

# 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](http://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

**E**in 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](http://www.fahrzeugschein.de) und der Jobplattform [www.schrauberjobs.de](http://www.schrauberjobs.de).*

#### WAS IST IHRE MEINUNG?

Schreiben Sie der Redaktion: [redaktion@luebeck.ihk.de](mailto: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	<b>Gut zu wissen</b>	
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	<b>Titelbild:</b> 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](mailto:ihk@kiel.ihk.de)  
 Internet: [www.ihk.de/schleswig-holstein](http://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](mailto:vogt@flensburg.ihk.de)  
 Redaktionsassistentz:  
 Maren Lüttschwager  
 Telefon: (0461) 806-385  
 Telefax: (0461) 806-9385  
 E-Mail: [luettschwager@flensburg.ihk.de](mailto: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](mailto:karsten.vonborstel@kiel.ihk.de)  
 Redaktionsassistentz:  
 Kristina Jagszent  
 Telefon: (0431) 5194-223  
 Telefax: (0431) 5194-523  
 E-Mail: [kristina.jagszent@kiel.ihk.de](mailto: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](mailto:benjamin.tietjen@luebeck.ihk.de)  
**Verlag und Anzeigenverwaltung:**  
 Max Schmidt-Römhild GmbH & Co. KG  
 phG: Hansisches Verlagskontor GmbH  
 Geschäftsführer: Dr. Michael Platzköster  
 Konrad-Adenauer-Str. 4, 23558 Lübeck

Telefon: (0451) 7031-01  
 E-Mail: [mueller.bastian@mediamagneten.de](mailto: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@prehn-media.de](mailto:susanne.pohn@prehn-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](mailto: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

**D**as 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.“ ■



Initiatorinnen und Initiatoren von „Gemeinsam Meer schaffen“

Mehr unter: [www.ihk.de/sh/gms](http://www.ihk.de/sh/gms)

**ADAC TOURISMUSPREIS SCHLESWIG-HOLSTEIN**

## Projekte mit Strahlkraft

**S**ie 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. ■



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

Mehr unter: [www.bit.ly/adac-2023](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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.*





**E**rst 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



Der Lübecker Barbesitzer und Gastronom Clemens Dietrich setzt bei dem „KöniGIN der Hanse“ auf den Geschmack von Marzipan.

„Niendorfs Heilsalbe 22“ ist eines von vielen Eigenprodukten der Lübecker Löwen-Manufactur.



# Mit Kundenwünschen punkten

**EIGENMARKEN** geben Unternehmen die Möglichkeit, ein Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln. Drei Unternehmen berichten, wie sie ihre Kundschaft mit ihren Angeboten begeistern.

**A**ls Clemens Dietrich, Inhaber der Dietrich's Bar in Lübeck, 2018 bei der Gestaltung einer Cocktailbar für den Hanse-tag half, stellte sich folgende Frage: Hat Lübeck einen eigenen Gin? Kurzsentschlossen schenkte Dietrich ein Experiment ein – die harzige Note des Gins verbunden mit dem weichen Geschmack von Marzipan. Da stand fest: Der soll es werden! Die KöniGIN der Hanse war geboren. „Es lief so gut an, dass wir während des Hansetags schon nachbestellt haben“, erinnert sich der glückliche Erfinder.

Ähnliches erlebt Apotheker Marcus Niendorf, Inhaber der Löwen-Apotheke und Geschäftsführer der Löwen-Manufactur in Lübeck. Täglich bekommen seine hauseigenen Rezepturen, die liebevoll verpackt weltweit versendet werden, großartige Bewertungen im Internet. Die Resonanz ist durchweg positiv, sagt Niendorf.

Ein Besuch in der Klosterapotheke Santa Maria Novella in Florenz ließ Niendorf sein Apothekerdasein neu erfinden. Die Kundschaft der Löwen-Apotheke erfreut sich seitdem an einer stimmungsvollen Einrichtung, passend zum 800 Jahre alten Gebäude und der 125-jährigen Familiengeschichte, und bewundert die Etiketten der Flaschen und Tuben, in denen Niendorf seine pflanzlich basierten Rezepturen verkauft. „Die Menschen lieben die Atmosphäre in unserer Apotheke“, sagt Niendorf, weil sie Sehnsüchte nach dem Schönen und Beständigen weckt, und weil sie Tradition erlebbar macht.

„Der Kunde weiß genau, was er haben möchte. Treffen wir seinen Geschmack mit den Eigenmarken, spricht er auch sehr gut auf die Produkte an“, sagt Kaufhausbesitzer Martin Stolz, der seit 20 Jahren erfolgreich mit Eigenmarken im Geschäft ist.

Auch Dietrich sieht in seiner gewachsenen Produktpalette die Möglichkeit, sich von anderen Bars abzuheben. „So können wir Gin Tonics und Cocktails mit unseren Produkten, die fest in der Karte verankert sind, anbieten, und das zu günstigeren Preisen“, sagt Dietrich. Zusätzlich zu ihrer bestehenden Fangemeinde begeistern die Gins und Liköre als Souvenir und Kundengeschenke.

Von der Wirkung seiner ausschließlich pflanzlichen Präparate überzeugt, legt Niendorf größten Wert auf die Qualität seiner Zutaten. Es sind über Jahrzehnte gewachsene Verbindungen zu seinen Produzenten, bei denen er seine Rohstoffe kauft, die Vertrauen schaffen.

„Unsere Eigenmarken spiegeln unseren Qualitätsanspruch wider“, erklärt Stolz. „Wir haben einen hohen Anspruch an ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. Bei unseren Marken können wir alles nach unseren Vorstellungen gestalten und dem Bedürfnis unserer Kunden entsprechen.“

Autorin: Swantje Altenburg, IHK-Redaktion Lübeck, swantje.altenburg@luebeck.ihk.de

## SOCIAL MEDIA

# Kunden gewinnen, Bekanntheit steigern

Vor allem für kleine Händler bietet Social Media zahlreiche Vorteile, um Reichweite zu erhöhen und neue Kunden zu gewinnen. Produkte lassen sich so nicht nur im stationären Handel, sondern auch überregional vertreiben.

Ein großer Vorteil der sozialen Medien ist die Möglichkeit, kostengünstig Werbung zu machen. Im Vergleich zu traditionellen Werbemethoden wie Printanzeigen sind die Kosten deutlich geringer. Betriebe können sich so auch mit kleinem Budget eine effektive Online-Präsenz aufbauen.

Zudem ermöglicht Social Media kleinen Händlern eine direkte Kommunikation mit ihren Kunden. Durch Plattformen wie Instagram oder TikTok können Unternehmen Feedback erhalten und schnell auf Fragen reagieren. Dies schafft Vertrauen und stärkt die Kundenbindung. Die Wahl der Plattform sollte dabei gut überlegt sein und sich nach der Zielgruppe des Unternehmens richten.

**Vor der Eröffnung eines Accounts** sollte eine Strategie entwickelt werden. Im besten Fall zusammen mit dem Team, das den Account künftig betreut. Eine gut durchdachte Strategie hilft dabei, den Fokus zu behalten und gezielte Inhalte zu erstellen. Je nach Unternehmensgröße sollte sich mindestens eine Person in Teilzeit oder Vollzeit nur mit Social Media beschäftigen.

Sobald der Account erstellt ist, ist es wichtig, regelmäßig Inhalte zu veröffentlichen und mit den Followern zu interagieren. Es empfiehlt sich, einen Redaktionsplan zu erstellen. Wiederkehrende Formate können dabei helfen, bereits Monate im Voraus zu planen.

Es ist darauf zu achten, Videos, Bilder, Infografiken und Texte zu verwenden, die die Produkte oder Dienstleistungen optimal präsentieren. Der Fokus sollte dabei eindeutig auf Bewegtbild liegen. Der Inhalt muss abwechslungsreich sein, einen Mehrwert bieten und im besten Fall Emotionen ansprechen.

Verschiedene Analysetools stehen zur Verfügung, um die Reichweite von Beiträgen zu überwachen und herauszufinden, welche Inhalte am besten ankommen. Auf Basis dieser Erkenntnisse kann die Social-Media-Strategie optimiert und gezielt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe reagiert werden. Es ist wichtig, Trends im Auge zu behalten und neue Funktionen auszuprobieren, um den Account weiterzuentwickeln. ■

**Autorin und Kontakt:** Julia Beckmann, IHK zu Lübeck, Digitale Dienstleistungen, Telefon: (0451) 6006-124, [julia.beckmann@luebeck.ihk.de](mailto:julia.beckmann@luebeck.ihk.de)

## SOCIAL-MEDIA-BASICS – TIPPS FÜR DEN START



[www.ihk.de/sh/some-basics](http://www.ihk.de/sh/some-basics)

## EINZELBERATUNG SOCIAL MEDIA – MEET THE EXPERTS



[www.ihk.de/sh/meet-some](http://www.ihk.de/sh/meet-some)

## WEBINAR-MEDIATHEK – SOCIAL MEDIA



[www.ihk.de/sh/mediathek-some](http://www.ihk.de/sh/mediathek-some)

## Drei Fragen an ...

## ... INGA WEITEMEYER

*Inga Weitemeyer ist Referentin für Handel und (Innen-)Stadtentwicklung bei der IHK zu Lübeck.*



### Welche digitalen Potenziale sollten Einzelhändler nutzen?

An erster Stelle steht die Sichtbarkeit. Das Kaufverhalten beginnt oft am Smartphone – wer bei dieser Suche nicht auftaucht, wird auch im weiteren Entscheidungsprozess nicht berücksichtigt. Aber auch das Back-Office ist entscheidend für eine gelungene und nachhaltige Customer Journey. Dreh- und Angelpunkt ist dabei ein Warenwirtschaftssystem. Es bietet Vorteile in puncto einheitlicher Datenbestand, Automatisierung, Transparenz sowie eine bessere Prozessauswertung. Eng verbunden damit ist der Einsatz digitaler Bezahl- und Kassensysteme, die vor allem buchhalterische Abläufe unterstützen können. Aber auch ohne solche Systemanwendungen sind erste digitale Schritte möglich – etwa mit bargeldlosem Bezahlen, E-Bons und einer digitalen Terminbuchung.

### Wie können Händler ihre digitale Sichtbarkeit erhöhen?

Für eine digitale Sichtbarkeit ist ein Eintrag bei Google My Business und dessen Pflege wichtig. Eine eigene Homepage hilft, das Angebot, aber auch das Unternehmensprofil darzustellen. Social-Media-Kanäle bieten Einzelhändlern ein hohes Potenzial für werbende Maßnahmen. Aber auch mit einem Newsletter kann Kundenbindung mit geringem Zeitaufwand erzielt werden. Mit einem Webshop oder dem Verkauf über die sozialen Medien oder andere Verkaufsplattformen erweitert sich der Vertriebskanal. Bei den ersten Schritten hilft die IHK gern.

### Was gibt es beim Thema Online-Vertriebskanal zu beachten?

Sichtbarkeit spielt bei diesem Thema ebenfalls eine Rolle. So kann es besonders für Fachhändler sinnvoll sein, einen gemeinsamen Kanal zu betreiben, um die digitale Reichweite zu erhöhen. Ausschlaggebend für die Kaufentscheidung im E-Commerce ist meistens der Preis, vor allem im direkten Vergleich. Dennoch ist die Verknüpfung der Vertriebskanäle eine weitere Erleichterung für die Kunden, die an den Servicegedanken anknüpft. Ein passgenaues Shopsystem kann an das Warenwirtschaftssystem angeschlossen werden, um einen reibungslosen Ablauf zu sichern. BT ■

**Kontakt:** Inga Weitemeyer, IHK zu Lübeck, Standortpolitik, Telefon: (0451) 6006-173, [inga.weitemeyer@luebeck.ihk.de](mailto:inga.weitemeyer@luebeck.ihk.de)



Jule Czudaj und Hannah Plöhn (rechts) setzen auf ein funktionales Trainingskonzept.

## Athletik für den Alltag

Eigentlich haben Jule Czudaj und Hannah Plöhn nur eine größere Fläche für ihr eigenes Training gesucht, kurze Zeit später gründeten sie **MOIN MOIN ATHLETIK**. Das Konzept: funktionales Training, das fit für den Alltag macht.

**M**it einer Kettlebell-Hantel in beiden Händen steigt Hannah Plöhn konzentriert auf eine der vielen Holzboxen, die sich in der großen Trainingshalle neben Rudergeräte und Stationen mit Turnringen und Langhanteln reihen. Die Übung ist Teil des Athletiktrainings, das die beiden Gründerinnen seit 2020 in einem Lübecker Gewerbegebiet anbieten. In kleinen Gruppen leiten sie hier bis zu zehn Leute pro Kurs an, die vor allem mit freien Gewichten und ihrem Körpergewicht trainieren. „Ein kurzes funktionales Training mit Fokus auf Ausdauer, Beweglichkeit und Explosionskraft stärkt die Leistungsfähigkeit und Belastbarkeit im Alltag. Es ist effizienter als isolierte Übungen an Geräten, wie sie in vielen Fitnessstudios stehen. Denn nur ein großer Bizeps hilft im Alltag nicht viel weiter“, erklärt Plöhn. Kennengelernt haben sich die zwei Inhaberinnen beim Sport, beide nehmen an Wettkämpfen in der Disziplin olympisches Gewichtheben teil. Vor der Pandemie leiteten sie jeweils eine Filiale derselben Fitnessstudio-Kette, liebäugelten aber mit einer Veränderung.

„Wir wollten etwas Eigenes machen, mit einer anderen sportlichen Ausrichtung“, so Czudaj. Als sie während des Corona-Lockdowns eine Fläche für ihr eigenes Training fanden, fiel kurzerhand der Entschluss, ein eigenes Studio aufzumachen. Nach Rücksprache mit dem Vermieter bauten die Fitnessökonomin und die gelernte Sport- und Fitnesskauffrau das ehemalige Bürogebäude in Eigenregie in eine moderne Trainingsfläche um. „Wir haben zum Beispiel die Wände selbst herausgenommen und einen neuen Boden gelegt. Denn der alte Büroboden hätte die bis zu 210 Kilo schweren Langhanteln vermutlich nicht lange ausgehalten“, sagt Czudaj. Mit ihrem Kursangebot richten sie sich nun gleich an mehrere Zielgruppen, denn das Athletiktraining sei für alle Menschen möglich. Außer Einheiten für Einsteiger und Leistungssportler bieten sie auch Kurse für Schwangere und für Frauen mit Babys an. Nach einer Kooperation mit einer Kita schauen die Gründerinnen bereits in die Zukunft: „Auch Personal Training und Betriebssport soll es langfristig geben“, so Plöhn. **BT ■**

### AWARD FÜR AMBITIONIERTE ARBEITGEBER

**A**cht Unternehmen haben den **AMBIT-Award 2023** verliehen bekommen. Mit dem deutschlandweit einzigartigen Qualitätssiegel würdigt die IHK zu Lübeck bereits zum zweiten Mal besonders ambitionierte Arbeitgeber. „Mit der Verleihung zeichnen wir ambitionierte Betriebe aus, aber auch unsere Region als Wirtschaftsstandort mit attraktiven Arbeitgebern. Dieses Image kommt dem ganzen Standort zugute“, sagt IHK-Präsident Hagen Goldbeck. Den Award gibt es in den Stufen Bronze, Silber und Gold. Drei Arbeitgeber hatten sich bereits vor zwei Jahren auditieren lassen. Im zweiten Durchgang haben sie die nächste Stufe erreicht. Kern ihres Zertifizierungsprozesses ist ein mit wissenschaftlicher Begleitung entwickelter Fragebogen für eine qualifizierte Befragung der Geschäftsführung

und der Belegschaft. Je nach erfüllter Leistung und individuellen Zielen können die Teilnehmer die Auszeichnung in Bronze, Silber oder Gold erhalten. Goldbeck: „Das Siegel bescheinigt Ihnen, dass Sie ein ambitionierter Arbeitgeber sind und steigert Ihre Attraktivität für Bewerberinnen und Bewerber.“ **Oz ■**

#### Preisträger des AMBIT-Awards 2023:

**Bronze:** Alfred Nolte GmbH, Reinbek; Voltus GmbH, Bad Schwartau; **Silber:** Allianz Versicherung Svend Andres, Bad Segeberg; Jonas Baelemente GmbH, Lübeck; Schmidt Steuerberatungsgesellschaft mbH, Großhansdorf; **Gold:** Herrmann-Rowedder GmbH & Co. KG, Lübeck; Druckluft Evers GmbH, Ahrensburg; Fiergolla GmbH, Lübeck

Mehr unter: [www.ihk.de/sh/ambit](http://www.ihk.de/sh/ambit)



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

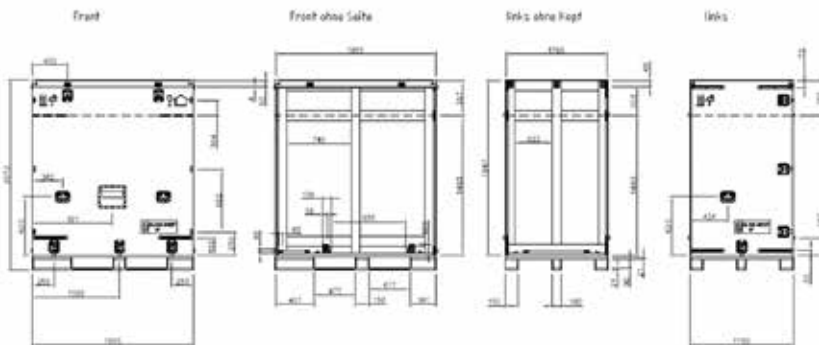


MITGLIED GÜTEGEMEINSCHAFT BETON

Aufmaß Konstruktion Fertigung Verpackung

# Transportverpackungen aus Holz

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



 **Norddeutsche Kistenfabrik**  
— K. Pannecke GmbH —

Südring 36  
21465 Wentorf bei Hamburg

Tel. 040 720 78 79  
Fax 040 720 32 88

[www.noki-gmbh.de](http://www.noki-gmbh.de)  
[info@noki-gmbh.de](mailto:info@noki-gmbh.de)

NAUTIC  YACHTING

# WAS HÄLT DICH ZURÜCK?

Grenzenlose  
Möglichkeiten erleben.  
Mit Nautic Yachting.

FREIHEIT finden:  
[nautic-yachting.com](http://nautic-yachting.com)



## EXISTENZGRÜNDERPREIS DER LÜBECKER WIRTSCHAFT

## Auszeichnung für junge Erfolgsgeschichten

**D**ie Gewinner des Existenzgründerpreis der Lübecker Wirtschaft kommen aus Sandesneben und Lübeck. Eins der jungen Unternehmen vertreibt Naturkosmetika, das andere hat eine digitale Suche nach Werkzeugen entwickelt.

Mit einer digitalen Werkzeug-Suche konnten die beiden Gründer der Tooltip GmbH überzeugen. Dmytro Borysenko und Artem Maidanovych gewannen den Innovations- und Mutpreis. Die Jury erklärte die Entscheidung so: Bisher seien Kataloge aus Papier der Standard, durch den sich die Beschaffung im Mittelstand und Handwerk mühen müsse, um Werkzeuge zu finden.

„Die Lösung von Tooltip kommt dem Bedürfnis nach professioneller und kostenbewusster Auswahl von Werkzeugen entgegen und ist hinsichtlich der Anzahl von Anbietern und Kunden skalierbar“, hieß es von der Jury. „Durch die Integration von KI-gestützter Technologie können ganze Bauteil-Skizzen eingegeben werden, um die für die Bearbeitung entsprechenden Werkzeuge vorgeschlagen zu bekommen.“

Frank Schröder-Oeynhaus von Technikzentrum Lübeck, hob hier einen Standortvorteil des Bundeslandes hervor: „Die Erfolgsgeschichte von Tooltip zeigt, wie effektiv die gute Vernetzung der Institutionen im Start-up-Ökosystem funktioniert.“

Während der Teilnahme am Gateway-Accelerator-Programm habe sich Tooltip 2022 gegründet. Die WT.SH habe nicht nur die Antragstellung für eine KI-Förderung begleitet, sondern auch Unterstützung durch Hochschulpartner geboten.



Glückliche Gewinner: Jennifer Martens und das Gründerduo Dmytro Borysenko und Artem Maidanovych

Tränen flossen bei Jennifer Martens, der Siegerin des Existenzgründerpreises der Lübecker Wirtschaft 2023. „Ich habe damit nicht gerechnet“, sagte die Gründerin von Ömaka Naturkosmetik auf der Bühne. Martens hat Haarpflegeprodukte für Menschen mit Locken und Afrohaaren entwickelt.

„Für die Jury war es ausschlaggebend, dass Sie Ihre Idee, nachhaltige Naturkosmetika für Lockenköpfe zu kreieren, nicht nur umgesetzt, sondern damit auch schon Ihren Markt gefunden haben“, sagte Axel Blankenburg, Präsides der Kaufmannschaft Lübeck, zur Gewinnerin. „Dank eines guten Vermarktungskonzeptes und Ihrer positiven Hartnäckigkeit ist Ihnen das gelungen. Mittlerweile sind Ihre Produkte selbst bei einer großen Drogeriekette erhältlich. Das ist eine großartige Leistung.“

Quelle: Lübecker Nachrichten

## IHK-NEUJAHREMPFANG AM 17. JANUAR 2024

## Jetzt für Einladung registrieren

**D**ie IHK zu Lübeck lädt ihre Mitglieder zum Neujahrsempfang am Mittwoch, 17. Januar 2024, ein. Bei der wichtigsten Netzwerkveranstaltung der Wirtschaft im Hansebelt treffen sich Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Vertreterinnen und Vertreter von Politik, Verbänden und öffentlichem Leben wieder in der Musik- und Kongresshalle Lübeck. Im Dialog unter anderem mit Schleswig-Holsteins Ministerpräsidenten Daniel Günther möchte die IHK wichtige Signale an die Wirtschaft senden: Die Wirtschaft in Schleswig-Holstein ist auch für Krisen gut aufgestellt, sie hat Chancen und Perspektiven.

Ab sofort laden wir nicht mehr schriftlich ein. Wer künftig bei den Jahresempfängen der IHK zu Lübeck dabei sein möchte, sollte sich online registrieren. Die Einladung und weitere Informationen erhalten Sie rechtzeitig per E-Mail. Wer sich bereits für den Jahresempfang im Sommer 2023 registriert hatte, erhält alle Informationen automatisch zugeschickt.

Hier können Sie sich für weitere Informationen und eine Einladung registrieren (Stichwort „Neujahrsempfang“): [www.ihk.de/sh/MeineIHKInfo](http://www.ihk.de/sh/MeineIHKInfo)

### LIEBE LESERINNEN UND LESER,

heute halten Sie die vorerst letzte Ausgabe der „Wirtschaft zwischen Nord- und Ostsee“ in Ihren Händen. Zum Jahresende 2023 stellen wir die landesweite Zeitschrift der IHK Schleswig-Holstein als Printprodukt ein.

Doch Sie müssen auf das gedruckte Informationsangebot der IHK nicht verzichten: Ab Februar 2024 gibt die IHK zu Lübeck sechsmal im Jahr eine neue IHK-Zeitschrift heraus, die noch abgestimmter auf die regionalen Interessen der Unternehmen im Hansebelt ist.

Aktueller informieren wir Sie künftig in unserem IHK-Onlinemagazin. Dort erhalten Sie wissenswerte Service- und Hintergrundtexte sowie spannende Porträts über innovative Unternehmen aus ganz Schleswig-Holstein – selbstverständlich in gewohnter Qualität, nur tagesaktuell und mit wenigen Klicks aufrufbar. Schauen Sie doch heute schon einmal rein: [www.ihk.de/sh/magazin](http://www.ihk.de/sh/magazin).

Wenn Sie nichts verpassen wollen, abonnieren Sie am besten direkt unseren E-Mail-Newsletter „IHK-Magazin digital“, der Sie regelmäßig mit Beiträgen aus der IHK-Redaktion versorgt: <https://news.ihk-sh.de/anmeldung.jsp>

Wir wünschen Ihnen weiterhin spannende und anregende Lektüren  
Ihre IHK-Redaktion Lübeck

# 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](http://www.nordicwoolfactory.com)





# Bargeldlos Bus fahren

**Keine Münzen im Portemonnaie? Kein Problem!**  
**Die Sparkasse zu Lübeck hat gemeinsam mit der Stadtwerke Lübeck Mobil eine bargeldlose Zahlungslösung im öffentlichen Nahverkehr umgesetzt.**



um das öffentliche Verkehrsangebot noch attraktiver zu machen. „Gerade diejenigen, die sich eher spontan für eine Busfahrt, zum Beispiel bei schlechtem Wetter, entschließen, können diesen in vielen anderen Bereichen etablierten Bezahlweg nun auch in unseren Bussen nutzen.“

*„Die Vorteile von bargeldlosem Zahlen liegen einfach auf der Hand.“*



Björn Hoffgaard,  
Payment-Spezialist  
Sparkasse zu Lübeck

**S**chnell, unkompliziert und hygienisch – alle rund 200 Busse des Lübecker Verkehrsunternehmens sind seit Anfang des Jahres mit Terminals für das mobile Bezahlen ausgestattet. Auch bei Fahrten mit der Fähre oder lümo, dem On-Demand-Bus, muss niemand mehr Kleingeld zählen. Möglich ist die Nutzung mit fast allen gängigen Kredit- und Girokarten sowie mobilen Zahlssystemen wie Apple Pay oder Google Pay.

„Wir freuen uns sehr, dass wir als Sparkasse gemeinsam mit einem Spezialisten aus unserer Finanzgruppe dieses zukunftsweisende System installieren durften“, sagt Thomas Timm, Leiter des FirmenkundenCenters der Sparkasse zu Lübeck, das in Zusammenarbeit mit der Deutschen

Leasing die Stadtwerke bereits bei der Transformation hin zu einer umweltfreundlichen Elektrobusflotte im vergangenen Jahr begleitete.

*„Wir freuen uns, die Installation dieses zukunftsweisenden Systems zu begleiten.“*



Thomas Timm,  
Leiter FirmenkundenCenter  
Sparkasse zu Lübeck

Für Lars Hertrampf, Pressesprecher der Stadtwerke Lübeck Mobil, ist der neue Service ein Baustein,

Zusammen mit ihren Kooperationspartnern hat die Sparkasse zu Lübeck für jeden Bedarf die passende bargeldlose Bezahlösung – von Einsteigersystemen für fliegende Händler bis hin zu fest verbauten Terminals, wie sie seit einiger Zeit etwa in der Musik- und Kongresshalle Lübeck zum Einsatz kommen. „Das steigert nicht nur die Zahlungsfrequenz, sondern erhöht durch den geringeren Bargeldbestand auch die Sicherheit. Ob im Bus oder anderswo, die Vorteile von bargeldlosem Zahlen liegen einfach auf der Hand“, sagt Björn Hoffgaard. Der Payment-Spezialist der Sparkasse zu Lübeck steht Kund\*innen und Interessenten bei allen Fragen zur Seite.

FOTOS: STADTWERKE LÜBECK, CLOCKWORK FOTOGRAFIE

## Infos und Kontakt



**Sparkasse zu Lübeck AG**  
FirmenkundenCenter  
Breite Straße 18-28  
23552 Lübeck  
[www.sparkasse-luebeck.de](http://www.sparkasse-luebeck.de)

**Björn Hoffgaard**  
Payment-Spezialist  
Telefon: 0451 147-654  
[bjoern.hoffgaard@spk-luebeck.de](mailto:bjoern.hoffgaard@spk-luebeck.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](http://digitalsignage.de)  
Mail. [vertrieb@digitalsignage.de](mailto:vertrieb@digitalsignage.de)



## 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](http://www.sophos.de/mdr)

**SOPHOS**

## HUMMEL ... einfach klima!



### Ihr Spezialist für Klima-, Kälte- und Lüftungstechnik

- Wärmepumpen
- Klimaanlage
- Kälteanlagen
- Serverkühlung
- Prozesskühlung
- Energieeffiziente Lüftungsanlagen
- Energetische Inspektion (GEG)

Umwelt, Qualität, Kompetenz,  
Ausbildung, Arbeitssicherheit,  
Praktika, Präqualifizierung, Job

HUMMEL Systemlösungen GmbH & Co. KG  
Telefon: +49 40 751148-80  
[info@hummel-hamburg.de](mailto:info@hummel-hamburg.de)

### 24 Stunden Notdienst

Unsere technischen Notdienst  
erreichen Sie unter:

Telefon: **0800 7511488**



## 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](mailto:info.nfz-luebeck@auto-senger.de) | [senger-mobility.de](http://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](http://www.unicconsult.com)

## ATTRAKTIVE WIRTSCHAFTSORTE

# Innenstädte weiterentwickeln

**O**rtskerne 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](mailto:liane.faltermeier@kiel.ihk.de), und Inga Weitemeyer, IHK zu Lübeck, [inga.weitemeyer@luebeck.ihk.de](mailto:inga.weitemeyer@luebeck.ihk.de)  
**Mehr unter:** [www.ihk.de/sh/innenstadtposition](http://www.ihk.de/sh/innenstadtposition), [www.bit.ly/innenstadtgalerie](http://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](http://www.ihk.de/sh/feg)

# FAHRSPASS AUF GANZER STRECKE!

- ✓ Neuwagen
- ✓ Gebrauchtwagen
- ✓ Ankauf Fahrzeuge
- ✓ E-Mobilität
- ✓ Inspektion & HU/AU\*
- ✓ Klimaanlage-Service
- ✓ Reifenkomplettservice
- ✓ Autoglas Reparatur & Austausch
- ✓ Lackiererei
- ✓ Karosseriewerkstatt
- ✓ Miet- und Ersatzwagen



Abb. ähnlich. \*Durchführung durch anerkannte Prüforganisation.

## DELLO – STARK IN DER REGION!

**DELLO** Lübeck  
**DELLO** Bad Schwartau  
**DELLO** Bad Oldesloe

**DELLO** Reinbek  
**DELLO** Norderstedt  
**DELLO** Ahrensburg



Ernst Dello GmbH & Co. KG,  
 Sitz: Nedderfeld 91, 22529 Hamburg



## Design - Bau - Service Immobilien mit System



GOLDBECK Niederlassung Hamburg  
 Fuhlsbüttler Straße 29a, 22305 Hamburg  
 Tel. +49 40 713761-0, hamburg@goldbeck.de

building excellence  
 goldbeck.de



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.

**D**er 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](http://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.

**S**eit 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](http://www.ihk.de/sh/reitstall-kloevensteen)

### UMFRAGE VON IHK UND HWK

## Unternehmensnachfolge frühzeitig angehen

**D**ie 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](http://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](http://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](mailto:tina.moeller@kiel.ihk.de)

Mehr unter: [www.ihk.de/sh/hinschg](http://www.ihk.de/sh/hinschg)

## EMPFEHLENSWERTE FIRMEN ERWARTEN IHREN ANRUF!

### STEUERBERATER

## [ KONTRAST! ]

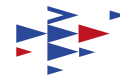
Entrepreneure GmbH Steuerberatungsgesellschaft  
Lübeck und Hamburg

**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](mailto: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](mailto:info@grube-evers-partner.de) | [www.grube-evers-partner.de](http://www.grube-evers-partner.de)

### DIGITALISIERUNG

**Wir machen  
Digitalisierung  
einfach!**

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

[idnds.de](http://idnds.de) | [moin@idnds.de](mailto: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](http://www.tresor-baumann.de)

### HALLENBAU

**STIEBLICH  
HALLENBAU**  
[www.stieblich.de](http://www.stieblich.de)



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

### IMMOBILIEN



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

Ich persönlich bin seit ca. 40 Jahren erfolgreich in Nord-  
deutschland sowie auch bundesweit am Immobilienmarkt  
tätig. Nutzen Sie meine langjährige Erfahrung und mein Netz-  
werk. 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](http://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](mailto: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](mailto:JMM@Jens-MM.de) | [www.Jens-MM.de](http://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 ✓*