

WIRTSCHAFT

ZWISCHEN NORD- UND OSTSEE



Schleswig-Holstein
Flensburg-Kiel-Lübeck

11+12/2023 · NOVEMBER+DEZEMBER



Titelthema: **Innovativer Handel**

Erfolgsfaktor

Käuferlebnis



Wirtschaft digital lesen?
www.ihk.de/sh/magazin

Stationärer Handel:
An der Kasse ist der Kunde König

Meldung von Missständen:
Hinweiserschutzgesetz



DER NEUE VOLL- ELEKTRISCHE eCITAN.

Feels giant.

Außen voll kompakt, innen voller Energie. #FeelsGiant
Erfahren Sie mehr bei Ihrer Mercedes-Benz Niederlassung
Lübeck oder unter [mercedes-benz.de/ecitan](https://www.mercedes-benz.de/ecitan)

Jetzt Beratungstermin vereinbaren

Telefon 0451 4500 201



Wege aus dem Fachkräftemangel – Frauen als größte Chance

VON ANJA PLEUS

Ein Thema, das uns alle angeht, ist der Fachkräftemangel. Das Deutsche Institut für Wirtschaft hat unlängst festgestellt, dass Frauen der größte Hebel im Kampf gegen den Fachkräftemangel sind. Aktuell erhält die Thematik der Geschlechterunterschiede durch die Auszeichnung von Claudia Goldin mit dem diesjährigen Wirtschaftsnobelpreis wieder einmal viel Aufmerksamkeit – (leider) immer noch zu Recht! Auch beim IHK-Format „Fokus Wirtschaft“ im Oktober haben Marie Blume von der Drägerwerk AG & Co. KGaA, Regine Schlicht vom Mittelstand-Digital Zentrum Schleswig-Holstein und ich das Thema Female Digital Leadership diskutiert.

In Deutschland hat zwar die Erwerbstätigkeitsquote der Frauen in den vergangenen Jahrzehnten stetig zugenommen, allerdings arbeiten nur 35 Prozent der Frauen im erwerbstätigen Alter in Vollzeit, während es bei den Männern 70 Prozent sind. Hier sind strukturelle Missstände klar zu benennen: Fehlanreize im Steuersystem wie Ehegattensplitting, unzureichende Ganztagsbetreuung – sowohl quantitativ als auch qualitativ – und fehlende Zuverdienstmöglichkeiten während des Elterngeldbezugs sind nur einige Beispiele.

Hier kommen auch wir als Unternehmen ins Spiel: Wir müssen Rahmenbedingungen schaffen, in denen Mütter und vor allem auch Väter (!) die Flexibilität haben, Care-Arbeit zu übernehmen. Daher gebt euren Mitarbeitenden Vertrauen und Transparenz, geht als Vorbild voran, nutzt digitale Lösungen und unterstützt Dienstleistungen wie „Beruf und Familie im Hansebelt“ für die Angehörigenbetreuung. Darüber hinaus haben Unternehmen, die Frauen in Führungspositionen einbinden, oft bessere Chancen, hoch qualifizierte (weibliche) Fachkräfte anzuziehen und vor allem auch zu halten.

Dies alles ist Teil unserer menschenzentrierten Unternehmensführung bei Topmotive, die den ganzen Menschen mit seinen vielfältigen Rollen und Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellt: Nicht explizit die Frauen hervorholen und auf feste Quoten setzen, sondern jeden Menschen bestmöglich fördern – und auch anerkennen, dass das Leben kein Sprint, sondern ein Marathon durch bergiges Gelände ist, bei dem Anfeuern, Spaß und ein Team auch die Berge einfacher machen! Mit Erfolg: Mehrfach als Top-Arbeitgeber und als familienfreundlichstes Unternehmen ausgezeichnet, wachsen wir stetig und haben eine Mitarbeiterfluktuation von dauerhaft unter zwei Prozent.

Daher kann ich jedem nur raten: Kümmert Euch zuerst um die Menschen, die ihr schon im Unternehmen habt, schaut aus unterschiedlichen Perspektiven auf den Fachkräftemangel. Ich freue mich auf vielfältige Diskussionen zu diesem Thema. ■



Anja Pleus ist CEO und Inhaberin der Topmotive-Gruppe mit Sitz in Bargteheide sowie Patin von „WIDA SH – Women In Digital Areas“. Außerdem steckt sie hinter der B2C-Plattform www.fahrzeugschein.de und der Jobplattform www.schrauberjobs.de.

WAS IST IHRE MEINUNG?

Schreiben Sie der Redaktion: redaktion@luebeck.ihk.de

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

im kommenden Jahr optimieren wir für Sie das Angebot rund um unser IHK-Magazin. Lesen Sie mehr dazu in der Heftmitte dieser Ausgabe.

Ihre IHK-Redaktion Schleswig-Holstein

NATÜRLICHE ERNTEZYKLEN

In der Lübecker Altstadt bietet die Cycle Roasters GmbH besonderen Kaffee für Einheimische und Touristen an. Das junge Unternehmen betreibt neben dem Ladengeschäft eine Kaffeerösterei mit zugehöriger Kaffeeschule, in der sich Kunden das Know-how zur Zubereitung aneignen können. Die ausgewählten Kaffeearten aus mehr als zehn Ursprungsländern basieren auf den natürlichen Erntezyklen der Kaffees. Neben dem Ladengeschäft setzt Cycle Roasters auf verschiedene Vertriebskanäle und bedient auch den Großhandel. ■

MEHR ZUM THEMA HANDEL

DIGITALISIERUNG IM HANDEL



[www.bit.ly/
digi-handel](http://www.bit.ly/digi-handel)

HANDEL – AKTUELLE MELDUNGEN



[www.ihk.de/sh/
aktuelles-handel](http://www.ihk.de/sh/aktuelles-handel)

WEBINARE FÜR DEN HANDEL



[www.bit.ly/
webinare-handel](http://www.bit.ly/webinare-handel)



6 ERFOLGSFAKTOR KAUFERLEBNIS

Um Kunden zu binden, setzen junge Einzelhändler verstärkt auf ein neues Käuferlebnis. Emotionen, ausgeprägter Service und Know-how rund um das Produkt bieten einen Mehrwert, der in Ladengeschäften ankommt. Zwei Einzelhändler berichten von ihren Erfolgsstrategien.

Mein Standpunkt

Wirtschaft im Bild

Aktuelles

Titelthema – Innovativer Handel

Regionales aus den Bezirken der IHKs Flensburg, Kiel, Lübeck

Wirtschaft im Norden

Nordic Wool Factory:
lebenslange Garantie
Attraktive Wirtschaftsorte:
Innenstädte weiterentwickeln

18 AN DER KASSE IST DER KUNDE KÖNIG

Karte, Smartwatch, Bargeld – die Zahlungsmöglichkeiten im stationären Handel nehmen zu. Experten aus dem Handel und der Finanzbranche geben Tipps, wie Betriebe sich bestmöglich aufstellen.



22 HINWEISGEBERSCHUTZGESETZ – UND JETZT?

Das Hinweisgeberschutzgesetz verpflichtet Unternehmen dazu, sichere Kanäle für die Meldung von Missständen einzurichten, und verbietet Repressalien aller Art gegenüber hinweisgebenden Personen (Whistleblowern). Das müssen Unternehmen jetzt beachten.

1	Gut zu wissen	
2	Stationärer Handel:	
4	An der Kasse ist der Kunde König	18
	Prüf- und Berichtspflichten:	
6	EU-Regulierungswelle trifft Handel	21
8	Unternehmensnachfolge:	
	„Wir sind die Neuen“	22
	Meldung von Missständen:	
14	Hinweisgeberschutzgesetz – und jetzt?	24
17	Titelbild: Sergey Sukhachev und Philip Turpin, Cycle Roasters GmbH (Foto: Fotoagentur 54°/Felix König)	

IMPRESSUM

Herausgeber: IHK Schleswig-Holstein
Redaktion: Aenne Boye, Petra Vogt, Julia Romanowski, Karsten von Borstel, Dr. Can Özren, Benjamin Tietjen
 Zentral- und Schlussredaktion: Benjamin Tietjen (V.i.S.d.P.)
Anschrift der IHK Schleswig-Holstein:
 Bergstr. 2, 24103 Kiel
 Telefon: (0431) 5194-0
 Telefax: (0431) 5194-234
 E-Mail: ihk@kiel.ihk.de
 Internet: www.ihk.de/schleswig-holstein
Anschriften der Regional-Redaktionen:
 IHK Flensburg: Redaktion Petra Vogt (V.i.S.d.P.)
 Heinrichstr. 28–34, 24937 Flensburg
 Telefon: (0461) 806-433
 Telefax: (0461) 806-9433
 E-Mail: vogt@flensburg.ihk.de
 Redaktionsassistentin:
 Maren Lüttschwager
 Telefon: (0461) 806-385
 Telefax: (0461) 806-9385
 E-Mail: luettschwager@flensburg.ihk.de

IHK zu Kiel: Redaktion Karsten von Borstel (V.i.S.d.P.)
 Bergstr. 2, 24103 Kiel
 Telefon: (0431) 5194-224
 Telefax: (0431) 5194-524
 E-Mail: karsten.vonborstel@kiel.ihk.de
 Redaktionsassistentin:
 Kristina Jagszent
 Telefon: (0431) 5194-223
 Telefax: (0431) 5194-523
 E-Mail: kristina.jagszent@kiel.ihk.de

IHK zu Lübeck: Redaktion Benjamin Tietjen (V.i.S.d.P.), Fackenburger Allee 2, 23554 Lübeck
 Telefon: (0451) 6006-166
 Telefax: (0451) 6006-4166
 E-Mail: benjamin.tietjen@luebeck.ihk.de

Verlag und Anzeigenverwaltung:
 Max Schmidt-Römhild GmbH & Co. KG
 phG: Hansisches Verlagkontor GmbH
 Geschäftsführer: Dr. Michael Platzköster
 Konrad-Adenauer-Str. 4, 23558 Lübeck

Telefon: (0451) 7031-01
 E-Mail: mueller.bastian@mediamagneten.de
 Verantwortlich für den Anzeigenteil:
 Christiane Kermel (V.i.S.d.P.)

Anzeigenvertretung:
 Susanne Pohn Verlagsservice
 Goerdelerstr. 11, 23566 Lübeck
 Telefon: (0451) 30 50 97 33
 E-Mail: susanne.pohn@pohn-media.de
 Die Verlagsveröffentlichungen erscheinen außerhalb der Verantwortung der Redaktion. Verantwortlich ist der Verlag Schmidt-Römhild.

Layout: Grafikstudio Schmidt-Römhild, Marc Schulz
 E-Mail: schulz.marc@mediamagneten.de

Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee ist das Mitteilungsblatt bzw. die Zeitschrift der Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, zu Kiel und zu Lübeck. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Im freien Verkauf: Einzelheft € 3,30
 Jahresabonnement € 30,30 (€ 25,80 zzgl. € 4,50 Versand).
 Abonnements laufen 12 Monate und sind mit einer Frist von vier Wochen vor Laufzeitende kündbar. Nach Ablauf der anfänglichen Vertragslaufzeit erfolgt eine unbefristete Verlängerung des Abonnements, das dann jederzeit mit einer Frist von 4 Wochen gekündigt werden kann. Jede Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Textform (Post, Fax, E-Mail).
 Erscheinungsweise: monatlich, Doppelausgaben April/Mai, Juli/August und November/Dezember

Mit Namen oder Initialen gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der IHK wieder. Nachdruck nur mit Genehmigung der IHK gestattet. Keine Gewähr für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos.
 © 2023

GEMEINSAM MEER SCHAFFEN

Spendenaktion für saubere Nord- und Ostsee

Das Hotel Birke und die Naturkosmetik-Marke Oceanwell in Kiel haben die Aktion „Gemeinsam Meer schaffen“ ins Leben gerufen. Dafür sammeln sie Spenden von schleswig-holsteinischen Gastronomiebetrieben. Bereits mehr als 40 Unternehmen machen mit und unterstützen den Verein One Earth – One Ocean e. V., der Müll aus den Meeren birgt. Ministerpräsident Daniel Günther unterstützt die Initiative als Schirmherr: „Müll im Meer ist ein drängendes Umweltproblem. Jedes Jahr gelangen Millionen Tonnen Plastikabfall in Ozeane und Küstemeere und bedrohen die Lebewesen im Wasser – auch in Nord- und Ostsee.“ ■

Mehr unter: www.ihk.de/sh/gms



Initiatorinnen und Initiatoren von „Gemeinsam Meer schaffen“



Gewinner des zweiten Platzes: die Hein Lüttenborg Bahnstreckenverwaltungsgesellschaft mbH während der Preisverleihung in Büsum

ADAC TOURISMUSPREIS SCHLESWIG-HOLSTEIN

Projekte mit Strahlkraft

Sie sind innovativ, nachhaltig und Vorbilder für alle Tourismusakteure im Land: Drei Projekte konnten beim ADAC Tourismuspreis Schleswig-Holstein 2023 besonders überzeugen. Zum Sieger wurde das Projekt „Meerzeit Büsum Wellenbad und Spa“ des Kur- und Tourismus Service Büsum gekürt. Der zweite Platz ging an die Naturpark-Draisine Holsteinische Schweiz der Hein Lüttenborg Bahnstreckenverwaltungsgesellschaft mbH. Den dritten Platz vergab die Jury an zwei Projekte: an „Herzogs Gastgeber“, eine Fachkräfteinitiative für den lauenburgischen Tourismus (Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH, Mölln), und an das Projekt „Grenzen des Wachstums“ der Ostseefjord Schlei GmbH in Schleswig. ■

Mehr unter: www.bit.ly/adac-2023

FOTOS: OKE JENS, PENOFOTO.DE

MATERIALIEN FÜR DIE ZUKUNFT

Warum explodieren Akkus? Diese und weitere Fragestellungen zu Materialien, die wir für die Energiewende benötigen, behandelt der **14. Lübecker Werkstofftag**. Am 15. November öffnet der Werkstofftag in der Handwerkskammer Lübeck seine Türen und befasst sich mit Materialien für Stromspeicher, Fotovoltaik, Thermoelektrik oder die Wasserstofftechnologie. Expertenvorträge behandeln diese Themen vertiefend. ■

Infos und Anmeldung: www.ihk.de/sh/werkstofftag

BEZIEHUNGEN AUFBAUEN

Am 5. Dezember findet zum vierten Mal das **Unternehmernetzwerktreffen Afrika** in Lübeck statt. Das Wirtschaftsnetzwerk hat zum Ziel, Geschäftsbeziehungen zwischen Deutschland und Afrika auf- und auszubauen. Bei den Treffen berichten Unternehmen von ihren Erfahrungen und Experten informieren über Trends. Teilnehmer, die ein Projekt planen und dafür Kooperationspartner suchen, haben die Möglichkeit zu einem Pitch. ■

Infos und Anmeldung: www.ihk.de/sh/afrika

DIGITALER INNOVATIONSGEIST

Manipuliertes Bildmaterial erkennen, Prozesse nach Baukastenprinzip digitalisieren oder per App erneuerbaren Strom bewusster verbrauchen – sieben Unternehmen und Projekte haben den Preis **Best of Digitales.SH** erhalten. Mit diesem würdigt die Landesregierung Innovationsgeist im digitalen Bereich. Die ersten drei Plätze belegen die Univelop GmbH, Deepfake Detective und die App von Codin IT GmbH und GP Joule GmbH. ■

Mehr unter: www.bit.ly/digipreis-sh

Zukunftszentrum Nord

Wie können KMU vom digitalen Wandel profitieren?

Kostenlose KI- und Digitalisierungsberatung für kleine und mittlere Unternehmen in Schleswig-Holstein

Wie können kleine und mittlere Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen durch KI verbessern? Wie Prozesse digital optimieren und neue Angebote entwickeln? Antworten kennt das Regionale Zukunftszentrum Nord. Der einzigartige, vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales und über den Europäischen Sozialfonds Plus geförderte Verbund von Bildungsexperten, Sozialpartnern und KI-Forschung unterstützt KMU und ihre Beschäftigten dabei, digitalen Wandel zu gestalten und Chancen Künstlicher Intelligenz zu nutzen. In Schleswig-Holstein arbeiten die Technische Akademie Nord, Arbeit und Leben Schleswig-Holstein sowie das Forschungs- und Entwicklungszentrum Fachhochschule Kiel dafür Hand in Hand.

Für das Zukunftszentrum steht im Fokus, KMU bei der Anwendung neuer Technolo-



gien und dem digitalen Wandel in ihren Arbeits- und Produktionsprozessen erfolgreich zu unterstützen. „Es geht darum, konkrete Hilfestellungen zu geben und gemeinsam praxisnahe Lösungen zu entwickeln“, so Projektleiter Martin Kater vom Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft als Konsortialführer im Projekt: „Wir sind Sparringspartner für digitale Transformation und kompetenter Ansprechpartner für alle Beratungs- und Unterstützungsangebote zum Einsatz menschenzentrierter KI.“ Darüber hinaus liegt ein weiterer Fokus auf betrieblichen Qualifizierungskonzepten und Lösungen, um Unternehmen und Beschäftigten zu helfen, mit digitalen Prozessen erfolgreich und langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Beratungspraxis zeigt, dass Digitalisierung eine Voraussetzung für wettbewerbsfähige Wirtschaft und KI eine große Chance für die vielen leistungsstarken KMU ist. Um mit der Entwicklungsgeschwindigkeit mitzuhalten und diese zu nutzen, bedarf es kompetenter Unterstützung, oftmals reicht ein erster Anstoß, um Ideen nutzbringend umzusetzen.

Mehr Infos unter:
www.zukunftszentrumnord.de

Sie sind das **Wachstum**.
Sie stehen für **Qualität**.
Sie sind der **Antrieb**.

Mittelständische Unternehmen sind eine wichtige Säule der Wirtschaft.

Wir sind die Bank.

Sydbank Flensburg · Tel. 0461 8602 0 · Rathausplatz 11 · 24937 Flensburg
Sydbank Hamburg · Tel. 040 3769 00 0 · Am Sandtorkai 54 · 20457 Hamburg
Sydbank Kiel · Tel. 0431 9804 0 · Sell-Speicher · Wall 55 · 24103 Kiel

sydbank.de

Sydbank

Erfolgsfaktor Käuferlebnis

Um Kunden zu binden, setzen **JUNGE EINZELHÄNDLER** verstärkt auf ein neues Käuferlebnis. Emotionen, ausgeprägter Service und Know-how rund um das Produkt bieten einen Mehrwert, der in Ladengeschäften ankommt. Zwei Einzelhändler berichten von ihren Erfolgsstrategien.

VON BENJAMIN TIETJEN

Sergey Sukhachev von der Cycle Roasters GmbH schult eine Kundin im Umgang mit einer Siebträgermaschine. Die begleitende Kaffeeschule gehört zum Konzept des Lübecker Einzelhändlers.



Erst Kaffee kaufen, dann Know-how zur Zubereitung bekommen: Mit ihrer Kaffeeschule haben die zwei Inhaber der Cycle Roasters GmbH in Lübeck und Umgebung einen Nerv getroffen. Denn gut informierte und wertgeschätzte Kunden kommen wieder, wissen Philip Turpin und Sergey Sukhachev. 2021 haben die jungen Gründer in der Hansestadt eine Kaffeerösterei mit Ladengeschäft eröffnet. „Wenn jemand bei uns einen Kaffee kauft, geben wir ihm Tipps und Hintergrundwissen zum Produkt mit. Wer mehr erfahren möchte, bucht einen Kurs“, sagt Turpin. Die Kaffeekurse vermitteln Informationen zum Umgang mit Specialty Coffee sowie mit Siebträgermaschinen und Handfiltern. „Bis zu 40 Schulungen bieten wir im Jahr an, die meisten sind schnell ausverkauft“, ergänzt Sukhachev.

Das Geschäftsmodell des Gründerduos geht auf: In den vergangenen zwei Jahren steigerte es die Produktion von 13 auf 35 Tonnen geröstete Bohnen. Drei Kaffeesorten sind mittlerweile auch im Onlineshop von Tchibo gelistet. Wichtig sei, sich als Dienstleister zu verstehen, für die Konsumenten zugänglich zu sein und außer dem Produkt auch Lifestyle und Service zu verkaufen, sagen sie. „Kunden können bei uns zum Beispiel auch gefiltertes Wasser kostenlos mitnehmen. Denn mit Wasser, das mit einer Osmoseanlage aufbereitet wurde, schmeckt der Kaffee eindeutig besser“, so Sukhachev.

Neben dem Einzelhandel setzt Cycle Roasters auch verstärkt auf den Online- und Großhandel. Rund um Lübeck beliefern Turpin und Sukhachev beispielsweise Modengeschäfte und Restaurants mit ihrem Kaffee. Häufig bieten sie dazu auch gleich die passenden Siebträgermaschinen an – auch als Leasingmodell oder zum Mietkauf. Zum Service gehöre auch, das Personal im Umgang mit den Maschinen zu schulen. Auch das komme gut an und stärke den Zusammenhalt unter den Händlern.

Häufig gehen die beiden Lübecker mit den Unternehmen dann Kooperationen ein, wobei beide Seiten sich gegenseitig auf Instagram weiterempfehlen. Instagram ist ein wichtiger Vertriebskanal für die beiden Inhaber. In kurzen Videos geben sie Tipps zum Aufbrühen, vor allem für die Kunden des Onlineshops, die keine Beratung vor Ort erhalten können. Auch wenn Turpin zu Kaffeebauern in Südamerika und Afrika reist, zeigt er in Instagram-Videos Eindrücke aus den Ursprungsländern des Kaffees. „Wir haben schnell gemerkt, dass wir mit den Videos Transparenz aufbauen und eine emotionale Bindung zwischen unseren Kunden und dem Produkt Kaffee schaffen können“, so Turpin.

Wie wichtig Weiterempfehlungskultur und „Instagrammability“ gerade im stationären Einzelhandel sind, weiß auch Dr. Ulrike Regele, Referatsleiterin Handel bei der Deutschen Industrie- und Handelskammer: „Empfehlungen sind ein wichtiges Tor für Entscheidungen. Städte und ihre Wirtschaftsakteure sollten sich daher intensiv damit beschäftigen“, erklärt sie. Dieses Mindset bringe nicht nur mehr Besucher, sondern auch Impulse für mehr Miteinander und Identifikation mit der eigenen Stadt. Ebenso spielen für Konsumenten neben dem Einzelhandelsangebot auch Faktoren wie Erlebniswert, Flair und Aufenthaltsqualität eine entscheidende Rolle



Laue Festmoden in Tellingstedt setzt für ein besonderes Käuferlebnis auf ein feierliches Ambiente.

bei der Shoppingtour durch die Innenstädte, wie eine aktuelle Studie des Instituts für Handelsforschung (IFH Köln) belegt.

Das bestätigt auch Henning Laue, Geschäftsführer von Laue Festmoden in Tellingstedt im Kreis Dithmarschen: „Die Kaufentscheidung hängt heute mehr denn je von individuellem Service und persönlicher Beratung ab. Wir wollen unseren Kunden eine gute Zeit beim Shoppen verschaffen. Wenn sie sich wohlfühlen und gut beraten wissen, dann kommen sie auch wieder“, so der Firmenchef in dritter Generation. Laue verkauft auf rund 4.000 Quadratmeter Ladenfläche Braut-, Abend- und Herrenmode für festliche Anlässe aller Art. Das Thema Emotionen sei ein wichtiger Verkaufsfaktor geworden. So bietet das Fachgeschäft vermehrt Beratungstermine in gemütlich eingerichteten Räumen mit Wohnzimmeratmosphäre an. Umsatz und Abschlussquote seien dort höher als in den herkömmlichen Verkaufsräumen, berichtet Laue.



”

Viele Kunden wünschen sich einen Mehrwert rund um das eigentliche Produkt.

Henning Laue,
Laue Festmoden

Gute Erfahrungen habe das Familienunternehmen außerdem mit der Inhouse-Messe „Lauland“ gemacht, bei der neben Modeschauen zum Beispiel auch Tanzkurse, Kutschfahrten und Verlosungen im Vordergrund stehen – für Henning Laue ein wirkungsvolles Instrument, um Bindung und Emotionen auf Kundenseite herzustellen. „Viele Menschen wünschen sich einen Mehrwert rund um das eigentliche Produkt“, ist sich Laue sicher und ergänzt: „Wir wollen als One-Stop-Destination zum Thema Hochzeit wahrgenommen werden. Unsere Kunden können dazu alles bei uns finden, auch Trauringe oder eine Schneiderei.“ Seit drei Jahren können Kunden sogar im hauseigenen Café heiraten, in den vergangenen zwei Jahren gab es dort in Zusammenarbeit mit dem Amt Eider etwa 20 Eheschließungen.

Auch bei der Omnichannel-Strategie des Hauses gehe es um Inspiration und Emotionen. „Es gibt Kunden, die kommen mit einem ausgedruckten Homepage-Screenshot zu uns und möchten dann genau dieses Kleid haben. Häufig profitieren wir von der Onlinefleißbarkeit vor allem offline im Ladengeschäft“, sagt Laue. ■

Autor: Benjamin Tietjen, IHK-Redaktion Schleswig-Holstein, benjamin.tietjen@luebeck.ihk.de



Ein neues Kapitel

Die Arbeit der Industrie- und Handelskammern hat sich über die Jahre stets fortentwickelt, um am Puls der Zeit zu bleiben, moderne Interessenvertretung und Politikberatung zu ermöglichen und nah an ihren Mitgliedern zu bleiben. Für unsere IHK zu Kiel ist es eine lange Reise seit der Gründung 1871, in der mehr als 150 Jahre Entwicklung, Veränderungen und Aufbruch in die Zukunft liegen. Eine nicht ganz so lange, aber ebenso bemerkenswerte Reise hat unser IHK-Magazin *Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee* hinter sich.

Die erste gemeinsame Ausgabe lief 1951 vom Stapel – oder eher von der Druckerpresse. Flensburg und Kiel entschieden sich, einen gemeinsamen Kurs einzuschlagen. Neuen Wind gab es 2006, als sich die IHK Lübeck dem gemeinsamen Unterfangen anschloss. Mit der Gründung der IHK SH als Arbeitsgemeinschaft und dem Launch einer Website komplementierte ein gemeinsames Magazin, unsere Arbeit.

Die Entwicklung des Magazins stand nie still: ein erneuter Relaunch, die Veränderungen von Layout und die Fokussierung auf Leserfreundlichkeit und Titelt Themen. Einen neuen Kurs haben wir auch erst in diesem Jahr ausgelotet. Wieder hieß es, das Magazin an neue Informationskanäle und Arbeitsweisen anzupassen, um am Puls der Zeit zu bleiben und moderne, aktuelle und facettenreiche Informationen zu bieten. Und wir haben eine Entscheidung getroffen: Aus der WNO wächst ab 2024 unsere Produktfamilie Aus-

guck, *Ableger* und *Anker*. Was heißt das für Sie? Ab Januar können Sie unseren Ausguck, den digitalen Newsletter, abonnieren und monatlich Neuigkeiten aus der IHK, der Politik und wie gewohnt mehr zu spannenden Fachthemen lesen. Im Frühjahr dürfen Sie sich auf den *Ableger* freuen, unsere Printversion des Newsletters. Zu guter Letzt unser ganzer Stolz: der *Anker*. Dieses hochwertige Magazin erreicht Sie im Sommer und Winter und bietet Ihnen facettenreiche Reportagen, Interviews, Porträts und Wissenswertes aus der Wirtschaftsszene im Land.

Neben diesen individuellen Formaten behalten wir innerhalb der IHK SH unser gemeinsames Online-Magazin bei – noch aktueller, noch vielseitiger, stets für Sie erreichbar unter www.ihk.de/sh/magazin.

Mit dem Wandel zu *Ausguck*, *Ableger* und *Anker* wollen wir unsere traditionellen Medien in eine digitale Welt integrieren und unserem Anspruch treu bleiben – dem Anspruch, Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer zielgerichtet zu erreichen.

Wir freuen uns auf die gemeinsame Zukunft und laden Sie ein, diesen Kurs weiter mit uns einzuschlagen.

Ihre

Jörg Orlemann und Knud Hansen



Im Geschäft derHeimathafen von Andreas und Sabine Zwanck gibt es viel zu entdecken. Mehr erfahren Sie in unserer neuen Folge typiSH Wirtschaft: einfach den QR-Code scannen!

Eine Heimat in der Innenstadt

Seit 2022 sucht Kiel-Marketing e.V. nach Kiezgrößen: Im Rahmen der Quartiersprofilierung soll die Kieler Innenstadt revitalisiert und transformiert werden. Eine Kiezgröße ist **DERHEIMATHAFEN** – Andreas und Sabine Zwanck berichten von ihrem Konzept.

Zehn Jahre in einer Bäckerei hatte Andreas Zwanck hinter sich, als er und seine Frau Sabine beschlossen, einen eigenen Laden zu eröffnen. Allerdings keine Bäckerei: Am Schülperbaum in Kiel entstand 2015 auf 30 Quadratmetern ein Geschäft mit Fokus auf nachhaltige Produkte und Bio-Weine. Heute hat der Heimathafen einen neuen Standort in der oberen Holstenstraße gefunden. Das Angebot ist hundertprozentig nachhaltig. Weine, Spirituosen, Feinkost, Naturkosmetik, Craftbier, Schallplatten und Vintage-Produkte reihen sich aneinander, dazu gibt es Events. Der Mix geht auf, finden die Inhaber: „Wir beraten zu allen Artikeln leidenschaftlich gerne, vor allem zu den transparenten Inhaltsstoffen aus natürlichen Kreisläufen“, sagt Andreas Zwanck. Die Veranstaltungen locken meist rund 25 Gäste an. Neben Wein und Events sind es die Spirituosen und das große Angebot an Schallplatten, die den Hauptumsatz sichern. Zu wissen, woher jeder der rund 1.000 Artikel von 60 verschiedenen Lieferanten kommt und was er beinhaltet, ist für die Zwancks ein Selbstverständnis.

Das Mixed-Use-Konzept setzte sich im März 2022 gegen acht Bewerbungen im Rahmen des Wettbewerbs Kiezgröße gesucht durch und öffnete im Mai desselben Jahres seine Türen. Seitdem hat sich viel getan: „Es war eine Challenge, von 30 auf 400 Quadratmeter umzuziehen“, sagt Andreas Zwanck. „Wir arbeiten sieben Tage die Woche mindestens zehn Stunden. Denn in der Innenstadt braucht es mehr als nur den Fokus auf den eige-

nen Laden.“ Die Zwancks wollen etwas bewegen, Teil der Transformation zu mehr Nutzungsvielfalt sein. „Es geht nicht mehr nur darum, etwas zu verkaufen. Wir machen unseren Laden stattdessen zu einem Dritten Ort.“ Ein sogenannter Dritter Ort ist neben dem Zuhause und dem Arbeitsplatz ein Ort, um Menschen zu treffen, zu entspannen, einzukaufen, etwas zu erleben. Daher streben viele Anlieger der Innenstädte danach, neben dem Konsum auch soziale und kulturelle Erlebnisse anzubieten. Andreas und Sabine Zwanck versuchen es mit Weinproben, Spirituosenverkostungen, einer Spielecke für Kinder und einem Tischkicker. „Wir verstehen uns als Reallabor für den Einzelhandel der Zukunft“, sagt Sabine Zwanck. „Jeder kann reinkommen und sich hier aufhalten. Mit Aufenthaltsqualität kann man als stationärer Handel gegenüber dem digitalen Handel viel erreichen.“ Ideal, dass die Inhaber dabei für ihre Heimatstadt Kiel brennen. „Am Narrativ, dass Kiel eine herrliche Stadt ist, halten wir fest, weil wir die Begeisterung für diese Stadt leben. Und wer wirklich will, kann in Kiel so viel mitgestalten, mitmachen und sich informieren.“ Bestes Beispiel ist das Bevölkerungsvoting, das der Kiezgröße-Wettbewerb nutzt: Neben einer Fachjury durften auch Bürgerinnen und Bürger sich aktiv an der Suche der Kiezgrößen beteiligen. So erzielte zum Beispiel der Heimathafen 634 Stimmen aus der Bevölkerung, doppelt so viele wie das zweitplatzierte Konzept. JR ■

Jetzt den ganzen Beitrag lesen unter:
www.ihk.de/sh/kiezgroesse

Screenpoints nutzen

Sie wollen neue Maßstäbe bei digitaler Außenwerbung setzen: Die **SCREENABLE GMBH** nutzt öffentliche Bildschirme als interaktive Spielfläche für ihre Kunden – und deren Kunden. Aus dem Jungunternehmen wächst schnell ein internationales Modell.



Die Kinoleinwand mit dem Smartphone steuern oder im Shoppingcenter an einem Schaufenster um Rabattcodes zocken – das wird möglich mit einem Geschäftsmodell von Philipp Spieck (31) und Jens Woltering (34). Konkret geht es darum, öffentliche Bildschirme, genannt **screenpoints**, als interaktive Spielfläche per Handysteuering zu nutzen. So können zum Beispiel Schaufenster belebt, Lobbybereiche in Hotels bespielt, Kultur- und Bildungseinrichtungen unterstützt, Einzelhandelsflächen bereichert oder Events wie Stadtfeste, Messen und Unternehmensveranstaltungen mit dem besonderen Extra ausgestattet werden. „Besonders eignen sich Bildschirme an einem *point of experience* oder *point of wait*“, erklärt Philipp Spieck. „Das sind erlebnisorientierte Orte oder typische Wartezonen wie ein Bahnhof. Hier können Anbieter mit Kunden, Besuchern und Partnern kommunizieren.“ Ideal sei diese Kommunikation vor allem für junge Zielgruppen zwischen 16 und 39 Jahren. Jens Woltering beschreibt: „Es kann ein digitales Glücksrad sein, an dem man für einen Gewinn dreht, ein Spiel auf dem großen LED-Screen für kollektive Interaktion oder Werbemaßnahmen einzelner Marken in einem Shoppingcenter. Es können auch Spiele als Gesprächseinstieg am Messestand sein. Für einen Serverbetreiber auf der Gamescom in Köln haben wir ein Spiel in Anlehnung an Space Invaders kreiert, bei dem man Server vor Viren verteidigen musste. Das lockte Interessierte an den Stand.“ Wer einen QR-Code an entsprechenden Bildschirmen scannt, kann direkt loslegen. So macht **screenable** die Interaktionen kinderleicht und erlaubt gleichzeitig eine transparente Erfolgsmessung. Bisher trägt

das innovative Modell Früchte: „Wir bieten unseren Kunden einen Spielplatz an kreativen und außergewöhnlichen Marketingmöglichkeiten“, sagt Philipp Spieck.

Geboren wurde screenable bereits 2017 während des Masterstudiums an der Fachhochschule Kiel. „Wir wollten mit unserer Projektarbeit im Modul Interaktionsdesign etwas schaffen, das Marketing für Unternehmen auf die nächste digitale Stufe hebt“, erklärt Philipp Spieck. Mit dem Prototyping Kit des Fleet7, dem Gründerstipendium Schleswig-Holstein, den Seed- und Start-up-Fonds und dem Start-up-Accelerator des Gateway49 in Lübeck konnten die Gründer vielseitige Instrumente nutzen, um ihr Projekt aus der Taufe zu heben. „In Schleswig-Holstein wird Gründung wirklich gut gefördert. Im September 2020 konnten wir unseren ersten kleinen Auftrag abschließen. Nur zwei Jahre später haben wir die Rathausbühne bei der Kieler Woche und den Spielbudenplatz in Hamburg für tausende Menschen interaktiv gemacht“, sagt Jens Woltering. Seitdem ist das Unternehmen im Höhenflug: Projekte für Großkunden wie die Sparkasse, EDEKA, die Kieler Nachrichten, die ECE Group, den Hamburger Weihnachtsmarkt und sogar den größten Outdoor-Werbescreen Deutschlands am Berliner Kurfürstendamm verdeutlichen, dass der Bedarf für interaktive Werbeformen gegeben ist. JR ■

Jetzt den ganzen Beitrag lesen unter:
www.ihk.de/sh/magazin



EINFACH SAUBER.

Ihre Reinigungsprofis im Norden

- Kliniken und Pflegeeinrichtungen
- Reha- und Kureinrichtungen
- Hotels und Tourismusbetriebe
- Produktions- und Logistikbetriebe
- Verwaltungs- und Versorgungseinrichtungen

BOCKHOLDT

Sprechen Sie uns an!

Bockholdt GmbH & Co. KG

Ein Unternehmen der STRABAG PFS-Unternehmensgruppe

T. 0451 6000 629

anfrage@bockholdt.de



Informieren Sie sich jetzt
über unsere Leistungen.

WWW.BARTRAM-BAUSYSTEM.DE

*Von der Vision
zum Projekt.*

über **3000**
Referenzen
im Industrie- und Gewerbebau



BARTRAM 
BAU-SYSTEM

Das individuelle Bau-System

- ✓ Entwurf und Planung
- ✓ Eigenes Fertigteilwerk
- ✓ Festpreis
- ✓ Fixtermin
- ✓ 50 Jahre Erfahrung
- ✓ Alles aus einer Hand

Wir beraten Sie gern persönlich.

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

Tel. +49 (0) 4871 778-0

Fax +49 (0) 4871 778-105

info@bartram-bausystem.de

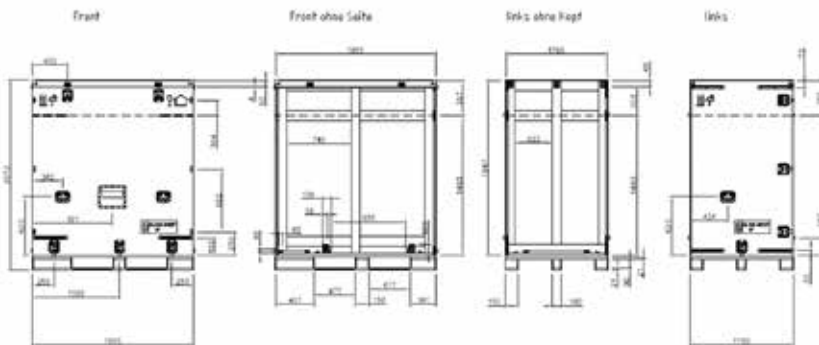


MITGLIED GÜTEGEMEINSCHAFT BETON

Aufmaß Konstruktion Fertigung Verpackung

Transportverpackungen aus Holz

für Bauteile Maschinen Anlagen Schwergut
Wir konstruieren nach Ihren Vorgaben und unserem
Aufmaß die bedarfsgerechte Verpackung



Südring 36
21465 Wentorf bei Hamburg

Tel. 040 720 78 79
Fax 040 720 32 88

www.noki-gmbh.de
info@noki-gmbh.de

NAUTIC  YACHTING

WAS HÄLT DICH ZURÜCK?

Grenzenlose
Möglichkeiten erleben.
Mit Nautic Yachting.

FREIHEIT finden:
nautic-yachting.com



SCHULTERSCHLUSS

A 20-Kampagne voller Erfolg

Die A 20-Kampagne der Industrie- und Handelskammern hat einen neuen Unterstützer: Der Förderkreis Feste Unterelbequerung e.V. hat den Schulterschluss erklärt.

Im Mai 2023 hatte die Mitgliederversammlung des Förderkreises dem Vorstand aufgegeben, weitere Maßnahmen zu ergreifen, um die A 20 und vor allem die feste Unterelbequerung bei Glückstadt voranzutreiben. Der Vorstand traf sich dazu in der IHK-Geschäftsstelle Elmshorn. Um dem Vorstand die Kampagne A 20 – das wird gut vorzustellen, kamen Dr. Sabine Schulz, die bei der IHK zu Kiel die Kampagne betreut, und Jakob Baugirdis von der Agentur ORCA van Loon aus Hamburg dazu. Diese Kampagne wurde von den sieben IHKs entlang der zu bauenden A 20 angestoßen und sammelt nun Unterstützer.



Der Vorstand des Förderkreises Feste Unterelbequerung mit Mark Helfrich MdB, Martin Bockler (IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum), Vorsitzender Rainer Bruns, Dr. Paul Raab (IHK zu Kiel), Ulrich Sievert (Volksbank Stade-Cuxhaven eG) und Dr. Sabine Schulz (IHK zu Kiel) (v.l.n.r.).

Dreh- und Angelpunkt der Kampagne ist die Website www.die-a20.de, auf der in umfassender Weise Informationen zum Projekt zusammengetragen sind. Vorteile für die Wirtschaft sind dort ebenso aufgeführt wie eine Abwägung der Umweltaspekte. Der Vorstand fand sich darin absolut wieder. Daher war der Entschluss, sich zu beteiligen, bald gefasst. Der Vorstand erklärte, er hoffe, dass viele andere diesem Beispiel folgen würden. Der Bau der A 20 mit der festen Unterelbequerung bei Glückstadt sei für die Entwicklung der Wirtschaft an der Unterelbe und in Norddeutschland insgesamt elementar. Darüber hinaus war Vorstandsmitgliedern das in die Jahre gekommene Küstenroute-Schild bei Glückstadt aufgefallen. Es steht an der B 431 genau an der Stelle, wo zukünftig die Tunneleinfahrt sein wird. Das Schild soll erneuert werden, um ein sichtbares Zeichen zu setzen, dass der Förderkreis seine wichtige Arbeit fortführt.

Autor: Dr. Paul Raab, IHK zu Kiel, Geschäftsstelle Elmshorn, paul.raab@kiel.ihk.de



Die Wahl 2024
IHK · Vollversammlung





**Tage der offenen
Türen & Ohren**

Neumünster | 22. Nov.

Elmshorn | 23. Nov.

Kiel | 24. Nov.

Ihre Checkliste

-  Morgens Impulse mitnehmen
-  Netzwerken beim Business-Lunch
-  Nachmittags Spielwiese mit der Familie ausprobieren
-  Mittendrin Kandidierende der VV-Wahl kennenlernen



Lebenslange Garantie

Ein Umzug auf die Färöer hat Francesco Mazuhn vom Marketingmanager zum Produzenten von Wollbekleidung gemacht. Mit seiner **NORDIC WOOL FACTORY** bringt er die Wolle eines Landes in die ganze Welt.

Im Frühjahr 2013 kaufte er ein Haus auf den Färöerinseln, im Sommer schor er erstmals eine Herde mit traditionellen Handscheren und im Herbst schlachtete er das erste Schaf. „Das Leben hier ist noch ursprünglich. Hier halten die Menschen Schafe, um sich selbst zu versorgen“, sagt Francesco Mazuhn. Zuvor lebte er gemeinsam mit seiner Frau in Berlin und entwickelte für Unternehmen Marketingstrategien. Die handwerkliche Arbeit auf der Insel faszinierte ihn schnell: „Es gibt direkt ein Ergebnis – das ist unglaublich spannend.“ Vor allem die Wolle weckte sein Interesse. Seit 2020 vermarktet er Pullover, Jacken, Westen und Decken über seinen Onlineshop und seinen Showroom in Leck im Kreis Nordfriesland. „Zudem statten wir Hotels mit Kissen und Decken aus“, so Mazuhn.

Der Weg dorthin gestaltete sich jedoch schwierig. „Die Wolle ist lang, wirr und struppig. Die Färinger nutzen sie – wenn überhaupt – zum Stricken. Ich wollte herausfinden, ob mehr Potenzial in ihr steckt“, sagt der Wahlfäringer. Kurzerhand nahm er wenige Hundert Kilo der Wolle mit und schickte sie zu Wäschereien, Webereien und Spinnereien. Das Ergebnis: ein handgesponnenes Garn, das weich und wetterfest ist.

„Als wir es unseren Nachbarn zeigten, staunten sie nicht schlecht“, so Mazuhn weiter. Im Winter 2019/20 hielt er die erste Jacke aus seinem eigenen Tweed in der Hand. „Zu diesem Zeitpunkt war alles nur Spaß, doch die Coronakrise stoppte die Werbebranche. Das gab mir Zeit, mich intensiv mit der Wolle auseinanderzusetzen.“ Nach und nach nahm er immer größere Mengen ab und fand schließlich in einer Wäscherei in England sowie in einer Spinnerei und einer Weberei in Deutschland die passenden Partner. Zudem erweiterte er sein Team um ein Schneiderduo, eine Schnittdesignerin und einen Gesellschafter. „Unsere Produkte sollen durch ihre Qualität überzeugen. Jedes Stück wird in Handarbeit hergestellt – selbst die Hornknöpfe machen wir selbst. Das erleichtert es uns, die Kleidungsstücke – falls notwendig – zu reparieren. Nur so können wir lebenslange Garantie geben“, erklärt er.

Mittlerweile verarbeitet Francesco Mazuhn die gesamte Wolle der Färöerinseln und hat sein Angebot auf wenige regionale Produzenten in Schleswig-Holstein ausgeweitet. „Das Wohl der Tiere steht für mich an erster Stelle. Die Nordic Wool Factory ist ein Gewinn für unsere Farmerfreunde, für mich und für alle, die qualitativ hochwertige Kleidung lieben.“ ■

Autorin: Joana Detlefs, IHK-Redaktion Schleswig-Holstein,
joana.detlefs@flensburg.ihk.de
Mehr unter: www.nordicwoolfactory.com





1,6 Millionen Tonnen

100 Millionen Euro Start-Budget für 1,6 Millionen Tonnen Munition: Die Bundesregierung hat ein wichtiges Signal für die Bergung der Munition aus dem Meer gesetzt. Eine Bergungs- und Entsorgungsplattform für die **FLÄCHENBERÄUMUNG** in der deutschen Ostsee sollen bald startklar sein. Hier liegen immerhin 300.000 Tonnen.

Mit einem konkreten Räumungsplan und ausreichenden Mitteln könnte die Räumung der deutschen Ostsee sogar bis 2040 abgeschlossen sein. Könnte. Dafür ist in jedem Fall eine Verstärkung der Mittel über das Jahr 2025 hinaus notwendig. Einen Finanzierungsplan haben gegenwärtig aber weder der Bund noch die Länder vorgelegt. Umfassende Expertise zur Munition im Meer gibt es in Schleswig-Holstein. Forschende vom GEOMAR Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung Kiel und der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel arbeiten seit Jahren mit Unternehmen, beispielsweise north.io GmbH, zusammen, um zum einen die Munitionsgebiete und ihre Gefahren besser zu erkennen, zu monitoren und zu verstehen, aber auch um die Grundlagen für eine erfolgreiche Flächenberäumung zu legen.

Bei der **Nationalen Maritimen Konferenz** in Bremen im September 2023 hat unser schleswig-holsteinischer Wirtschaftsminister Claus Ruhe Madsen daher auch für

eine zügige Umsetzung der Räumungspläne geworben: Die Wirtschaft braucht langfristige Zusagen, damit die Schlüsseltechnologien, die es bereits gibt, zukünftig auch skalierbar eingesetzt werden können. Es gibt viele Forschungsergebnisse und viel Wissen um Lage und Gefahren, es gibt Technologien, und die Kieler Werften arbeiten an Konzepten für die Bergungs- und Entsorgungsplattform. Der Appell von Minister Madsen: „Wir stehen einen halben Schritt vor der Umsetzung und wenn wir jetzt anfangen, dann kann Deutschland bei der Munitionsbergung Technologieführer sein. Munition im Meer ist ein weltweites Thema und wir könnten unsere Technologien exportieren.“

Die IHK Schleswig-Holstein beschäftigt sich schon lange mit dem Thema Munition im Meer und hat unter anderem 2021 eine Studie zur Identifizierung von Innovations- und Zukunftspotenzialen in Schleswig-Holstein unterstützt.

Autorin: Dr. Sabine Schulz, IHK zu Kiel, sabine.schulz@kiel.ihk.de

Wir sprechen Digitalsignage.



Unsere Produkte

Empfangsmonitore, Digitale Türschilder, Digitale schwarze Bretter, Digitale Wegeleitsysteme, Digitale Menüboards, Werbedisplays am PoS, Outdoor Stelen, Outdoor LED-Wände, Touch-Displays (alles inkl. 3 Jahren Cloud CMS-Software aus Deutschland)

digitalSIGNAGE.de Distribution GmbH
Geschäftsführender Gesellschafter
Dipl.-Kfm. Björn Christiansen

Kontakt

Büro Hamburg
Winterhuder Weg 78a
22085 Hamburg

Büro Schwentinental
Lise-Meitner-Straße 1-7
24223 Schwentinental

Tel. **0800 72400 98**
Web. digitalsignage.de
Mail. vertrieb@digitalsignage.de



ANZEIGE

Cybersecurity-Experten gesucht? Managed Services sind die Lösung!

Cyberattacken treffen Unternehmen in allen Branchen – die Frage ist nur wann. Einen effizienten Schutz gegen raffinierte Angriffe können traditionelle technische Security-Lösungen allein nicht mehr ausreichend garantieren. In einer aktuellen bitkom-Umfrage bestätigen 57 Prozent, dass sie Schwierigkeiten bei der Cyberabwehr haben.

Die Kombination aus Security-Technologie, Künstlicher Intelligenz und menschlicher Expertise bietet den bestmöglichen Schutz, ist jedoch für viele Unternehmen aufgrund von Kosten und dem Mangel an Security-Experten nicht abbildbar. Abhilfe für jedes Unternehmen in jeder Branche und in jeder Größe sind Cybersecurity-Services. Ausgewiesene Sicherheits-Experten ergänzen das technische Security-Ökosystem. Die Vorteile: Die Security ist in der Lage, Angriffe frühzeitig zu erkennen und abzuwehren, die Kosten sind deutlich niedriger als bei einer internen Organisation und die Security kann unkompliziert an Veränderungen sowie individuelle Anforderungen im Unternehmen angepasst werden.

www.sophos.de/mdr

SOPHOS

Günter Zschacke Harmonien und Dissonanzen 75 Jahre Lübecker Musikgeschichte 1945-2020



75 JAHRE LÜBECKER MUSIKGESCHICHTE 1945-2020

von Günter Zschacke

192 Seiten, 76 Abbildungen • ISBN 978-3-7950-5265-2 • 20,00 €
Erhältlich in Ihrer Buchhandlung.

**SCHMIDT
RÖMHILD**

Max Schmidt-Römhild GmbH & Co. KG
Tel.: 0451/7031 232 • vertrieb@schmidt-roemhild.com

TRANSPORTER-LÖSUNGEN FÜR JEDE ANFORDERUNG.

**Der T6.1 Transporter ist als
Kastenwagen oder Kombi
bei uns noch bestell-
und lieferbar!**

**Kauf, Finanzierung
oder Leasing.**



**Fordern Sie jetzt Ihr indivi-
duelles Angebot bei uns an!**

SENGER

Senger Nutzfahrzeuge GmbH
Schwertfegerstr. 2 | 23556 Lübeck | Tel. 0451 880010
info.nfz-luebeck@auto-senger.de | senger-mobility.de



Drei Fragen an ...

... PROFESSOR DR. HANS-CHRISTIAN RIEKHOF

Mit der UNICconsult Strategieentwicklung GmbH berät Riekhof Betriebe zu Fragen des strategischen und operativen Pricing und zur Umsetzung von Preisstrategien.

Sie beraten vor allem zu Pricing. Was steckt dahinter?

Pricing ist der wichtigste Gewinnhebel für Unternehmen. Sie ermitteln den Preis eines Produkts, indem sie auf die Herstellungskosten einen gewissen Betrag je nach Produktkategorie aufschlagen – das sogenannte Cost-based Pricing. Einfache „Basisprodukte“ haben einen geringeren Aufschlag als aufwendiger herzustellende „Spezialitäten“. Das ist beliebt, weil es einfach und naheliegend ist. Wie viel die Kunden bereit sind zu zahlen, wird dabei nicht berücksichtigt – das halte ich für einen Fehler. Wir empfehlen in der Regel ein Value-

based Pricing – ein wertbasiertes Pricing –, das den Wert aus Kundensicht in den Mittelpunkt rückt.

Welche Faktoren müssen Betriebe beim Pricing beachten?

Gerade in Zeiten höherer Inflation sind Preisanpassungen notwendig. Dazu haben wir eine Studie durchgeführt. Diese zeigt, dass viele Unternehmen ihre Preise zu selten anpassen und dass sie sie zu selten differenziert aktualisieren. Vermutlich weil der Vertrieb Angst hat, Aufträge zu verlieren. Hier müssen Unternehmen ihre internen Prozesse zur Preisanpassung auf den Prüfstand stellen. Und sie sollten dafür sorgen, dass sich das Vertriebsteam klare Preisziele setzt und mutig genug ist, Preise durchzusetzen. Wir nennen das „das richtige Mindset aufbauen“.

Was raten Sie Unternehmern?

Die Führungsebene sollte sich intensiv mit Pricing auseinandersetzen. In unseren Pricing-Workshops finden wir mit den Unternehmen Potenziale, die den Ertrag steigern. Eine Kernfrage des Pricings, die viel zu selten gestellt wird: Wo sind die wenig preissensitiven Bereiche unseres Geschäftes, das heißt, wo ist mit geringen Kundenreaktionen zu rechnen, wenn der Preis sich ändert? Unsere Studien zeigen, dass selten mehr als 60 Prozent der angebotenen Leistungen preissensitiv sind. Aber welches Unternehmen hat in den eigenen Stammdaten hinterlegt, ob es sich um einen preissensitiven Artikel handelt oder nicht? Für mich steht fest: Mit einer gemeinsam entwickelten und konsequent umgesetzten Preisstrategie lassen sich die Gewinne in vielen Unternehmen um 30 bis 50 Prozent steigern. jd ■

Mehr unter: www.unicconsult.com

ATTRAKTIVE WIRTSCHAFTSORTE

Innenstädte weiterentwickeln

Ortskerne ziehen Anwohner, Besucher und Unternehmen an – wenn sie ihrem Ruf als Aushängeschild von Städten und Gemeinden denn gerecht werden. Erst mit gelungener Stadtentwicklung werden aus Zentren attraktive Wirtschaftsorte.

Die Stadt Elmshorn hat gutachterlich festgelegt, den Einzelhandel zu sichern und zu stärken, gekoppelt mit einer flächendeckenden Nahversorgung. Wichtig dabei: Der Masterplan bildet die Basis der Einzelhandelsentwicklung und dient in der Bauleitplanung als Beurteilungsgrundlage für Bauvorhaben. Konkret heißt das: mehr Events, mehr Aufenthaltsqualität, mehr Beteiligung. Und dafür stehen dem Stadtmarketing bis Dezember 2024 rund 665.500 Euro zur Verfügung. Bezuschusst wird das Vorhaben mit 499.500 Euro aus dem Innenstadtprogramm des Landes. Bürgermeister Volker Hatje ist überzeugt, dass das Programm zu ganzheitlichem Erfolg führt, vor allem mit kurz-, mittel- und langfristigen Aktionen, die seit 2021 in der gesamten Stadt durchgeführt werden.

Kopfhörer-Partys, ein Fahrradkino, E-Sports-Events, das Pop-up-Huus oder Minibühnen für Kleinkünstler und Pop-up-Konzerte

sind nur einige Ideen, die seitdem in Elmshorn über das Stadtmarketing ausprobiert wurden und Fuß fassen konnten. Der Mix aus kulturellen, nicht kommerziellen, gastronomischen und kommerziellen Angeboten sei es, der die Attraktivität einer Stadt wirklich ausmache, so Manuela Kase aus dem Stadtmarketing.

Insgesamt haben Kommunen in Schleswig-Holstein im Rahmen des Innenstadtförderprogramms rund 12,5 Millionen Euro erhalten, um innovative Lösungen für ihre Stadt- und Ortsteilzentren aufzubauen. Und wie Elmshorn bemühen sich viele Städte in Schleswig-Holstein darum, mit Entwicklungsprozessen für mehr Aufenthaltsqualität und Zusammenspiel aller Akteure in Ortskernen zu sorgen. Die IHKs vertreten hierbei das Gesamtinteresse der Wirtschaft in verschiedenen Stadtentwicklungsprozessen. Vor allem Gastronomie und Einzelhandel sind dabei Anziehungspunkte, die die Menschen in Zentren bringen. Somit kommt ihnen eine Leitfunktion in der Stadtentwicklung zu.

Die IHKs setzen den Fokus in ihrer Interessenvertretung vor diesem Hintergrund auf vier Leitthemen: bau- und planungsrechtliche Vorgaben prüfen, für notwendige und nachhaltige Mobilitätsmaßnahmen die Weichen stellen, niedrigschwellige Förderprogramme verstetigen und die Städtebauförderung anpassen sowie Innenstadtakteure stärker vernetzen. JR ■

Kontakt: Dr. Liane Faltermeier, IHK zu Kiel, liane.faltermeier@kiel.ihk.de, und Inga Weitemeyer, IHK zu Lübeck, inga.weitemeyer@luebeck.ihk.de
Mehr unter: www.ihk.de/sh/innenstadtposition, www.bit.ly/innenstadtgalerie

An der Kasse ist der Kunde König

Karte, Smartwatch, Bargeld – die Zahlungsmöglichkeiten im **STATIONÄREN HANDEL** nehmen zu. Experten aus dem Handel und der Finanzbranche geben Tipps, wie Betriebe sich bestmöglich aufstellen.



Im Einzelhandel siegt langfristig die bequemste Zahlungsmöglichkeit“, sagt Frank Rehme von der gmvteam GmbH. Er unterstützt Handel und Industrie bei neuen Einkaufsinitiativen und ist Experte für Innovation im Handel sowie für Einkaufsszenarien von morgen. „Betriebe sollten immer die Wünsche des Kunden in den Fokus stellen. Schließlich möchte dieser sein Geld ausgeben. Der Handel sollte es ihm so einfach wie möglich machen.“ Wovon Rehme gar nichts hält, sind die Hinweisschilder „Kartenzahlung erst ab zehn Euro möglich“. Dieser Fall trete vielleicht drei- oder viermal die Woche ein, aber alle Kunden seien mit dieser negativen Nachricht konfrontiert. „Ich empfehle Händlern, die Transaktionsgebühren lieber in Kauf zu nehmen“, so Frank Rehme. Das schaffe insgesamt eine bessere Einkaufserfahrung. Die Frage nach dem idealen Zahlungsmix lasse sich damit beantworten, was die Kunden nachfragten, erklärt Rehme. „Habe ich ältere Kunden, die lieber bar zahlen, sollte das möglich sein. Wenn meine Kunden mit Karte oder mobil zahlen möchten, sollten sie das tun können.“ Der Vorstandsvorsitzende der Nord-Ostsee Sparkasse Thomas Menke sieht das ähnlich: „Unternehmen sollten ihr Bezahlportfolio kontinuierlich auf mögliche Lücken untersuchen und gemäß den Wünschen ihrer Kunden anpassen.“ 2023 verzeichnete die Nospa eine steigende Nachfrage nach Bezahlterminals, die Kreditkarten akzeptieren. Ein Grund: Immer mehr Groß- und Direktbanken geben nur noch Bankkarten mit Kreditkartenfunktion aus.

Im stationären Handel dominiert das Bargeld: Fast 60 Prozent werden noch bar abgewickelt. „Den Deutschen ist eine sichere Zahlung wichtig“, so Rehme. Vor 15 Jahren habe er im Rahmen eines Projekts versucht, die Zahlung per Fingerabdruck zu implementieren. „Trotz sicheren Datenschutzes waren die Menschen skeptisch. Deshalb mussten wir das Ganze einstellen“, erinnert er sich. In Dänemark zahlen die Kunden bereits digitaler. „Hier dominieren Kartenzahlungen, kontaktlose und mobile Zahlungen“, weiß Kim Møller Nielsen, Direktor der Sydbank Deutschland. Die nördlichen Nachbarn zahlen nur noch in 12,5 Prozent der Fälle bar.

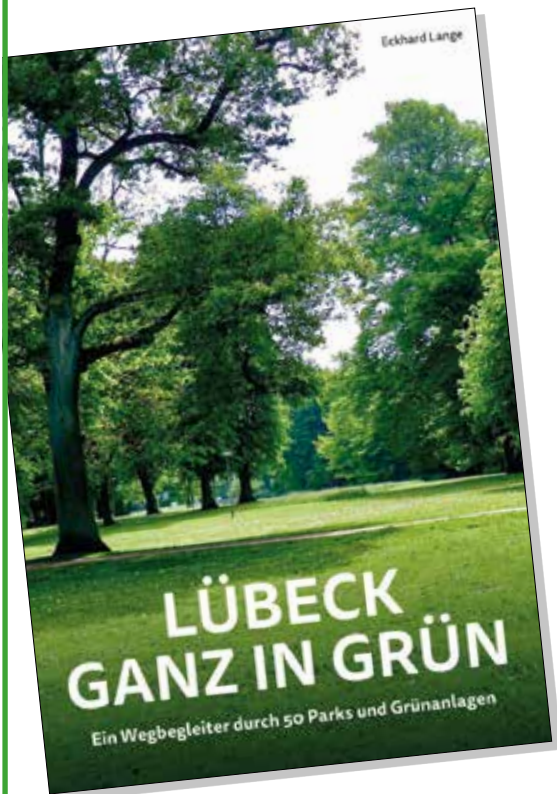
Der Bargeldkreislauf koste die Unternehmen mehr Geld als die Kartenabrechnungen. Das liege am Mehraufwand, erklärt Rehme: „Falschgeld ist im Umlauf, Mitarbeiter müssen das Geld zählen, die Erträge müssen sicher zur Bank gebracht und Wechselgeld muss beschafft werden.“ Die Kosten werden auf fünf bis neun Prozent geschätzt – bei Kartenzahlung sind es zwei Prozent Transaktionsgebühren. Die Zukunft gehöre tragbaren Zahlungsmöglichkeiten wie Uhren und Handys, so Rehme. „Sie sind eben die bequemste Variante.“ ab ■

FACHKRÄFTEEINWANDERUNG

Bürokratie abbauen

Bis 2035 werden in Schleswig-Holstein rund 300.000 Kräfte fehlen, so die Fachkräfteprojektion 2035. Daher sind Zielgruppen, die bisher noch nicht verstärkt umworben wurden, stärker in den Fokus gerückt – etwa ausländische Fachkräfte. Vor diesem Hintergrund hat der Bundestag bereits im März 2020 das Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) verabschiedet. Die vergangenen drei Jahre haben verdeutlicht, dass die Maßnahmen aber nicht gut genug waren, um eine nennenswerte Anzahl ausländischer Fachkräfte willkommen zu heißen. Daher wurde nun die Novellierung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes im Bundesgesetzblatt veröffentlicht. red ■

Vollständiger Text mit weiteren Infos: www.ihk.de/sh/feg



128 Seiten, umfangreich bebildert
ISBN 978-3-7950-5262-1 · 12,90 €
Erhältlich in Ihrer Buchhandlung.

LÜBECK GANZ IN GRÜN

Ein Wegbegleiter durch 50 Parks und Grünanlagen

von Eckhard Lange

50 kleine und größere Parkanlagen in Lübeck und seinen Nachbargemeinden Stockelsdorf und Bad Schwartau hat unser Autor besucht und beschrieben. Entstanden ist dabei kein botanisches Fachbuch, sondern ein „grüner“ Wanderführer für Naturfreunde und Erholungssuchende. Die zahlreichen Bilder können den Reichtum nur andeuten, den die Hansestadt Lübeck besitzt. Deshalb möchte dieses Büchlein vor allem Lust auf eigene Entdeckungsreisen machen.

Dabei geht es darin nicht nur um alles, was grünt und blüht, sondern auch um so manches Kunstwerk, was dort anzutreffen ist. Aber auch die oft reizvolle Geschichte dieser grünen Oasen wird erzählt.

**SCHMIDT
RÖMHILD**

Max Schmidt-Römhild GmbH & Co. KG
Tel.: 0451/7031 232
E-Mail: vertrieb@schmidt-roemhild.com

Design - Bau - Service

Immobilien mit System

GOLDBECK Niederlassung Kiel
Neufeldtstraße 4a, 24118 Kiel
Tel. +49 431 775917-0, kiel@goldbeck.de

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**

Innovativ.
Familiär.
Hanseatisch.

Ihr Partner für den
Hallenbau.

Spezialist seit 1972



 **HANSA.**

montagebau-hansa.de
Telefon 0451 / 813 044 0
info@montagebau-hansa.de

 **Cimberg**®

INGENIEURE PLANER MANAGEMENT

Gemeinsam mehr Energie!

Selbstmachen statt Verpachten

Als unabhängiger Dienstleister übernehmen wir die Beratung und die Projektentwicklung von Wind- und Solarparks sowie den IT-Support und die Betriebsführung.

Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger vor Ort, damit die Kaufkraft und der Profit in der Region bleiben.

Cimberg GmbH & Co. KG

Industriestr. 14
25813 Husum

Wellumweg 60

25924 Friedrich-Wilhelm-Lübke-Koog

Tel. 04841 9813-0

info@cimberg.com

www.cimberg.com

**KEINEN PLATZ
MEHR GEFUNDEN?**



**HAMANN
BOOKING**
by Gingco Systems

Mit unserem interaktiven Buchungssystem
wäre das nicht passiert!

www.buerokompetenz.de · raum@buerokompetenz.de



hamann erichsen hünicke



EU-Regulierungswelle trifft Handel

Der Handel unterliegt bereits heute zahlreichen **PRÜF- UND BERICHTSPFLICHTEN**, und aus Brüssel werden noch viele weitere dazukommen. Die Themen reichen von Abholung über Zoll und Cybersecurity bis hin zu Lieferketten und Umsatzsteuer. Ein kurzer Überblick.

Der Vertrieb von Produkten hat sich gewandelt. Anbieter aus Drittstaaten können Produkte digital direkt an Kunden verkaufen, Hersteller nutzen den Direktvertrieb und Plattformen sind zu wichtigen Playern im Vertriebsmarkt geworden. Alte Gesetze konnten nicht mehr für einen fairen Wettbewerb sorgen. Daher gibt es eine ganze Reihe von Gesetzesvorhaben: So werden Digital Services Act und Digital Markets Act Plattformen ab 2024 stärker regulieren und stärkere Prüf- und Sorgfaltspflichten einführen.

Weiterhin wurde die allgemeine Produktsicherheitsverordnung beschlossen, die ab Dezember 2024 in allen EU-Mitgliedsstaaten gilt. Bereits in Kraft ist die Verordnung (EU) 2019/1020 über Marktüberwachung und die Konformität von Produkten, allerdings nur für Produkte des harmonisierten Bereichs (etwa Kinderspielzeug und Produkte mit Elektronelementen).

Das New Legislative Framework (NLF) organisiert bereits seit 2018 die Überwachung von Märkten und die Sicherheit von Produkten. Die meisten Pflichten haben die Hersteller, die für die Sicherheit der Produkte sorgen müssen. Importeure und Einzelhändler haben ebenfalls Pflichten und müssen prüfen, ob eine Bedienungsanleitung in Landessprache vorhanden ist. Bei Problemen sind sie verpflichtet, diese an die Behörden beziehungsweise das Safety-Business-Gateway zu melden.

Die Logik des NLF zieht sich durch weitere Vorhaben wie den Cyber Resilience Act, der die IT-Sicherheit von Produkten im Fokus hat, oder auch die ab 2025 gültigen Regelungen zur Barrierefreiheit von Produkten und barrierefreien E-Commerce-Seiten.

Im Umweltbereich heißt die große Überschrift „Green Deal“. Neben der Verpackungsverordnung wird auch die Batterieverordnung aktualisiert. Aktuell wird über das Right to Repair verhandelt. Der Handel ist hier vor allem betroffen, wenn er Produkte im EU-Binnenmarkt verkauft: Dann ist er in jedem Land für die Einhaltung der Vorschriften zuständig. Auch bei Lieferketten wird der Händler mit sicherstellen müssen, dass die Verordnung über entwaldungsfreie Lieferketten oder das Lieferkettengesetz eingehalten wurden. Damit Verbraucher bei Fehlern ihre Rechte geltend machen können, wird außerdem die Produkthaftungsrichtlinie an die Entwicklungen angepasst.

Auch bei Umsatzsteuer und Zollrecht sind Änderungen geplant. Mit ViDA (VAT in the Digital Age) soll durch ein digitales Meldesystem Umsatzsteuerbetrug bekämpft werden. Dazu sollen Unternehmen für grenzüberschreitende B2B-Umsätze innerhalb der EU nur noch elektronische Rechnungen in einem strukturierten Format erstellen dürfen. Die Bundesregierung möchte auch für nationale Umsätze zwischen Unternehmen die verpflichtende Ausstellung der sogenannten E-Rechnung ab 2025 einführen.

Ende Mai hat die EU außerdem eine Zollrechtsreform angekündigt. Alle Sendungen sollen über eine digitale Zollplattform abgewickelt werden – im E-Commerce bereits ab 2028. Die Zollfreigrenze von 150 Euro soll abgeschafft werden und Plattformen sollen dafür sorgen, dass Zölle und Einfuhrumsatzsteuer beim Kauf entrichtet werden. red ■

Vollständiger Artikel: www.bit.ly/regulierung-handel



Charlotte und Daniel Ambratis haben den Reitstall Klövensteen übernommen.

„Wir sind die Neuen“

Der Reitstall Klövensteen hat seit Kurzem neue Inhaber. **UNTERNEHMENSNACHFOLGEN** wie diese werden im ganzen Land gesucht.

Seit fast 50 Jahren ist der Reitstall Klövensteen eine Institution in Schenefeld. Das ehemalige Inhaberpaar hat das dazugehörige Traditionsrestaurant nun weitergegeben: Charlotte und Daniel Ambratis aus der Hamburger Gastroszene haben das Lokal erworben und im April 2023 für ihre Gäste geöffnet. Die Übernahme war aufregend und nervenaufreibend für das junge Paar, bestätigt die 28-jährige Charlotte Ambratis. „Trotzdem macht es jeden Tag viel Freude, unsere Gäste zu bewirten und positive Resonanz zu erhalten.“ Charlotte Ambratis machte ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau im

Schwarzwald und fand am International Wine Institute in Ahrweiler ihre Leidenschaft – dafür wurde sie 2019 zu den Top 50 Sommeliers in Deutschland gezählt. Ihren Mann Daniel Ambratis traf sie im Restaurant Seven Seas im Süllberg, ein Luxus-Hotel im Hamburger Stadtteil Blankenese. Die harte Arbeit der vergangenen Jahre helfe dem jungen Ehepaar, das sich mit einem eigenen Restaurant einen langen Traum erfülle, so Ambratis.

Gäste kennen und lieben das Restaurant seit 49 Jahren. Den Wechsel hätten beinahe alle sehr positiv wahrgenommen, freut sich das neue Inhaberpaar. „Viele loben die etwas frischere und moderne Küche. Wir haben uns sehr bemüht zu erklären, dass wir manche Dinge jetzt anders machen. Viele der langjährigen Stammgäste haben wir so ohne Probleme halten können“, sagt Charlotte Ambratis. Geändert wird häppchenweise: optisch im Haus, inhaltlich auf der Speise- und Weinkarte. „Langfristig möchten wir unseren Biergarten umgestalten und die Räumlichkeiten noch weiter optimieren“, so die Sommelière weiter.

Der Fokus sei klar: das erste Jahr gut zu Ende bringen. „Wir haben unterschätzt, wie viel Arbeit auf uns zukam – nicht weil wir mangelhaft vorbereitet waren, sondern weil fast jeden Tag etwas Neues hinzukommt. Besonders die Wartezeiten bei den mit einer Übernahme zusammenhängenden Gewerken wie Banken und Versicherungen waren sehr fordernd“, sagt Daniel Ambratis. Um „das Puzzle aus vielen kleinen Teilen zusammenzusetzen“, wie Charlotte Ambratis den Prozess beschreibt, empfiehlt sie daher einen guten Finanz-, Versicherungs- und Steuerberater. „Wir haben unsere Übergabe in nur dreieinhalb Monaten hingelegt, was sehr sportlich ist – ich würde heute empfehlen, mindestens ein halbes Jahr einzuplanen.“ Und weiter rät das Paar: „Mit Mut, aber auch mit Feingefühl an die Sache rangehen. Für uns hat es sich bereits heute gelohnt und wir würden nichts lieber tun, als unseren eigenen Betrieb zu führen – mit allen schönen Seiten und allen Widrigkeiten.“ JR ■

Vollständiger Text: www.ihk.de/sh/reitstall-kloevensteen

UMFRAGE VON IHK UND HWK

Unternehmensnachfolge frühzeitig angehen

Die Zahl der Unternehmerinnen und Unternehmer in Schleswig-Holstein, die ihre Nachfolge noch nicht geregelt haben, ist in den vergangenen fünf Jahren deutlich gestiegen. In einer Umfrage der IHKs Flensburg, Kiel und Lübeck sowie der Handwerkskammern Flensburg und Lübeck unter Chefinnen und Chefs im Alter ab 55 Jahren gab jeweils mehr als die Hälfte an, noch nicht aktiv geworden zu sein. „Wir raten den Unternehmern dringend, sich frühzeitig mit der Nachfolgeregelung zu beschäftigen. Ab einem Alter von 55 Jahren sollten sie sich auf dieses Thema vorbereiten“, sagt Staatssekretärin Julia Carstens.

Zum sechsten Mal im Abstand von jeweils fünf Jahren haben die Kammern die Spitzen von rund 14.500 Handwerksbetrieben und 10.000 IHK-Unternehmen befragt. Die Zahl der noch nicht vorbereiteten Unternehmen im Bereich der IHK ist von 46 Prozent im Jahr 2018 auf nunmehr 57 Prozent gestiegen, bei den Handwerksbetrieben konsolidierte der Wert bei 54 Prozent nach 58 Prozent 2018. „Dieser Anstieg ist noch nicht besorgniserregend. Da ein Übergabeprozess aber mehrere Jahre dauern kann, wird es für Chefs ab 55 Jahren jetzt höchste Zeit, in die Initiative zu gehen“, so Hagen Goldbeck, Präsident der IHK Schleswig-Holstein. Als Gründe neben dem demografischen Wandel nannte er die unsichere geopolitische Lage, den Ausgleich von Verlusten aus der Pandemiezeit, die hohen Energiepreise sowie veränderte Lieferketten. Oz ■

Vollständige Umfrage: www.ihk.de/sh/umfrage-unf



**BRINGT
EINFACH
MEHR**

ODER ALLES



Entdecken
Sie unsere
Mehrbringer-
Services

Wir sind führender Großhändler und sorgen dafür, dass das Alltagsgeschäft zwischen den Meeren immer sauber läuft. Mit **hochwertigen Ge- und Verbrauchsartikeln für Reinigung und Hygiene, individuellen Dienstleistungen und Top-Beratung** sind wir Ihr Versorgungsspezialist – bei uns bekommen Sie alles aus einer Hand.

Von unserem regionalen Standort in Neumünster liefern wir bis zu 200.000 Bestellungen pro Jahr an rund 20.000 zufriedene Kund*innen aus. Werden Sie eine*r davon und profitieren Sie von digitalen Bestell- und Lieferoptionen, Maschinenservices oder Schulungsmöglichkeiten. **Entdecken Sie unser Angebot!**

 **HENRY KRUSE**

www.henry-kruse.de

Ein Unternehmen der

**igefa**
Immer. Fürs Leben da.

Hinweisgeberschutzgesetz – und jetzt?

Das Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) verpflichtet Unternehmen dazu, sichere Kanäle für die **MELDUNG VON MISSSTÄNDEN** einzurichten, und verbietet Repressalien aller Art gegenüber hinweisgebenden Personen (Whistleblowern). Das müssen Unternehmen jetzt beachten.



- Beachtung des Vertraulichkeitsgebots: Die Vertraulichkeit der Identität des Hinweisgebers, des Inhalts der Meldung sowie sonstiger in der Meldung genannter Personen muss gewahrt bleiben.
- Keine Pflicht zur Ermöglichung anonymer Meldungen, sondern lediglich eine Empfehlung des Gesetzgebers.

Was ist bei internen Meldestellen zu beachten?

- Als interne Meldestelle zu benennen sind Beschäftigte des Unternehmens oder aber auch externe Dienstleister.
- Die Meldestelle muss über entsprechende Fachkenntnisse verfügen, unabhängig sein und keinem Interessenkonflikt unterliegen. Geeignet sind zum Beispiel Justiziere oder Compliance-Beauftragte des Unternehmens, Datenschutzbeauftragte oder aber ein externer Anwalt.
- Gegebenenfalls ist die Einrichtung einer gebündelten Meldestelle erforderlich, wenn das Unternehmen außer dem HinSchG auch dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder dem Wertpapierhandelsrecht unterliegt.
- Unternehmensgruppen, deren Firmen jeweils maximal 249 Beschäftigte haben, können auch nur eine einzige interne Meldestelle einrichten.
- Mehrere Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten können für die Entgegennahme von Mel-

dungen eine gemeinsame Meldestelle einrichten und betreiben.

- Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats vor Einrichtung beachten (insbesondere beim Wie).
- Datenschutzrechtliche Vorschriften (insbesondere DSGVO, BDSG).

Welche Aufgaben hat die Meldestelle?

- Betreiben der eingerichteten Meldekanäle, Bereithalten von klaren und leicht zugänglichen Informationen für Beschäftigte über externe Meldeverfahren, Prüfung und Kontrolle der eingehenden Meldungen und Ergreifen von Folgemaßnahmen, Beachtung der Bearbeitungsfristen nach Paragraph 17 HinSchG, Dokumentation der Meldungen und Aufbewahrung/Löschung der Daten. ■

Wer hat das HinSchG wann umzusetzen?

- Unternehmen mit mindestens 250 Beschäftigten sowie (unabhängig von der Anzahl der Beschäftigten) Unternehmen in bestimmten Branchen (zum Beispiel Wertpapierdienstleistungen, Börse, Kreditwesen) bis spätestens 2. Juli 2023. Aber: Die Bußgeldvorschrift tritt erst am 1. Dezember 2023 in Kraft. Das heißt: Es wird kein Bußgeld verhängt, solange keine interne Meldestelle eingerichtet und betrieben wird.
- Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten: bis zum 17. Dezember 2023.
- Kleine Unternehmen mit in der Regel bis zu 49 Beschäftigten: nicht vom HinSchG erfasst.

Was ist zu tun?

- Einrichtung einer internen Meldestelle: Auswahl geeigneter Meldekanäle. Meldung in mündlicher oder in Textform (speziell für die Bearbeitung von Meldungen nach dem HinSchG eingerichtete E-Mail-Adresse oder IT-basiertes Hinweisgeber-system im Internet/Intranet) muss möglich sein sowie auf Wunsch des Hinweisgebers ein persönliches Treffen.

Autorin und Kontakt: Tina Möller, IHK zu Kiel, Recht und Steuern, tina.moeller@kiel.ihk.de

Mehr unter: www.ihk.de/sh/hinschg

EMPFEHLENSWERTE FIRMEN ERWARTEN IHREN ANRUF!

STEUERBERATER

[KONTRAST!]

Entrepreneure GmbH Steuerberatungsgesellschaft
Lübeck und Hamburg

Vermögensübertragung · Vermögensplanung · Unternehmensnachfolge
Mehr als 25 Jahre Gestaltungsberatung für Unternehmer

Jörg Werner
Vereidigter Buchprüfer, Steuerberater
Zertifizierter Family Officer FVF
(e-mail: j.werner@kontrast-stb.de)
23568 Lübeck, Hafenstrasse 33 · 20148 Hamburg, Tesdorpfstraße 19



STEUERBERATER



DIE STEUERBERATER

GRUBE | EVERS | PARTNER

• Innovativ • Digital • Kompetent •

Zeiss-Straße 19 | 23626 Ratekau | Tel. 04504-8121-01 | Fax 04504-8121-25
info@grube-evers-partner.de | www.grube-evers-partner.de

DIGITALISIERUNG

**Wir machen
Digitalisierung
einfach!**

Ihr Partner für digitale
Geschäftsprozesse im
Hansebelt. Starten Sie jetzt!

idnds.de | moin@idnds.de | +49 40 645040-0

ID-NET
DIGITAL SOLUTIONS



WERT- UND FEUERSCHUTZSCHRÄNKE

Geprüfter Schutz vor Einbruch und Feuer

**Wert- und Feuerschutzschränke
Schlüsseltresore | Waffenschränke**

- Lieferung, Aufstellung u. Montage
- Service und Notöffnungen

**TRESOR
BAUMANN**
SEIT 1897



Besuchen Sie unsere Ausstellung mit Neu- u. Gebrauchtsmodellen.
Eiderhöhe 5 · 24582 Bordesholm · Tel. 04322 / 58 38 · www.tresor-baumann.de

HALLENBAU

**STIEBLICH
HALLENBAU**
www.stieblich.de



Hallenbau - schlüsselfertig
Office aus Stahl und Glas
Statik - Ausführungsplanungen
Brandschutzplanungen
Güstrow/M-VT: 03843 2410-0
info@stieblich.de

IMMOBILIEN



**Der Erfolg eines guten Immobilienmaklers
liegt an der Zuverlässigkeit und
Bodenständigkeit**

Ich persönlich bin seit ca. 40 Jahren erfolgreich in Norddeutschland sowie auch bundesweit am Immobilienmarkt tätig. Nutzen Sie meine langjährige Erfahrung und mein Netzwerk. Gewerbeimmobilien, Hotels, Pensionen, Zinshäuser etc.
LBS Immobilien GmbH Gebietsleitung **Ulrich Delfs**
Geschäftsstelle Husum, Norderstr. 22,
25813 Husum, ☎ 04841-779925, 0171-7716270



WIR VERMITTELN ZUFRIEDENHEIT

UMWELTECHNIK



www.flenker-bau.de

Ihr zuverlässiger Partner für Gewerbe und Industrie:

- Beton-/Stahlbetonarbeiten
- Pflaster- und Entwässerungsarbeiten
- Umbau- und Maurerarbeiten
- Erd- und Kanalbau
- Kanal-TV und Kanalsanierung



**Flenker
Bau**

HOCHBAU · TIEFBAU

UMWELTECHNIK

Paradiesweg 54 · 24223 Schwentinental · Tel.: 0 43 07-93 800 · info@flenker-bau.de

BUCHHALTUNGSSERVICE

JMM Buch-
haltungs-
Service



- Monatliche Finanzbuchhaltung bis zur Umsatzsteuer-Voranmeldung
- Lohn- und Gehaltsabrechnungen mit sämtlichen Meldungen an Sozialversicherungen und Krankenkassen

Jens Martens-Mannhardt

Telefon 04122-9799-411 oder 0172-422 94 44
JMM@Jens-MM.de | www.Jens-MM.de

Beilagenhinweis:

Dieser Ausgabe liegt eine Vollbeilage der Fa. Wortmann, Hüllhorst,
sowie eine Teilbeilage (Ausgabe Kiel) der Fa. Finck & Claus, Pinneberg, bei.

AUTO TOP! ALLES TOP?
TOP VERSICHERT
IN ALLEN LEBENSLAGEN!

Unser Versicherungs-Check ... und gut.

★★★★★
Top

**Rundum-
Versicherer
im Norden**

Wir Norddeutschen reden bekanntlich nicht viel.
Wir wollen eine Versicherung, einen Ansprechpartner
und **die beste Lösung, wenn mal was passiert.**
Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

 **Itzehoer**
Versicherungen
... und gut ✓