen dabei von der Empfindung des Grades der Veränderung ab.

### Phasenverschiebung

In Unternehmen kommt es bei der Veränderungskurve oft zur Phasenverschiebung zwischen den beteiligten Ebenen – ausgelöst durch den Informationsvorsprung höherer Ebenen. Diese kann zu zusätzlichen Konflikten führen, da die Empfindungen über die Veränderungen dabei stark voneinander abweichen können. Ursachen für Widerstand sind zu 80% Unsicherheit und Angst. Daher sollte im Umgang mit Widerstand auf Druck und weitere Sachargumente verzichtet werden.

### Veränderungsprozess

Das letzte Thema des Vortrags war das Verhalten im Veränderungsprozess. Die



Beteiligten nehmen dabei vier Systemrollen ein: Rahmengeber, Indikator, Stabilisator und Innovator. Die Rollen gewährleisten ein Gleichgewicht im System und werden immer (wenn auch unbewusst) besetzt. Durch sie wird ein Ausgleich von sachlichen und emotionalen Interessen geschaffen, es handelt sich dabei aber nicht um Persönlichkeitsprofile.

Frau Dorsch berichtete zum Abschluss noch über den Einfluss des Change Managements auf Veränderungsprozesse in Großunternehmen, an denen sie selbst mitgewirkt hat. Der kurzweilige Abend endete in einer ausgiebigen Diskussion über die verschiedenen Systemrollen und eigene Erfahrungen bei beruflichen Veränderungen.

# Wir verschicken alles.

Wir sind Ihr Direktmarketing-Dienstleister für Lager- und Versandlogistik, Fulfillment, Konfektionierung, Weiterverarbeitung, Lettershop, Mailings, Adress- und Datenmanagement.



Tel. 06221-71 83 20  
www.cfg-direktmarketing.de

CIRCLE FULFILLMENT GMBH

Tullastraße 14  
69126 Heidelberg



Zukunft Marketing – Vom Mannheimer Schaufensterexperiment bis hin zum Digitalen Darwinismus

# Die neue Macht des Marketing

//Text: Konstantinos Krikelis  
Bilder: Michael Abt

Am 10. April 2014 fand die Gesamtkreisveranstaltung zum Thema die Zukunft des Marketing in den Räumlichkeiten der CEMA AG in Mannheim statt. Der Referent Hans-Jürgen Götz, Marketing Manager von IBM Deutschland GmbH, begeisterte die rund 30 Wirtschaftsjunoren, indem er mit einer beeindruckenden Präsentation die starken Veränderungen des Marketing, die Herausforderungen der Chief Marketing Officers (CMO) und die des Endkunden analysierte und mit Filmen veranschaulichte.

Vor dem Vortrag begrüßte Veranstalterin und Wirtschaftsjuniorin Mareen Möller

die Gäste und führte in die Geschichte der Werbung ein. Gastgeberin und Marketingchefin der CEMA AG Ursula Brunsmann gab Einblicke in die Gegenwart des Marketing aus Sicht eines mittelständischen Unternehmens.

## Der „richtige“ Kunde

Schon immer wird Werbung dafür verwendet, um auf etwas aufmerksam zu machen und zu einem Verhalten zu veranlassen. Reklame möchte Kunden auf ein Produkt aufmerksam machen und zum Kauf beeinflussen. Möller führt mit diesem Hintergrundwissen in die Anfänge der Werbewissenschaft bzw.

Reklamepsychologie ein. Sie erläutert, dass bereits seit 1890 Unternehmen versuchen, den Erfolg ihrer Werbung durch psychologische Beobachtungen zu verbessern. Knappe Slogans, besondere Farben und Formen sollten sich in die Köpfe der Menschen einbrennen. Am wirksamsten ist eine Reklame, die so häufig wie möglich an so viele Kunden wie nötig gerichtet ist – so die damalige Ansicht der Werbenden. Der praktische Wert dieser Erkenntnisse für die eigene Reklame blieb allerdings gering. Sie wurden nur im Labor und nicht am „richtigen“ Kunden untersucht.

### Mannheimer Schaufensterexperiment

Erst kurz vor dem ersten Weltkrieg wurden die Werbeexperimente ins Feld verlagert. Im Jahre 1918 erforschte Edmund Lysinski in der Mannheimer Innenstadt, wie Kunden auf die verschiedene Gestaltung der Schaufenster reagieren. Damals war das Schaufenster zum Teil die einzige Möglichkeit für Information, Werbung und Verkauf an den Kunden. Das Kaufverhalten erhöhte sich, wenn das Schaufenster mit Preisschildern, mit bunter und vielzähliger Warenauslage ausgestattet wurde.

Allerdings, so Möller, besteht das heutige Schaufenster aus mehreren Dimensionen und dadurch ist die aktuelle Marktforschung wesentlich komplexer. Der Kunde nutzt diverse Plattformen, um sich über die Produkte zu informieren. Und da der Verbraucher heutzutage so umfassend informiert und daher anspruchsvoll geworden ist, muss er dementsprechend komplexer umworben werden. Hierzu stehen der Werbeindustrie wiederum zahlreiche Kanäle zur Verfügung. Moderne Schaufenster sind nämlich Fernsehen, Homepages, soziale Netzwerke und Apps. Außerdem kann der Kunde dank der Globalisierung seine Ware über unterschiedlichste Vertriebskanäle beziehen.

### Marketing der CEMA AG

Auch die CEMA AG beleuchtete die Komplexität des modernen Marketing. Sie gehört zu den 50 erfolgreichsten IT-Systemhäusern und den 10 attraktivsten Arbeitgebern der IT-Branche in Deutschland mit einem über 20 jährigem Marketing. Ziel der Werbung war und ist, dass Businesskunden erfahren, dass ihre Geschäftsprozesse durch die passende IT-Infrastruktur optimal unterstützt werden. Brunsmann berichtete von den Anfängen ihrer Werbung: „Wir haben unsere Kunden aus den gelben Seiten gesucht und mit aufmerksamkeits-weckenden Anschreiben in unser Haus eingeladen: Briefe mit echten Sheriff-Sternen, Einladungen in Tassen oder Kokosnüssen.“ In der heutigen Zeit der Medien- und Werbekomplexität sind die Aufgaben des Marketing völlig anders, um Kunden auf das eigene Unternehmen und die Leistungspalette aufmerksam zu machen. Kunden müssen demnach mehr denn je verstanden werden, um ihn über die modernen digitalen Schaufenster zu erreichen und bedarfsgerecht anzusprechen.

### Die digitale Datenflut

Wie der Kunde erreicht wird, ist Aufgabe der Marktforschung. Für Referent Götz beginnt diese mit der richtigen Auswertung der Datenflut. Die Aufgabe des Marketing und der Marktforschung war schon immer, Daten zu sammeln, um daraus abzuleiten, welche Kunden durch welche Art von Werbung angesprochen werden. Nach Götz müssen sich heute Unternehmen damit beschäftigen, die Datenflut zielgerichtet auszuwerten, „da die Welt unaufhaltsam in einer Flut von Daten versinkt“. Der Großteil davon entstand in den letzten zwei Jahren. „80 % dieser vorhandenen Daten sind unsortiert, mit der logischen Konsequenz, dass jeder zweite Geschäftsführer nicht in der Lage ist, die benötigten Informationen zu finden.“ Selbst die Marketingexperten (CMO) sind weder auf die Datenexplosion, noch auf soziale Medien vorbereitet. Die Technologie nimmt daher einen immer größeren Stellenwert in der Organisation eines Unternehmens ein. Dennoch haben nur 32% der Unternehmen eine integrierte digitale Strategie.

### Der neue Kunde

Die Datenflut hat allerdings auch Vorteile. Der Kunde hat die Möglichkeit, sich besser über ein Produkt zu informieren. Gleichzeitig erwartet er mehr Flexibilität und eine individuelle Betreuung seitens des Verkäufers. Die Firma IBM definiert die vier „P's“ (Product, Price, Placement, Promotion) neu in Personalization, Presence, Persuasion, Permission. Der Kun-

de ist der neue Chef, sozusagen der Chief Executive Customer (CEC). Unternehmen müssen den Kunden als Individuum erkennen, ihn über diverse Kanäle animieren und die Marke so authentisch wie möglich gestalten.

### Zero Moment of Truth

Führungskräfte stellen sich auf ihren Kunden neu ein mit einer Supply Chain, die sich auf Unvorhergesehenes vorbereitet: persönliches Marketing, jederzeit möglicher Verkauf und herausragender Service. Der Entscheidungsprozess eines Kunden zum Kauf dauert heutzutage länger, da sich der Kunde umfangreich über ein Produkt informiert, sodass 57 % der Kunden im Verkaufsprozess verschwinden, im Zero Moment of Truth (ZMOT). Die CMO haben daher drei Hauptfaktoren insbesondere auch zur Bewältigung ihrer Prioritäten identifiziert und zwar die Analytik für das Kundenverständnis, das Gestalten positiver Kundenerfahrungen und das Erfüllen der Kundenerwartungen.

### Der digitale Darwinismus

Zusammenfassend ist laut Götz sagen, dass wir einem digitalen Darwinismus unterliegen, d.h. die Technologie entwickelt sich schneller als die Wahrnehmung. Dadurch ist der Kunde besser informiert und entwickelt erhöhte Anforderungen. Folge des digitalen Darwinismus ist eine mit Hilfe neuer Marketingmethoden erforderliche Anpassung der CMO und der Unternehmen an die geänderten Anforderungen des neuen CEC.



Publikum zu Gast bei der CEMA AG

# Das Beste kennt keine Alternative.

Die neue C-Klasse.

Ab dem 15. März  
bei uns erleben!



Die Verbrauchswerte beziehen sich auf die zur Markteinführung (03/2014) verfügbaren Werte. Orts-/außerorts/kombiniert: 7,4–4,8/5,0–3,4/5,8–4,0 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen: 159–121 g/km. Die Werte sind für ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugen.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart  
Partner vor Ort: Mercedes-Benz Niederlassung Mannheim-Heidelberg-Landau  
Mannheim, Fahrlachstr. 50, Telefon 0621 453-833  
Heidelberg/Rohrbach-Süd, Haberstr. 26, Telefon 06221 340-363  
Landau, Am Schänzle 1, Telefon 06341 970-363  
[www.unser-benz.de](http://www.unser-benz.de)  
[www.facebook.com/MercedesBenzMannheimHeidelbergLandau](https://www.facebook.com/MercedesBenzMannheimHeidelbergLandau)



# Mercedes-Benz

---

fügbaren Motoren (C180/C200 und C220 BlueTEC). Kraftstoffverbrauch inner-  
nen kombiniert: 135–103 g/km; Effizienzklasse: B–A+. Die Angaben beziehen sich nicht auf  
verschiedenen Fahrzeugtypen. Abbildung enthält Sonderausstattungen.



Aschermittwoch der Wirtschaft mit Albrecht Hornbach

## Ethisch erfolgreich wirtschaften – zwischen Preis- und Qualitätsführerschaft

// Text: Martin Sloszarek

Bild: Tobias Wolf

Tradition verpflichtet, nicht nur bei Familienunternehmen, sondern auch bei den Wirtschafts Junioren Mannheim-Ludwigshafen. Bei der diesjährigen gemeinsamen Veranstaltung mit dem Heinrich-Pesch-Haus in Ludwigshafen und der Evangelischen Akademie der Pfalz fanden zahlreiche Gäste den Weg zur Traditionsveranstaltung mit dem Vorsitzenden des Vorstands der Hornbach Holding AG, Herrn Albrecht Hornbach.

Als Vizepräsident der IHK Pfalz, Vorstandsvorsitzender des Vereins Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar, Honorarkonsul für Rumänien, vierfacher Familienvater und leidenschaftlicher Läufer konnte der 1954 geborene Familienunternehmer mit Überzeugung dem Publikum seine Sicht auf das Thema „Ethisch erfolgreich wirtschaften“ vermitteln. Mit auf dem Podium zur Diskussion mit Herrn Hornbach waren unser amtierendes Geschäftsführender Ausschussmitglied Andreas Ritter, Deere & Company, sowie Dr. Jan Hendrik Quandt, Referent für Wirtschafts- und Unternehmensethik der Evangelischen Akademie der Pfalz.

Für den Frischluftfan und Herzblutschlagzeuger Albrecht Hornbach sind in seinen Baumärkten respektive „Ver-

kaufsmaschinen“, wie er Sie näher am Wort „Erfolg“ denn an „ethisch“ nennt, Kontinuität, klare Worte und viele Gespräche Teil der nachhaltig erfolgreichen Entwicklung. Eine freche und durchaus polarisierende Werbung trägt ihr Übriges dazu bei und auch der bekannte Slogan anderer Branchen „Geiz ist geil“, „...ich bin doch nicht blöd“ findet mit der Dauertiefpreisgarantie seine Übersetzung in den Hornbachkonzern.

Der Generationen übergreifende und nachhaltige Unternehmenserfolg lässt sich gemäß Herrn Hornbach auf genau 10 Erfolgsfaktoren zurückführen. Der Erste ist immanenter Bestandteil der Unternehmensgeschichte des Hornbachkonzerns – Familienunternehmen sein und bleiben – auch nach den Börsengängen. Der zweite Aspekt, seiner Ansicht nach eher typisch für mittelständische Unternehmen ist die Kommunikation durch flache Hierarchiestrukturen. Anders als Andere zu sein ist der Dritte Erfolgsfaktor, welche in einem vielfältigen Sortiment von mehr als 60.000 Artikeln und dem hohen Stellenwert von Fachkräften auf Seiten der Belegschaft gesichert wird. Der Kunde als Mittelpunkt oder Zentrum des eigenen Handelns wird ernst genommen, was sich in besten Bewertungen

beim Kundenmonitor Deutschland 2013 widerspiegelt, im Ranking klar auf Platz eins vor den Hauptwettbewerbern Globus und Bauhaus. Organisches Wachstum mit dem Gencode des Familienunternehmens geht streng vor Akquisitionen im Wettbewerbsumfeld, „die letzte Chance hierzu (Praktiker/ Max Bahr ) hat man bewusst ausgelassen“, so Albrecht Hornbach.

Fachkräfte spielen, wie bereits beim Erfolgsfaktor „Anders als Andere“ angeführt, eine wesentliche Rolle. „Wir suchen und finden intelligente, engagierte Mitarbeiter und Führungskräfte“, versichert Herr Hornbach. Die Lösung hierbei scheint Erfolgsfaktor Nummer 7 zu sein, auf eine gute Work-Life-Balance in der Belegschaft achten, auch bei den Führungskräften. Als Freund klarer Worte und vieler Gespräche darf der Faktor einer offenen, diskussionsfreudigen Kommunikation nicht fehlen, „...hohe Transparenz schafft Vertrauen“.

„Auch Werte wie Zuverlässigkeit und Heimatverbundenheit dürfen nicht fehlen“ führte Herr Hornbach aus, wobei es sich hierbei sowohl um eine Hol-, als auch eine Bringschuld zwischen den Beteiligten handelt. Erfolgsfaktor Num-

mer zehn sind an sich gleich mehrere, subsummiert unter dem Begriff „Gutes Unternehmen“. Hierunter versteht Herr Hornbach ein Unternehmen, welches Sicherheit gibt und den Fokus auf Horizonte, also Generationen, und nicht auf Geschäftsjahre hat. Ein Unternehmen, welches in Personalentwicklung investiert, ausbildet und auf angemessene Gehälter auch insbesondere in der Ausbildung achtet, mit einem funktionierenden Betriebsrat und klaren Leitlinien zum wertschätzenden Miteinander.

Alles in allem häre Ziele in Zeiten von Preiskampf, Globalisierung und hohen Staatsverschuldungen. „Und dennoch“, so Albrecht Hornbach, „sei dies realisierbar“. Bei der Sortimentsauswahl setzt man auf nachhaltige Rohstoffquellen und bietet beispielsweise beim Holz und bei Natursteinen nachhaltigere und bessere Qualität als der Wettbewerb, trotz rund 10% teurerer Einkaufspreise. Wie dann der Spagat zwischen Preis- und Qualitätsführerschaft nachhaltig auszuhalten bleibt, blieb offen.

„Als erfolgreicher Unternehmer muss man andere am Erfolg teilhaben lassen“, so Albrecht Hornbach. „Corporate Social Responsibility sei nicht nur, wie bei

manch anderen Unternehmen ein als Ablasshandel betriebenes Lippenbekenntnis durch z.B. Spenden, sondern zentraler Bestandteil der Unternehmenswerte.“ Exemplarisch führte Herr Hornbach hierzu die 2002 gegründete Hornbach Stiftung „Menschen in Not“ an. Von Seiten des Publikums und des Podiums wünschte man sich nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ noch mehr Transparenz über diese Themen, welches als Hausaufgabe vom unternehmerischen Musterschüler Albrecht Hornbach auch für die Zukunft versprochen wurde.

Im Rahmen der aktuellen moralischen Akzeptanzkrise prognostiziert Herr Hornbach für die Bedeutung des Themas „Nachhaltigkeit“ eine ähnliche Entwicklung wie die Bedeutung von „Qualität“ der vergangenen Jahre. Durch die zunehmende Digitalisierung sieht er einen Trend zurück in die Natur, was sicherlich zu einem Teil auch Wunschvater des Gedankens für den weiteren unternehmerischen Erfolg ist, zum anderen das Herz des Lauf- und Frischluftfanatikers höher schlagen lässt. Wertschätzung in der täglichen Arbeit und eine Stakeholder-Value-Orientierung werden die Hauptaufgaben erfolgreichen unternehmerischen Handelns der nächsten Jahre sein.

## Konzern Hornbach



Damals und ...

- 1877 Handwerksbetrieb gegründet in Landau in der Pfalz durch Michael Hornbach
- 1900 Sohn Wilhelm Hornbach erweitert durch eine Baumaterialienhandlung
- 1945 Umsiedlung nach Bornheim bei Landau, Aufnahme Produktion von Haus- und Gemeindecläranlagen
- 1968 erster kombinierter Bau- und Gartenmarkt durch Ottmar Hornbach in Europa
- 1980 Eröffnung des ersten großflächigen Bausupermarktes in Karlsruhe
- 1987 erstmaliger Börsengang mit rund 1.000 Mitarbeitern
- 1991 Expansion in Ostdeutschland, erster Standort in Dresden als größter in Deutschland und mit einem Drive In-Baustofflager ausgestattet
- 1993 erneuter Börsengang und Entstehung der Hornbach-Baumarkt AG
- 1996 Expansion ins Ausland mit Beginn in Österreich
- 2001 Generationswechsel, Albrecht Hornbach und sein Bruder Steffen übernehmen den Vorsitz des Vorstands der Hornbach Holding AG und der Hornbach-Baumarkt-AG
- 2006 Auszeichnung für hervorragende Managementleistungen mit den „Deutschen Handelspreis“ durch den Hauptverband des Deutschen Einzelhandels
- 2009 Hornbach goes Facebook
- 2010 „Hornbach kommt heim“, Startschuss für den Online-Verkauf

... heute

Umsatz 2011/ 2012 netto 3,2 Mrd. Euro // 15.000 Mitarbeiter in 138 Bau- und Gartenmärkten // Börsennotiertes Familienunternehmen in der fünften Generation



## International besser ankommen.

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



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](http://www.sparkasse-vorderpfalz.de). **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**



JCI Networking mit Head Trainerin Katja Mayer

JCI Networking Training am 16. April 2014

# Connecting people

// Text: Viktoria Bechtgold  
Bilder: Mareen Möller

Tag für Tag lernen wir jemanden kennen, schütteln Hände und tauschen Visitenkarten – doch wie viele dieser persönlichen und beruflichen Kontakte wandeln wir in nützliche Verbindungen um? Und viel wichtiger die Frage: Wie gelingt das am besten? Denn gutes Netzwerken will gelernt sein!

Der Mehrwert eines funktionierenden Netzwerks liegt vor allem darin, dass es ein Türöffner zu einem Pool an unterschiedlichen Fähigkeiten ist. Sei es, dass man eine wichtige Information auf dem „kurzen Dienstweg“ oder einen kurzfristigen Termin z.B. beim Steuerberater oder Friseur benötigt. Durch Kontakte wenden sich Situationen eher ins Positive. Der Erfolg der Gegenwart basiert dabei auf Kontaktaufbau und -pflege in der Vergangenheit. Das Investieren von Arbeit, Aufmerksamkeit und Energie in eine bestimmte Person zahlt sich in unterschiedlichster Ausprägung meist auch dann aus, wenn wir dies im Vorfeld noch nicht absehen.

Eines der fünf Strategien bzw. Ziele der Wirtschaftsjunioren ist das Knüpfen von Netzwerken. Aber machen wir beim Netzwerken alles richtig? Eines wissen wir bereits: Netzwerken ist gut und bringt allen Beteiligten Vorteile.

Noch unklar ist, wie sich Netzwerken planen lässt. Um dies zu lernen, bietet JCI regelmäßig auf nationaler und auch internationaler Ebene Networking Trainings an.

Am 16. April 2014 besuchten acht neugierige Wirtschaftsjunioren aus unterschiedlichen WJ Kreisen das JCI Networking Training. Ausgerichtet wurde das Seminar von dem AK BiWi der WJ Mannheim-Ludwigshafen. Ziel des Kurses war es zu lernen, wie man seine Kontakte in dauerhafte, zuverlässige und produktive Verbindungen und Beziehungen umwandelt. In drei kurzweiligen und trainingsreichen Stunden erlebten die Teilnehmer die engagierte und erfahrene Certified JCI Head Trainerin Katja Mayer, die die Grundlagen und Dynamik der Vernetzung erklärte.

Aber wie gelingt es nun, gute Kontakte in wertvolle Verbindungen umzuwandeln? Was muss man tun, damit aus diesen Verbindungen ein Mehrwert generiert wird? Und schließlich stand auch noch die Frage im Raum, wie diese Kontakte und die Teilnahme an JCI Aktivitäten genutzt werden können, um (s)einen guten Ruf aufzubauen und um ein Netzwerk von Verbindungen für die Zukunft zu schaffen.

In einer sehr netten und persönlichen Runde bot sich die Möglichkeit Antworten auf diese Fragen zu finden. In einem gelungenen Mix aus Theorie und Aktivitätsübungen hatten die Teilnehmer die Möglichkeit sich zunächst über das bereits bestehende Netzwerk bewusst zu werden. Schnell wurde klar, dass es bis zu 1.000 Kontakte sein können, über die wir in sozialen Netzwerken, Vereinen, Freundeskreis oder im beruflichen und familiären Umfeld verfügen. Viele dieser Kontakte bleiben jedoch oftmals ungenutzt oder ungepflegt. Die nächste Aufgabe der einzelnen Teilnehmer bestand dann darin 10 enge Kontakte aufzuschreiben. Die Wertigkeit der Kontakte wurde damit hinterfragt, ob diese entsprechenden Personen für den Teilnehmer in einer Notsituation alles stehen und liegen lassen würden. So zeigte sich auch, dass sich hinter diesen wertvollen Kontakten meistens sehr gute Freunde verbergen.

Um den Grundstein für ein umfassendes Netzwerk zu legen, wurde im Anschluss geübt, wie man auf andere Menschen zugeht, Kontakte aufbaut und andere dazu bringt, dass sie sich an einen erinnern. Denn häufig zählt der erste Eindruck. So bestand auch eine Übung darin, sein eigenes kurzes Vorstellungsbild

profil von lediglich 13 Sekunden so zu gestalten, dass man in den Köpfen seiner Gesprächspartner bleibt. Der Tipp von Katja Mayer: Anknüpfungspunkte schaffen, indem man seinem Gegenüber mitteilt, was man für die Person tun kann, um ihr zu helfen. Denn so erinnert sich der Gesprächspartner im übertragenen Sinne an dich als die Lösung für ein bestimmtes Problem.

Wenn du nun wissen möchtest, wie du Verbindungen aufbaust, die ein ganzes Leben halten und Nutzen bringen, dann empfiehlt sich, dies selber zu erfahren, zu erleben und zu üben. Wie, wo und wann? Beim nächsten JCI Networking Training. Melde dich dazu einfach bei [www.jci.cc](http://www.jci.cc) an. Dort findest du auch alle anderen JCI Trainings.



Niklas Kleber, Julia Oppinger, Jan Kleinehr, Katja Mayer, Barbara Dörsam, Mareen Möller, Barbara Wittich, Alexander Brodehl, Viktoria Bechtgold (von links)

**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  
Tel. 06241 4253-0 · Fax 06241 4253-99  
[info@druckhaus-fischer.de](mailto:info@druckhaus-fischer.de)



Henryk M. Broder zu Gast bei den Wirtschaftsunioren in Worms

## Hinter den Kulissen des Europäischen Parlaments

// Text: Alexandra Fischer

Bilder: Christian Kazempour

Bekannt dafür mit unpopulären Aussagen zu provozieren, veröffentlichte Henryk M. Broder im vergangenen Jahr sein Werk „Die letzten Tage Europas – Wie wir eine gute Idee versenken“.

In 15 Kurzgeschichten schildert Broder aus seiner Sicht, wie es um Europa wirklich steht. Hierzu wagt er einen Blick hinter die Kulissen des Europäischen Parlaments in Brüssel. Einen Ausschnitt wurde an diesem Abend bei den Wirtschaftsunioren Worms zum Besten gegeben. Aktueller könnte das Thema kurz vor der Europawahl nicht sein.

*Anhand von sehr pragmatischen Beispielen bringt Broder das „komplexe“ System der Europäischen Union auf den Punkt.*

Seine Informationen bezieht Broder dabei nicht aus Interviews mit selbsternannten Experten, die er als „anmaßend, präpotent und außerstande, ihre eigenen Grenzen zu erkennen“ bezeichnet. Und auch nicht aus geheimen Berichten, sondern aus öffentlich zugänglichem Material von Internetseiten des europäischen Parlaments.

Die sogenannte Glühbirnenverordnung, die zum 01. September 2012 in Kraft trat, war es, die letztendlich die Aufmerksamkeit Broders erweckte. Unter dem Vorwand des Umweltschutzes durch Energieeinsparung verordnete die EU kurzerhand, dass ab sofort nur noch Energiesparlampen zu verkaufen seien. Diese Einflussnahme der „Brüsseler Technokraten“ bzw. der dahinterstehenden Hersteller ging dem Schriftsteller eindeutig zu weit.

Ab sofort schaute er den Parlamentariern in Brüssel genauer auf die Finger



und deckte für sich (und manchem Gast an diesem Abend) so einiges auf. Sein besonderes Interesse gilt dabei regelmäßig dem Präsident des EU-Parlaments, Martin Schulz, aufgestiegen mit mehr Glück als Verstand vom jungen Bürgermeister der Stadt Würselen zum Präsidenten des EU-Parlaments. Obwohl dieser sich über den „Charakter des Projekts im Klaren ist. Wäre die EU ein Staat, der die Aufnahme in die EU beantragen würde, müsste der Antrag zurückgewiesen werden – aus Mangel an demokratischer Substanz.“

Die zahlreichen Hilfspakete und Schuldenschnitte vergleicht Broder mit einem Mietshaus, in dem viele Arbeitslose mit wenigen Gutverdienern zusammenwohnen. Vor dem Argument, man müsse den „Hausfrieden“ erhalten, werden die anfallenden Kosten „gerecht“ verteilt. So in etwa funktionieren die Zusammenhalt in der EU. Von diesen Häusern müsse man noch viel mehr schaffen, damit der Frieden in Europa gewährleistet werden kann. Dafür erhielt die EU 2012 auch den Friedensnobelpreis.

Welche Schulden die Staaten sich durch ihre Mitgliedschaft in der EU aufhalsen, könne kaum einer überblicken. Zu viele Nullen enthalte der geplante Haushalt der Union: eine Million Millionen Euro. In diesen Topf „zahlen alle Staaten et-

was ein und bekommen alle Staaten etwas heraus“. Die einen etwas mehr, die anderen etwas weniger. „Umfairteilung“ nenne man das.

An dieser Umfairteilung arbeiten immerhin 50.000 Beschäftigte der EU. Größtenteils „Ökonomen, Statistiker, Übersetzer, Netzwerker, Buchhalter, Juristen, PR-Berater, IT-Fachleute und jene Sorte von Alleskönnern die als Politiker bezeichnet werden.“ Aber setze man diese Zahl beispielsweise ins Verhältnis zu den Angestellten der Stadt Köln, die je nachdem wie man es betrachtet um die 18.500 Menschen beschäftigt, sei das doch gar nicht so viel. Immerhin lebten in Köln „etwas mehr als 1 Mio. Menschen, innerhalb der EU aber 500 Millionen.

### *Im Minutentakt werden im Parlament Abstimmungen vorgenommen.*

Dabei geben die Fraktionssprecher mittels Handzeichen an, wie die Abgeordneten zu entscheiden haben. In Abwesenheit von Regierungsfraktion oder Opposition. Über die Inhalte der Abstimmung sind die Parlamentarier nur selten informiert. Dies wäre ja auch fast ein Ding der Unmöglichkeit bei der Fülle an (unwichtigen) Entscheidungen.

Nun, uns allen wurde an dem Abend sehr deutlich vor Augen geführt, wie sehr sich die Idee einer europäischen Einheit verselbständigt hat. Es ist schön, ein einheitliches Europa zu haben, innerhalb dieser Grenzen sich der Europäer frei bewegen und Handel betreiben kann. Die Frage ist, zu welchem Preis.

In der anschließenden Diskussionsrunde wurde die Frage in den Raum geworfen, wo Broder die EU in 20 Jahren sehe: „Irgendwann wird die Europäische Unions-Idee in sich implodieren, weil sie auf Missverständnissen beruht und auf ungleichen Lebensverhältnissen aufgebaut ist. Doch verzweifeln Sie nicht. Es geht vorüber, es geht alles vorüber, auch die Europäische Union.“ Er empfiehlt, das System einmal anzuhalten, zu resümieren, in Frage zu stellen und neu zu justieren.

Ist Europa im Hinblick auf die Krim-Krise nicht etwas Gutes und Nützliches? Sicherlich. „Die EU brüstet sich damit, dass es innerhalb ihrer Grenzen in den letzten 70 Jahren keinen Krieg gab. Wie absurd ist das denn?“ „Die Diskussion war mir fast zu friedlich. Ich hätte mir ein wenig mehr Gegenwind gewünscht. Das bin ich nicht gewohnt.“ resümierte der Journalist am Ende der Veranstaltung. Herr Broder, gerne. Beim nächsten Mal.

# Neujahrsempfang

//Text: Birgit Fischer-Radtke  
Bild: Dr. Meinrad Vierling



Das Jahresprogramm der Wirtschaftsjunioren Worms steht. Zu unserem Neujahrsempfang präsentierte unsere diesjährige Sprecherin Alexandra Fischer ihr Programm, das unter dem großen allumfassenden Motto „digitale Daten“ steht.

Dabei versuchen er und seine Mitarbeiter, aus dem Verhalten und den Ansprüchen zu lernen. Kundenverhalten, Bankenlandschaft, Benutzerfreundlichkeit, Flexibilität, Kosteneffektivität und vieles mehr werden dabei hinterfragt und durchleuchtet.

Es war ein spannender, aber auch für viele ein überraschender Abend. Die Möglichkeiten, die uns die digitale Welt bietet, sind unvorstellbar. Wir benötigen Firmen wie die KOBIL Systems GmbH, um diese sicher zu machen.

Digitale Daten sind aus unserer Welt nicht mehr wegzudenken – Fluch und Segen zugleich. Wie sensibel dieses Thema ist, zeigte sich Ende des letzten Jahres. Die NSA-Affäre machte uns auf einen Schlag klar, wie durchsichtig und angreifbar wir durch die neuesten Techniken geworden sind. Was zu Beginn noch von unserer Regierung verharmlost wurde, stellte sich zum Schluß als handfester Skandal heraus. Wir alle sind gläsern! Wir sind nicht mehr anonym. Keine Nummer – nicht einer unter vielen. Wir sind nicht mehr „privat“. Von Persönlichkeitsrechten kann in dieser Welt nicht mehr die Rede sein.

*Wie sicher sind unsere Daten – private aber auch geschäftliche?*

Datensicherheit! Ein Thema mit dem sich unser Gastgeber, Herr Ismet Koyun, Gründer und Geschäftsführer der KOBIL Systems GmbH in Worms, seit mehr als 25 Jahren beschäftigt. KOBIL sichert die digitale Welt.

Herr Ismet Koyun gründete seine Firma 1989. Der Schwerpunkt lag hier auf der Sicherheit für PCs und den darauf befindlichen Daten. Als 2003 mIDentity präsentiert wird, hat die Firma KOBIL Systems GmbH das erste installationslose Chipkartenlesegerät für mobile Unternehmens- und Bankenwendungen entwickelt. Heute ist, die in Worms ansässige Firma, Marktführer in den Bereichen optische TAN-Generatoren und Zero-Footprint-Technologie.

Die Firma KOBIL Systems GmbH ist ein international tätiges Unternehmen mit 250 Mitarbeitern in Europa. Derzeit ist eine Erweiterung in Richtung USA in Planung. Herr Koyun machte uns an einigen Beispielen klar, welche Möglichkeiten sich durch die digitalen Daten ergeben.

*„Durch Innovationen  
Mehrwerte schaffen“ –  
so lautet das Firmen-Motto.*

Allerdings muss hinter neuen Geschäftsfeldern und somit auch neuen Vertriebskanälen ein hohes Maß an Sicherheitstechnik stecken.

Das Thema Datensicherheit wird uns noch das ganze Jahr begleiten. So möchte ich schon an dieser Stelle auf unseren Vortrag am 30. Juni hinweisen. Als Referent, zum Thema „Datensicherheit am Standort Deutschland“, dürfen wir Herrn Alexander Österle von der SAP AG begrüßen.

**BÜRO  
MIT ✓  
SYSTEM**

**Zeifelder**



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 auf unserer Homepage.

[www.zeifelder.de](http://www.zeifelder.de)

Floßwörthstraße 47 · 68199 Mannheim  
(MA-Neckarau – gegenüber Metro)  
Tel. (0621) 84215-0 · [info@zeifelder.de](mailto:info@zeifelder.de)

**BÜROEINRICHTUNGEN**

PLANUNG | FERTIGUNG | MONTAGE | SERVICE

## SIE WOLLEN IN IHREM UNTERNEHMEN ENERGIE UND RESSOURCEN EFFIZIENT EINSETZEN?

DANN SIND WIR FÜR SIE DER RICHTIGE ANSPRECHPARTNER.

### Wir verstehen uns als Kooperationspartner, der

- Sie wirklich unabhängig und technologieoffen unter technischen, wirtschaftlichen und unternehmerischen Gesichtspunkten berät,
- mit unterschiedlichen Technologien, Fördermöglichkeiten und Potentialen vertraut ist,
- aktuelle Methoden und Werkzeuge zur Lösung Ihrer Fragestellungen und Anforderungen zielgerichtet anwendet.



Dr. Justus Medgenberg  
Geschäftsführender Gesellschafter



Bauen & Sanieren



Unternehmen & Prozesse



Produkte & Innovationen

## WELCHEN ENERGIEVERBRAUCH HAT IHR UNTERNEHMEN?

Verschaffen Sie sich einen Überblick über Kosten und Einsparungspotentiale.

### UNSER ANGEBOT:

ERSTPROJEKT

**1–3 Tage**

BEZUSCHUSSUNG

bis zu **80%**

über KfW-Programm  
„Energieberatung  
Mittelstand“ \*

\* nach den Förderkriterien der KfW

WEITERE INFORMATIONEN UNTER:  0621 4018 4750  [info@aenergen.de](mailto:info@aenergen.de)

# Was ist sozial?



//Text und Bild: Mareen Möller

Mareen Möller, Bürgermeister Michael Grötsch, Christiane Ram, Martin Sloscharek (von links)

Im Vorfeld zur Veranstaltung „Kirche und Wirtschaft am Fluss“ (siehe Artikel in dieser Ausgabe a.a.O.), trafen sich am 26. März 2014 Mareen Möller und Martin Sloscharek als Mitglieder des Geschäftsführenden Ausschusses der WJ Mannheim-Ludwigshafen, begleitet durch den WJ-Geschäftsführer Ralf Schlindwein, mit Vertretern der Stadt Mannheim. Ziel war es, sich mit dem Mannheimer Bürgermeister für Wirtschaft, Arbeit, Soziales und Kultur Michael Grötsch und Frau Christiane Ram (Fachbereichsleiterin für Wirtschafts- und Strukturförderung) zu dem Thema „Was ist noch dran an der Sozialen Marktwirtschaft?“ auszutauschen. Im Raum stand die Frage: „Was ist sozial?“

Das Treffen begann mit einem Blick auf die aktuelle Situation der Stadt. Mit einer Arbeitslosenquote von 6% (1% bei unter den 25jährigen) herrscht in Mannheim nahezu Vollbeschäftigung.

Dennoch gibt es aktuelle Herausforderungen, der sich die Stadt laut Bürgermeister Grötsch stellen muss. Mannheim ist von der Zuwanderung von Menschen aus Südosteuropa im Vergleich zu anderen Städten Baden-Württembergs maßgeblich betroffen. Man muss berechtigt annehmen, dass dieser Zuzug anhält, da sich in den Herkunftsländern kaum Veränderungen ergeben. Nach Einschätzung führt die volle Freizügigkeit seit Anfang dieses Jahres zu grundlegenden Änderungen beim Bezug von Sozialleistungen, weil bereits eine geringfügige Beschäftigung einen Leistungsanspruch auslöst. Wir gehen davon aus, dass bis Ende 2014 rund 2.000 weitere Bedarfsgemeinschaften Anspruch auf Arbeitslosengeld II haben werden. Mannheim muss sich einer gewaltigen Integrationsaufgabe stellen. Im Zentrum unserer Bemühungen stehen verstärkte Maßnahmen zur Arbeitsmarktengliederung und Qualifikation. Um diese jedoch umfassend umsetzen zu können, werden dringend Bundesmittel benötigt.

Handlungsbedarf besteht derzeit ebenfalls bei der Unterbringung der in Mannheim lebenden Flüchtlinge. Das Land Baden-Württemberg prüft, in Mannheim eine Landeserstaufnahmestelle (LEA) für

Asylbewerber in der Pyramidenstraße einzurichten. In einer LEA werden Asylbewerber nach ihrer Ankunft vorübergehend für circa sechs bis acht Wochen untergebracht, bevor sie in einem nächsten Schritt einer anderen Kommune in Baden-Württemberg zugewiesen werden. Dies hätte zwei Vorteile: Die Stadt wird finanziell entlastet, da das Land Baden-Württemberg den noch bis Ende 2015 bestehenden Mietvertrag für die Immobilie in der Pyramidenstraße übernimmt, und wir haben die Möglichkeit, für die Flüchtlinge eine verbesserte Unterkunft zur Verfügung zu stellen. Aktuell leben 489 Flüchtlinge in Mannheim, die Leistungen nach dem Asylbewerber-Leistungsgesetz erhalten. Davon konnten wir bereits 195 Personen dezentral in Wohnungen unterbringen. Dies waren insbesondere Familien, für die somit eine angenehmere Wohnsituation als in der Gemeinschaftsunterkunft erzielt werden konnte. Derzeit leben noch 294 Personen in der Gemeinschaftsunterkunft. Eine Unterbringung dieser so genannten Bestandsflüchtlinge lässt sich für einen vorübergehenden Zeitraum im Benjamin-Franklin-Village realisieren.

Hinsichtlich der Wohnsituation von Flüchtlingen hat der Gesetzgeber erst kürzlich zum 1. Januar dieses Jahres die Mindestfläche pro Person von 4,5 Quadratmeter auf sieben Quadratmetern angehoben. Für die Flüchtlinge von großer Bedeutung war auch das Urteil des BVerfG vom 18. Juli 2012: Die Regelleistung wurde auf das Niveau des so genannten Hartz IV-Satzes angehoben und gleichzeitig der Vorrang der Sachleistungsversorgung aufgehoben. Die äußeren Umstände wirken wenig sozial. Aus Sicht des Flüchtlings sorgen jedoch oftmals selbst diese Umstände im Vergleich zu der unsicheren Situation seines Heimatlandes für ein sicheres Lebensverhältnis.

Dieses Thema abschließend und beziehend auf den großen Umfang des Sozialbereichs wechselte Bürgermeister Michael Grötsch in sein nächstes Aufgabengebiet, die Kultur: „Der Kulturbereich ist ein sozialer Faktor, aber auch ein wirtschaftlicher. Die Stadt bezahlt dafür, dass Künstler sich selbst verwirklichen können,

obwohl Kunst oft nicht bezahlt wird.“ Es geht darum, Voraussetzungen zu schaffen, damit professionelle Künstler verschiedener Sparten für ihr künstlerisches Schaffen geeignete Rahmenbedingungen haben. Weitreichende Fragen sind in diesem Zusammenhang zu klären: Welche Förderung ist sozialer, welche notwendiger? Ist es sozial, wenn sich ausschließlich auf die kulturellen „Leuchttürme“ konzentriert wird und kleinere Projekte außen vorgelassen werden? Ist die Förderung nach Bedarf zu orientieren (Nationaltheater vs. kleine Theater)? Diese und viele weitere Fragen sind für eine adäquaten Kulturförderung zu klären. Es geht darum, im Rahmen einer inhaltlichen Diskussion über kulturpolitische Ziele, Prioritäten zu setzen. Sicherlich resultiert dies darin, dass sich einzelne Gruppen benachteiligt fühlen, wenn gleich wir versuchen dabei unterschiedlichen Wünsche und Bedarfe zu berücksichtigen

Auch der Wechsel zu den nächsten Themen „BUGA 2023“ und „Kulturhauptstadt 2025“ brachte keine abschließende Antwort auf die Frage „Was ist sozial?“. Wie bei Flüchtlingen und Künstlern werden auch bei diesen avisierten Projekten wieder Umzüge (u.a. von Aubuckel, Kleingärten und Sportanlagen) notwendig, die die Betroffenen als unsozial bewerten. Beantwortet werden kann sicherlich die Frage nach dem sozialen Aspekt einer Entscheidung und der daraus resultierenden Handlung. Wenn es jedoch um eine Gegenüberstellung verschiedener Projekte und die damit verbundene Bewertung der Kosten geht, ist diese Frage meist nur noch schwer zu klären. Unterschiedliche Betrachtungsmöglichkeiten führen zu unterschiedlichen Meinungen, das aber nicht ausschließlich. „Was ist sozial?“ ist eben nicht nur eine Sache der Perspektive, sondern eben immer auch eine Frage der Nachhaltigkeit und der damit verbundenen langfristigen Sichtweise.

Mit diesem Wissen waren die beiden Vertreter der WJ Mannheim-Ludwigshafen gewappnet für ihre anstehende Moderation der Veranstaltung „Kirche und Wirtschaft am Fluss“ mit dem Thema „Was ist noch dran an der Sozialen Marktwirtschaft?“.



## Partnerschaftlich begleiten, professionell beraten

... 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 zwei Notare bieten Ihnen an unseren Standorten in Mannheim, Frankfurt und München eine umfassende und kompetente Beratung in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Schwerpunkte unserer Tätigkeit sind das Gesellschaftsrecht, das Arbeitsrecht, der Gewerbliche Rechtsschutz und das Öffentliche Recht. Darüber hinaus beraten wir Sie zielorientiert bei der Finanzierung und Restrukturierung Ihres Unternehmens sowie bei der rechtlichen und steuerlichen Gestaltung Ihrer Vermögens- und Unternehmensnachfolge. Unsere Steuerberatungsgesellschaft komplettiert das Angebot einer umfassenden Beratung.

Die entschiedene Vertretung unserer Mandanten – auch im gerichtlichen Verfahren –, unsere Branchenkenntnisse sowie der klare Blick für die wirtschaftlichen Zusammenhänge gewährleisten eine Beratung in Ihrem Interesse und im Interesse Ihres Unternehmens – regional, überregional und international.

**Kompetent. Vor Ort.**

RITTERSHAUS Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft  
[www.rittershaus.net](http://www.rittershaus.net)

RITTERSHAUS – seit 45 Jahren in  
Mannheim eine feste Größe – seit über  
10 Jahren in der „Eastsite“ zuhause.

**MANNHEIM**  
Harrlachweg 4  
68163 Mannheim  
Telefon: 06 21/42 56-0  
Fax: 06 21/42 56-250  
E-Mail: [ma@rittershaus.net](mailto:ma@rittershaus.net)

**FRANKFURT**  
Mainzer Landstraße 61  
60329 Frankfurt am Main  
Telefon: 069/27 40 40-0  
Fax: 069/27 40 40-250  
E-Mail: [ffm@rittershaus.net](mailto:ffm@rittershaus.net)

**MÜNCHEN**  
Maximiliansplatz 10, Im Luitpoldblock  
80333 München  
Telefon: 089/12 14 05-0  
Fax: 089/12 14 05-250  
E-Mail: [muc@rittershaus.net](mailto:muc@rittershaus.net)



**RITTERSHAUS**  
Rechtsanwälte

Was ist noch dran an der

# Sozialen Marktwirtschaft?

// Text: Thomas Löffler, Mareen Möller

Bild: Kirsten de Vos

Unter der Fragestellung „Was ist noch dran an der Sozialen Marktwirtschaft?“ hatte der kirchliche Dienst in der Arbeitswelt in Zusammenarbeit mit der Evangelischen Kirche Mannheim zu einem Dialog mit Verantwortlichen aus der Wirtschaft am 7. April 2014 ins Bootshaus am Neckar eingeladen. Über 80 Personen aus dem Wirtschaftsleben in Mannheim und in der Metropolregion waren der Einladung zum neuen Veranstaltungsformat „Kirche und Wirtschaft am Fluss“ gefolgt und sie sollten es nicht bereuen.

Thomas Löffler, Wirtschafts- und Sozialpfarrer der Evangelischen Kirche Mannheim, organisierte mit seinem Team diese Veranstaltung. Im Vorfeld stimmte er sich mit den beiden Mitgliedern des Geschäftsführenden Ausschuss der Wirtschaftsjunioren Mannheim-Ludwigshafen Mareen Möller und Martin Sloscharek ab, die die Moderation des Abends übernahmen. Sieben weitere Wirtschaftsjunioren aus Mannheim-Ludwigshafen und der Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar Herr Dr. Axel Nitschke waren anwesend.

Der bekannte und glänzend aufgelegte Wirtschaftsethiker und ehemalige Ratsvorsitzende der Evangelischen Kirche Deutschland, Wolfgang Huber fesselte sein Auditorium von Beginn an. In Form einer „Zeitansage“ – dieser Titel wurde im Zusammenhang mit der laufenden Reformationsdekade bewusst gewählt – formulierte er seine Antwort zur Zukunftsfähigkeit der Sozialen Marktwirtschaft. Diese war als wirtschaftliches Erfolgsmodell nach dem Krieg, wesentlich durch den Ordoliberalismus der katholischen Soziallehre und der evangelischen Sozialethik mitentwickelt worden. Hervorzuheben ist dabei das Prinzip der verantworteten Freiheit, d.h. dass Einzelne verantwortlich über wirtschaftliche Güter verfügen können, um menschliche Gemeinschaften zu fördern. Dieses Prinzip wurde in die Debatte über die richtige Wirtschaftsordnung von der evangelischen Sozialethik eingebracht und gilt somit als einer der Eckpfeiler für die soziale Marktwirtschaft.

In einer Tour d'Horizon zeigte Huber die Geschichte, aber auch die gegenwärtigen Probleme der Sozialen Marktwirtschaft

auf. Sah sich diese Wirtschaftsordnung als ein Mittel zur Erfüllung ethisch definierter Aufgaben an, denn sie sollte die Vorteile der freien Marktwirtschaft mit denen des Sozialstaates zusammenbringen, so sieht sie sich heute dem Spagat zwischen dem Festhalten und dem Ausgehöhlt werden konfrontiert. Durch Globalisierung und Digitalisierung habe sich das Wirtschaftshandeln vollständig verändert. Die Frage, die sich daher für viele stellt ist, ob das sozial orientierte Unternehmer-Ethos im Sinn des „ehrbaren Kaufmanns“ überhaupt noch zielführend und nicht eher hinderlich für das Geschäft ist. Betrachte man die Finanzmärkte, so ist Geld nicht mehr nur Mittel zum Zweck, sondern zum Selbstzweck (aus Geld mehr Geld zu machen) degradiert.

Der Chef der britischen Notenbank, Mervin King, hat den wichtigsten Satz zur Debatte der ganzen Finanzkrise geprägt: „Too big to fail is too big.“ Wer zu groß ist, um Pleite gehen zu können in einer Marktwirtschaft, ist zu groß. Und so gibt es immer die großen Verlierer, nämlich der einfache Anleger, Kleinsparer, Steuerzahler. Sie erwarten minimale Renditen und hohe Steuern als Ausgleich für Bankrott gehende Banken. Um auf die soziale Marktwirtschaft zurück zu kommen: Der verantwortungslose Umgang mit Geld und die Verlagerung des Verlustes auf die nicht verursachenden Bürger, gefährden das sozialethische Prinzip der verantworteten Freiheit und trägt somit zur Aushöhlung der sozialen Marktwirtschaft bei.

Wenn aber soziale Verantwortung wirtschaftlichen Handelns in der Rendite liegt, die dem Gemeinwohl dient, dann sollte es nicht auf quantitatives Wachstum sondern laut Huber auf qualitatives Wachstum ankommen. „Diese Wirtschaft tötet“ (Papst Franziskus) wurde in diesem Zusammenhang auch von Herrn Huber zitiert. Er betont allerdings dabei, dass es



Publikum im Bootshaus in Mannheim

sich um die wirtschaftliche Ausprägung Argentiniens handelt, wo ganze Bevölkerungsgruppen aus dem Wirtschaftsleben ausgeschlossen sind. Folge davon ist laut Huber, dass „sie nichts mehr hören und nicht mehr gehört werden und sich somit auch nicht dem Evangelium öffnen können“. Die Forderung nach Inklusion (Einschluss dieser Menschen) sollte somit ein wichtiges Ziel dieses Staates sein.

Nach Huber gibt es aber zur Sozialen Marktwirtschaft nicht wirklich eine Alternative, da sie als einziges Wirtschaftsmodell den Menschen und seine Arbeit im Fokus des Handelns sieht. Dieses würde allein den sozialen Frieden und eine Generationen übergreifende soziale Gerechtigkeit bewirken. Ausgehend vom biblischen Menschenbild und den reformatorischen Anstößen von Martin Luther, besonders aber von Johannes Calvin, wird eine protestantisch verstandene Wirtschaftsethik, so Huber, immer auch die Verantwortung für das Gemeinwohl im Blick haben. Unter diesem Aspekt

seien auch die gegenwärtig geführten Debatten um Mindestlohn und Rentenalter zu bewerten. So gesehen sei das Modell der Sozialen Marktwirtschaft also noch lange nicht am Ende!

Mareen Möller und Martin Sloscharek übernahmen dann die Aufgabe, den Dialog mit dem Referenten zu führen. Sie diskutierten mit ihm vor allem über die zunehmende, neudeutsch „Finanzialisierung“ genannte Ökonomisierung des Lebens, die bis in den Alltag der Menschen hineinreicht, und welche Konsequenzen das für die soziale Verantwortung der Unternehmen bedeutet. Wichtig sei, so fasste es Mareen Möller am Schluss

sinngemäß zusammen, als Mindestkonsens mit nach Hause zu nehmen, dass jeder in seinem Unternehmertum eine große Verantwortung für die Mitarbeiter, wie für die Gesellschaft hat.

Dekan der Evangelischen Kirche Ralph Hartmann, Herr Löffler und die Wirtschaftsunioren waren überaus zufrieden mit dieser Auftaktveranstaltung von „Kirche und Wirtschaft am Fluss“. Wenn alles nach Plan läuft, soll es bis zum Reformationsjubiläum 2017 jedes Jahr eine weitere „Zeitansage“ geben, bei der die beiden eher ungleichen Partner Kirche und Wirtschaft miteinander über ethische Grundsatzfragen ins Gespräch kommen.

#### Prof. Wolfgang Huber

Prof. Wolfgang Huber ist einer der bekanntesten „Kirchenmänner“ Deutschlands und gilt als Vordenker in ethischen Fragen. Von 1994 bis 2009 war er Bischof der Landeskirche Berlin-Brandenburg-schlesische Lausitz; davon sechs Jahre auch Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche in Deutschland.



“Die konsequente Nutzung der neuen Medien ist nicht nur bei den Wirtschaftsunioren ein Erfolgsfaktor.

Mit und für unsere Kunden entwickeln wir stets den maßgeschneiderten Mix aus modernen Kommunikations-Tools und -Strategien.”

*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](http://www.DPCon.de)

# Mediation – Der Weg zur konstruktiven Konfliktlösung

//Text: Christian Kazempour

„Kennen Sie den Unterschied zwischen Mediation und Meditation?“, fragte Maria Holm Mediatorin und Ausbilderin am Heidelberger Institut für Mediation bewusst provokant in die Runde? Nun ja, zwischen Mediation und Meditation vielleicht, aber beim Unterschied zwischen Schlichtungsverfahren und Verhandlung auf Interessenebene oder zwischen Coaching und Therapie - da wird es schon komplizierter.

Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, eskalierte Konflikte auszutragen, wobei Gerichtsverfahren und Verhandlungen vor Schlichtungsstellen sicherlich derzeit in Deutschland noch die gebräuchlichsten Verfahren sind. Während man bei den vorgenannten Methoden die Entscheidungsgewalt auf einen am Konflikt nicht Beteiligten überträgt, einen Richter oder Schiedsmann beispielsweise, gehen Mediatoren davon aus, dass die Konfliktparteien die Lösung ihres Konflikts in sich tragen. Der Mediator bietet den Streitparteien, den Medianten, einen geschützten Raum, ein strukturiertes Verfahren und die Möglichkeit eigenständig Ideen und Optionen zu entwickeln, die dauerhaft tragfähig sind.

Mediation ist kein schnelles Verfahren, es sind mehrere Sitzungen nötig, auf die sich die Beteiligten freiwillig einlassen. Die Stundensätze der Mediatoren liegen

regelmäßig bei 200,- Euro, teilweise darüber, wieso also einen derartigen Aufwand betreiben? Das Argument, dass Mediation immer noch kostengünstiger sein kann als ein Gerichtsverfahren, greift hier sicher zu kurz. Frau Holm geht daher differenziert auf unterschiedliche Arten von Konflikten ein. Sie verdeutlicht, dass nicht jedes Verfahren für jeden Konflikt geeignet ist. So könne man beispielsweise rein monetäre Forderungen vielleicht besser gerichtlich betreiben und Streitigkeiten aufgrund mangelnder Führungsqualitäten durch ein gezieltes Coaching entschärfen. Die Mediation bietet jedoch immer dann große Vorteile, wenn Konfliktparteien auch in Zukunft miteinander zu tun haben oder gar aufeinander angewiesen sind oder wenn alle Beteiligten eine faire Lösung wollen, ohne das Tischtuch zu zerschneiden. Viele Mediatoren haben sich deshalb gezielt auf Familienkonflikte rund um Trennung, Scheidung und Erbe spezialisiert.

Frau Holm unterstreicht, dass es gerade im Bereich der Wirtschaft Situationen gibt, in denen Mediation sinnvoll und zielführend sein kann, sei es bei Fragen der Unternehmensnachfolge, bei Generationskonflikten in Familienbetrieben oder wenn es zwischen Mitarbeitern bzw. Abteilungen knirscht. Die Erfahrung hat Frau Holm gelehrt, dass die meisten Streitigkeiten neben der sachlichen im-

mer eine starke persönliche Komponente beinhalten. Es sei deshalb wesentliche Aufgabe des Mediators, die tatsächlichen Interessen der Medianten heraus zu arbeiten. Dies Sorge für ein besseres Verständnis des Anderen und eröffne oft gänzlich neue Lösungswege.

Anhand eines konkreten Fallbeispiels erläuterte Frau Holm die unterschiedlichen Phasen der Mediation. Es sei wichtig, sich gerade am Anfang Zeit zu nehmen, um den Konflikt in seiner gesamten Komplexität zu erfassen und sich nicht vorschnell auf Lösungssuche zu begeben. Für eine erfolgreiche Mediation seien aus ihrer Sicht etwa 3 bis 6 Sitzungen à 2 Stunden erforderlich, wobei zwischen den einzelnen Sitzungen einige Tage liegen sollten. Dies habe häufig den positiven Effekt, dass sich das Verhältnis der Medianten zu einander verbessert und der Umgangston sowie das Verständnis für die jeweils andere Partei nimmt eine positive Entwicklung.

Im optimalen Fall ist das Ergebnis eine „win win“ Situation, nämlich dann, wenn die Parteien feststellen, dass es Lösungen gibt, die im Interesse aller liegen. An Mastercard angelehnt würde es dann wie folgt lauten: Mediatorenhonorar 2000,- Euro, Fahrtkosten 60,- Euro, den Konflikt eigenverantwortlich gelöst zu haben – unbezahlbar.

**GHI** RECHTSANWÄLTE  
GÖRITZ  
HORNUNG  
IMGRUND

## Ihre Rechtsanwälte für

- Markenrecht
- Urheberrecht
- Wettbewerbsrecht
- Internetrecht
- IT-Recht
- Medienrecht
- Musikrecht
- Kartellrecht
- Designrecht
- Domainrecht

### GHI Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft

Christoph Göritz Rechtsanwalt, Fachanwalt für IT-Recht | Klaus Hornung Rechtsanwalt, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz | Patrick Imgrund Rechtsanwalt

Beethovenstraße 22 | 68165 Mannheim | Telefon 0621 4303-115 | info@ghi-rechtsanwalte.de

[www.ghi-rechtsanwalte.de](http://www.ghi-rechtsanwalte.de)

BGB? AGB? WWW? GHI.





**Raus ins Grün.....**

**Golfschnupperkurse** speziell für Einsteiger oder die **Premium Platzreife**, für all diejenigen, die es wissen wollen. Alle Kursangebote finden Sie auf

**[www.gutneuzenhof.de](http://www.gutneuzenhof.de)**

Unser besonderes Angebot für Mitglieder der  
Wirtschaftsjunioren:

**10% Nachlass auf Schnupperkurse**

Buchbar bis 30.06.2014

**Gerne planen wir auch Ihr Event:**

Ab 4 Personen erstellen wir Ihnen gerne ein persönliches Angebot zu individuellen Terminen.

Begeistern Sie Ihre Kunden und Mitarbeiter mit der  
**Trendsportart Golf!**

**Ihre GolfAcademy Gut Neuzenhof**

# Wie funktioniert das Zusammenspiel von Medien und Politik?

//Text: Dr. Justus Medgenberg

Wie funktioniert das Zusammenspiel von Medien und Politik, wie funktioniert Politik hinter den Kulissen und was ist das besondere an einer Marketingstrategie für einen Politiker im Wahlkampf? Diesen und anderen spannenden Fragen ging der Arbeitskreis Kritisches Engagement in der Politik (KEP) in seiner Arbeitskreissitzung am 20. März 2104 nach.

## Einblick in das politische System der Parteien von einem Insider

Für den Diskussionsabend hatte der KEP den Experten Volker Klemm eingeladen, der mit seiner Marketingagentur complot in Mainz jahrzehntelange Erfahrung im Marketing von Politikern im Wahlkampf hat. Volker Klemm gab den Mitgliedern des KEP an diesem Abend zunächst einen interessanten und kritischen Einblick in die Organisation von politischen Parteien und die sich daraus ergebende Sozialisation der politischen Akteure. So charakterisierte er politische Parteien als im Wesentlichen selbstreferentielle soziale Systeme. Dies wiederum hat Auswirkungen auf die typischen politischen Karrieren und auf die typischen Akteure, die im politischen Umfeld Erfolg haben. Hieraus, so erfahren die Mitglieder des KEP, ergeben sich dann beson-

dere Randbedingungen für das Marketing von Politikern z.B. im Wahlkampf. Außerdem erklärt dies, weshalb langfristig wirksame politische Strategien häufig nicht vorhanden sind.

## Wahlkampfstrategie und Politikermarketing

Anhand des konkreten Beispiels eines Wahlkampfes aus der jüngeren Vergangenheit beschrieb Herr Klemm eine erfolgreich umgesetzte Marketingstrategie für einen Kommunalpolitiker. Aus Marketingsicht liegt eine Besonderheit z.B. in dem Fehlen einer klar definierten Zielgruppe. Der Wähler als Zielgruppe ist üblicherweise heterogen und kann im Bereich der Volksparteien nicht weiter differenziert werden. Ebenso werden Wahlen zu großen Teilen durch nicht rationale Entscheidungsvorgänge bei den Wählern entschieden. Hingegen sind inhaltliche Fragen in der breiten Wählerschaft eher von geringerer Bedeutung. Ansatzpunkte für eine aktive Marketingstrategie ist daher eher der Wunsch vieler Wähler den Wahlgewinner unterstützt zu haben.

## Wahlkampf am Beispiel

Für das konkret gestellte und diskutierte Beispiel bestand die Strategie in

der positiven und personalisierten Positionierung des Kandidaten in der Wählerschaft. Dies wurde mit einer bewusst kommunizierten Trennung zwischen dem kommunalen und bundespolitischen Wahlgeschehen verbunden. Am Beispiel der Wahlplakate erläuterte Herr Klemm die Reduktion der Kernbotschaften auf nur wenige Elemente und zeigt, welchen geringen Einfluss inhaltliche Botschaften haben. Anhand eines Beispiels erläuterten die Mitglieder des KEP, wie ein taktischer Fehler des Wahlkampfgegners zum eigenen Vorteil genutzt werden konnte. Letztendlich ging die Strategie für den geschilderten Fall auf und der Kommunalpolitiker konnte trotz schlechter Ausgangslage die Kandidatur für sich entscheiden.

Der KEP bedankt sich sehr herzlich bei Herrn Klemm für den interessanten Abend und die Einblicke in Mechanismen unseres politischen Systems. Die Erkenntnisse helfen zum einen, die Wahrnehmungen aus dem politischen und gesellschaftlichen Alltag besser einzuordnen, machen aber zum anderen auch an einigen Stellen nachdenklich über die langfristige Stabilität und Wirksamkeit unseres politischen Systems.



## 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

# Activity Guide 2014

## Mai 2014

28.05.	MALU	Kreis	EMT Reykjavík (Island) – 5 Tage
29.05.–01.06.	HD	Kreis	International Multi Twinning – Heidelberg

## Juni 2014

04.06.	MALU	Kreis	Zukunft des Start Up Unternehmen Jungfeld, Referent: Maria Pentschev
05.06.	MALU/WO	Kreis	WJ Kart Challenge
11.–15.06.	WJ	WJ	European Conference (EUKO) Malta
26.06.	MALU	Kreis	Starter-Academy
30.06.	WO	WJ	Datensicherheit am Standort Deutschland, Referent: Alexander Österle, SAP AG

## Juli 2014

03.07.	MALU	Kreis	Zukunft der Produktion/Technik, Referent: Dr. Bernhard Haas
09.07.	HD	Kreis	Vortrag Christian Wewezow
10.–13.07.	WJ	WJ	German Academy (GA) in Baden-Baden
11.–13.07.	WJ	WJ	Landeskonzferenz Baden-Württemberg – 3 Tage
24.07.	WO	WJ	Besuch der Nibelungenfestspiele Worms

## August 2014

01.–03.08.	WJ	WJ	Landeskonzferenz Rheinland-Pfalz – 3 Tage
03.–07.08.	WJ	WJ	European Academy (EA) Schweden, Göteborg
10.08.	WO	Kreis	Pfalzwanderung zum Zeter Berghaus Neustadt-Diedesfeld

## September 2014

01.09.	WO	WJ	Backfischfeststammtisch
28.09.	WO	WJ	Weinlese im Weingut Spohr

## Oktober 2014

02.–05.10.	WJ	WJ	WJ – Teamführungsakademie (TFA)
11.10.	WO	WJ	Ball der Wormser Wirtschaft und 60-jähriges Jubiläum
29.10.	MALU	Kreis	Die Zukunft der Gesellschaft, Referent: Dr. Natalie Knapp

### Legende:

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

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

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

# Wirtschaftsjuniorenkreise der Metropolregion

## Mannheim-Ludwigshafen

www.wirtschaftsjunioren.org

### Geschäftsführender Ausschuss 2014/15

#### Andreas Ritter

Telefon 0621.82 91 110  
ritterandreas@johndeere.com

#### Mareen Möller

Telefon 0621.76 03 94 63  
moeller@burnouting.de

#### Martin Sloscharek

Telefon 0171.83 02 408  
martin.sloscharek@sparkasse-heidelberg.de

#### Knut Allendorf

Telefon 06206.93 03 502  
knut.allendorf@volksbanking.de

### Arbeitskreis Internationales

#### Patrick Imgrund

Telefon 0621.43 03 115  
imgrund@ghi-rechtsanwaelte.de

#### Andreas Brohm

Telefon 06201.98 62 80  
a.brohm@iperdi.de

### Arbeitskreis Bildung und

#### Wirtschaft

#### Florian Kopp

Telefon 0176.30 03 93 00  
fk@kdkgmbh.de

#### Martina Bocka

Telefon 0621.87 20 68 972  
martina.bocka@sbk.org

### Kritisches Engagement in der Politik

#### Dr. Justus Medgenberg

Telefon 0621.45 92 140  
j.medgenberg@aenergen.de

#### Marcus Geithe

Telefon 0162.33 33 079  
marcus.geithe@mannheim.de

### Unternehmensführung und Organisation

#### Dr. Andreas Guldán

Telefon 0621.41 09 833  
andreas.guldán@keiper-co.de

#### Stefanie Strebel

Telefon 0621.30 97 89 10  
stefanie.strebel@ks-agrar.de

## Heidelberg

www.wj-hd.de

### Kreissprecher 2014

#### Tobias Tontsch

Telefon 0179.51 42 950  
tobias.tontsch@gmail.com

### Stellv. Kreissprecher 2014

#### Oliver Peters

Telefon 06221.43 41 60  
opeters77@hotmail.com

### Past President 2014

#### Stefanie Kübler

Telefon 0160.90 81 97 69  
stefanie.kuebler@sap.com

### Ressort Projekte im Neckar-Odenwaldkreis (PriNOK)

#### Patrick Saffenreuther

Telefon 06261.80 41 500  
patrick.saffenreuther@vb-mosbach.de

### Ressort Internationales

#### Carsten Frost

Telefon 06221.60 44 38  
frost@walter-rechtsanwaelte.de

### Ressort Soziales

#### Johannes Fuhs

Telefon 06221.4793-0  
johannes.fuhs@lamm-heidelberg.de

### Ressort Schule

#### Carsten Lackert

Telefon 06221.89 53 428  
carsten.lackert@gmx.de

### Ressort Mitglieder

#### Steffen Friedl-Schneider

Telefon 06221.89 53 426  
steffen.friedl-schneider@mlp.de

## Worms

www.wj-worms.de

### Kreissprecherin

#### Alexandra Fischer

Telefon 06241.97 50 34  
info@versicherungsmakler-voll.de

### Stellv. Kreissprecher

#### Thomas Hames

Telefon 06241.93 52 47  
thomas.hames@emf-worms.de

### Vorstandsmitglieder

#### Stefan Hammel

s.hammel@hammel-worms.de

#### Christian Kazempour

ck@kanzlei-worms.de

#### Birgit Fischer-Radtke (Förderervertreterin)

birgit@fischer-radtke.de



## Nachfolgeorganisationen

### Freundeskreis 58 der

#### Wirtschaftsjunioren MA-LU

#### Dietmar Pohlmann

Telefon 0621.85 09 30  
dp@dpcon.de

#### Klaus Sauerheber

Telefon 0621.72 41 94  
khs-schumacher@t-online.de

#### Mario Radovan

Telefon 06321.39 730  
m.radovan@radovan-consulting.de

### Club 44 plus

#### Rolf-Peter Thomas

Telefon 07261.12 470  
e-rp.thomas@web.de

#### Eberhard Keil

Telefon 06205.37 486  
bliemchen.keil@freenet.de

## Geschäftsstellen der Industrie- und Handelskammern (IHKs)

### IHK Rhein-Neckar in Mannheim

#### Ralf Schlindwein

Telefon 0621.17 09 286  
ralf.schlindwein@rhein-neckar.ihk24.de

### IHK Pfalz in Ludwigshafen

#### Frank Panizza

Telefon 0621.59 04 19 30  
frank.panizza@pfalz.ihk24.de

### IHK Rhein-Neckar in Heidelberg

Hans-Böckler-Straße 4  
69115 Heidelberg

#### Olga Miller

Telefon 06221.90 17 680  
olga.miller@wirtschaftsjunioren-hd.de

### IHK Rheinhessen

Rathenaustraße 20  
67547 Worms

#### Verena Kissel

Telefon 06241.91 17 45  
verena.kissel@rheinessen.ihk24.de



## Sie schützen den Datenschatz im Unternehmen...

### ...mit dem CEMA Online-Backup Service!

Der Kunde legt fest, welche Dateien in welchen Intervallen – stündlich, täglich oder wöchentlich – gesichert werden sollen.

Die Datenübertragung erfolgt über sichere VPN Leitungen. Automatisch und mehrfach verschlüsselt werden die Daten in das Rechenzentrum in Frankfurt/Main auf die von der CEMA betriebene IT-Infrastruktur gespeichert. Regelmäßige Sicherheitsaudits sind selbstverständlich.

Um den Bedarf an Speicherplatz zu senken, wird das Datenvolumen automatisch dedupliziert und komprimiert.

**„Die Unternehmen erhalten ein deutlich  
höheres Maß an Sicherheit und das bei  
stark reduziertem internen Aufwand.“**

**Kontaktieren Sie uns!**

**Jetzt anmelden!  
Zum IT.forum  
„Big Data Effekte“  
über: [www.cema.de](http://www.cema.de)**

**mannheim@cema.de**  
Tel.: (0621) 33 98-300  
**stuttgart@cema.de**  
Tel.: (07152) 901 67-0  
**ITSC@cema.de**  
Tel.: (0621) 33 98-400



**CEMA GmbH Spezialisten  
für IT Services**

[www.cema.de](http://www.cema.de), [shop.cema.de](http://shop.cema.de)



# EASTSITE VI

---

MANNHEIMS ERSTE ADRESSE  
FÜR MODERNE BÜROARCHITEKTUR

Die B.A.U. Bauträgergesellschaft ist einer der größten privaten Bauträger in Mannheim. Seit mehr als 25 Jahren realisieren wir exklusive Bauprojekte in der gesamten Region.

- Bezugsfertig: voraussichtlich Juli 2014
- 3.340 m<sup>2</sup> auf fünf Etagen
- Flexible Büroflächen von 150 m<sup>2</sup> bis 2.100 m<sup>2</sup>
- Geeignet für Büros, Praxen, Labors, etc.
- Tiefgarage und Außenparkflächen
- Geothermie und kontrollierte Lüftung
- Bauteiltemperierung für Kühlung und Heizung



**B.A.U.**

BAUTRÄGERGESELLSCHAFT MBH

[WWW.BAU-MANNHEIM.DE](http://WWW.BAU-MANNHEIM.DE)

SECKENHEIMER LANDSTRASSE 2 • 68163 MANNHEIM • TEL: 0621.418 95 - 0