

BEWEGUNGSMELDER



-KIEL-

No.08

MÄRZ | 2005 3. JG.

DAS MAGAZIN DER WIRTSCHAFTSJUNIOREN KIEL



GRÜNDERZEIT

IM GESPRÄCH MIT LUDWIG GEORG BRAUN

BOOTE UND BETTEN GESUCHT!

WIRTSCHAFTSJUNIOREN AUF DER KIELER WOCHE 2005

„ICH BIN JOURNALIST AUS LEIDENSCHAFT“

MICHAEL LEGBAND – DER MANN MIT DER FLIEGE SETZT AUF EHRlichkeit



Rönne Verlag
VIELSEITIG. AUS DER NÄHE.



☺ **KINDERKRAM**
das Kieler Magazin für Menschen
mit Kindern



☺ **HOCHZEIT**
Tipps und Informationen für
Kiel, Rendsburg, Eckernförde,
Neumünster und Plön



☺ **KINDERKRAM-BRANCHENBUCH**
Branchen von A-Z für Familien

☺ **FAMILIENBANDE**
der bundesweite Verbund
regionaler Elternmagazine



Zum Forst 62
D-24145 Kiel-Rönne
roenne-verlag.de

T +49-0431-260 88 98
F +49-0431-260 88 97
info@roenne-verlag.de

DER NÄCHSTE BEWEGUNGSMELDER ERSCHEINT IM JUNI 2005.

ANZEIGEN - UND REDAKTIONSSCHLUSS IST AM 15. MAI !

**WIR FREUEN UNS ÜBER ANREGUNGEN, ARTIKEL,
FOTOS UND ANZEIGEN!**

LIEBE WIRTSCHAFTSJUNIoren, FÖRDERER UND GÄSTE,



mit unseren Wahlen ist es schon eine merkwürdige Sache – die einen küren sich als Sieger, die anderen gewinnen dann doch. Um es mit den schönen Worten eines designierten Ministers zu sagen: „Wir sind mit der CDU ins Bett gegangen, um dann morgens neben der SPD aufzuwachen.“ Für uns Junioren ist das Ergebnis quasi egal. Als politisch neutraler Verein ist unsere einzige Forderung an die Regierenden gleich welcher Couleur, sich den Herausforderungen zu stellen, die dem weiteren Abbau unserer Wirtschaftsregion entgegenwirken. Ich denke, wir alle hoffen auf Veränderungen, auf Mut und zum offenen Bekenntnis dazu, dass es eben die Wirtschaft ist, die alles in unserem Lande bezahlt.

Uns Kieler Junioren kann man aber auch nicht wirklich vorwerfen, unseren Teil

nicht dazu beizutragen. Veranstaltungen wie das „Zeichen setzen!“-Event zur Kieler Woche, dass unsere nationalen und internationalen Kontakte fördert, sprechen da eine deutliche Sprache. Wo man auch sieht und hört, die Umsätze unserer Betriebe werden zunehmend außerhalb Kiels und der KERN-Region erzielt. Schulbücher wandern von Kiel in den Stuttgarter Raum, Softwarelösungen werden in Polen programmiert, Getränke nach Skandinavien verschifft und Museumsvitrinen sollen künftig Dubaier Museen schmücken – all das nur in unserem kleinen Kreis. Besonders freue ich mich, wenn unser Netzwerk in solchen Aufgaben funktioniert: den Job, diese Schulbücher 800 km zu transportieren, übernimmt dann halt ein Kieler Junior. Und wenn für eine Softwarelösung auch grafische Arbeiten angeboten sind, wird zunächst wieder einmal ein Kieler angesprochen. Wirtschaftsjunior sein heißt einen Vertrauensvorsprung zu genießen, und den sollten wir nutzen. Aber auch nie mißbrauchen. Ich möchte noch einmal auf „Zeichen setzen!“ zurückkommen, eine Veranstaltung, die unserem Kreis regional und international, in den Medien und in der Stadt, bereits eine immense Aufmerksamkeit beschert

hat. Es sind noch nicht einmal Einladungen verschickt, da liegen bereits viele Anmeldungen vor. Dieses Event ist die Chance für uns Kieler, sich zu öffnen. Es ist die Möglichkeit, viele unterschiedliche Unternehmen und Unternehmer in der eigenen Stadt kennenzulernen und sie für uns zu begeistern. Nun brauchen wir Euch – mit Eurer Unterstützung durch Home Hospitality, durch Eure Hilfe während der Veranstaltungsvorbereitungen und nicht zuletzt als Teilnehmer und Helfer während der Veranstaltung. Meldet Euch bei Regina Bothur (reginabothur@aol.com) oder bei mir (a.eck@econnex.de).

Ich freue mich auf eine gelungene, weltoffene, kontaktbringende Veranstaltung!

Euer Alexander Eck

P.S. Man kann es gar nicht häufig genug erwähnen: „Zeichen setzen!“ wäre unmöglich ohne die Sponsoren und Unterstützer – EDEKA Nord, Kieler Sparkasse, August Cohrt Getränke, Kieler Yacht Club und last but not least unsere Oberbürgermeisterin Angelika Volquartz. Herzlichen Dank!

IMPRESSUM

Herausgeber

AK Kommunikation der
Wirtschaftsjunioren Kiel

Redaktion

Leitung: Bärbel Richter
WJ-Intern: Kewan Fazel, Udo Ussat
WJ-allgemein: Nick Stamp
Lifestyle: Kewan Fazel
Politik & Wirtschaft: Jens Knudsen

Erscheinungsweise

4 x jährlich im Juni, September,
Dezember, März

Redaktionschluss

jeweils der 15. des Vormonats

Auflage

ca. 200 Exemplare

Layout

Stamp Media im Medienhaus Kiel

Druck

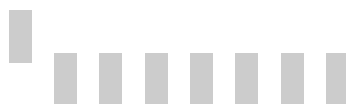
Printfactory im Medienhaus Kiel

Hinweis

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Veranstaltungshinweise ohne Gewähr.

INHALT

Editorial	3
Impressum	3
Aus den Arbeitskreisen	4
Boote und Betten gesucht	6
Berufe hautnah	6
Monatstreffen Januar	7
Ausbildungs-ASS 2005	7
Gründerzeit – Chefgespräche	8
Medienseminar der WJ Kiel	9
Interview mit Michael Legband	11



AK Dienstleistung

AK-Leiter

Jörg Dörwald
Tel. 04346/411417

Mitglieder des AK Dienstleistung:

Sandra Böttcher, Jörg Dörwald, Rainer Kibbel, Stefan Möller, Jörn Kemming, Tim Kleinfeld, Britta Paulsen

Braucht der AK Unterstützung?

Kreative Ideengeber sowie engagierte und tatkräftige Mitstreiter sind herzlich willkommen.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt sich der AK zur Zeit?

Der AK Dienstleistung steht für mehr Serviceorientierung in der Dienstleistungswüste Deutschland. Über Projektarbeit wollen wir die WJ-Mitglieder Kiel intern sensibilisieren, ihre eigene Arbeitsweise zu überprüfen. Dafür erarbeiten wir ein praxisorientiertes Instrumentarium. Einzelne Projekte, wie „Kiel – zu Diensten“ ermöglichen den Arbeitskreisteilnehmern neue innovative Konzepte mit großer Außenwirkung Schritt für Schritt in die betriebliche Praxis umzusetzen.

Nächstes Treffen?

Am 15. März um 19.30 Uhr im MAX.

AK Know-how-Transfer



AK-Leiter:

Björn Petersen
Tel. 0431/51515

Mitglieder des AK Know-How-Transfer:

Stefanie Arndt, Henning Becker, Jörg Latteier, Björn Petersen, Knut Petrowski, Clemens Schlüter, Jan-Henning Schröder, Udo Ussat, Bernd Wolff

Sucht Ihr noch Unterstützung? Wenn ja, wofür?

Der Arbeitskreis benötigt acht bis zehn Mitglieder. Wir haben zwei Gäste angesprochen.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

Projekt „Wirtschaftsjunioren und Nachwuchspolitiker“: Am 3. Februar 2005 haben wir einen Stammtisch des AK mit Nachwuchspolitikern organisiert. Hierzu wurden Mitglieder der Jugendorganisationen der Parteien (Junge Union, Jusos, Julis, Junge Grüne) aus Kiel eingeladen. In lockerer Atmosphäre wurde verschiedene Themen besprochen werden (z.B. Lehrstellensituation, Politikverdrossenheit, Vergreisung der Politik). Hierzu wollten wir außerdem unsere Gastmitglieder ansprechen, um daraus ein bis zwei zur Mitarbeit im AK zu bewegen. Die Organisation liegt bei Björn. Dieses Treffen war ein voller Erfolg. Es wird versucht die Kontakte zu intensivieren.

Projekt „Europa wächst zusammen und Europapolitiker nehmen Stellung“: Im ersten Halbjahr 2005 werden wir eine Veranstaltung mit zwei Europapolitikern durchführen. Gedacht wird an Reimer Böge, CDU MdEP, und an Willi Piecyk, SPD MdEP. Europa wird immer bedeutsamer, und wir wollen dieses Thema zukünftig stärker in den Mittelpunkt rücken. Die Organisation liegt bei Knut. Bei der nächsten AK Sitzung wird das Thema in Angriff genommen.

Projekt „Neuer Landtag“: Im Herbst 2005 werden wir den Landtag erneut besuchen. Etwa ein Drittel der Mitglieder des Landtages werden dann für uns neu sein. Angesichts der positiven Eindrücke aus April

2004 haben wir uns für eine Wiederholung entschieden.

Projekt „Bundesrat“: Zur Abrundung der politischen Kontakte auf Bundesebene wollen wir herausfinden, ob ein Besuch des Bundesrates Sinn macht. Dieser wäre dann für das erste Halbjahr 2006 geplant.

Was sind die nächsten Schritte?

- Ein Arbeitskreistreffen im März.
- Praktika mit Politikern werden eigenverantwortlich durchgeführt.
- Kontakte mit den Jungpolitikern intensivieren
- Europaprojekt planen

AK Kommunikation



AK-Leiter:

Jens Knudsen
Tel. 0431/981-108
oder 0160/97837998

Mitglieder des AK Kommunikation

Justus Bardenhewer, Kewan Fazal, Jens B. Knudsen, Bärbel Richter, Nicole Schwerdtfeger, Nick Stamp, Udo Ussat, Dirk van Loh, Ulrich Gabriel

Sucht Ihr noch Unterstützung? Wenn ja, wofür?

Interessante Berichte über die jeweiligen Aktivitäten der WJ Kiel für den Bewegungsmelder.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

Pressearbeit, Bewegungsmelder, Kommunikationsseminare, Internetauftritt

Wann und wo trifft Ihr Euch das nächste Mal?

Wird immer kurzfristig abgestimmt. in der Regel ca. alle 4 Wochen.

AK Punktur



AK-Leiter:
Lorenz Schulz
Tel. 0173-240 92 39

Mitglieder des AK Punktur:

Sven Auen, Heike Krapp, Sören Mohr, Daniela Schröder, Lorenz Schulz, Meike Schwarz

Sucht Ihr noch Unterstützung?

Wir freuen uns über Ideen und Mitarbeit. Vorschläge für zukünftige Projekte nehmen wir gerne an.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

Wir haben einen Leitfaden für neue WJ-Mitglieder erstellt. Dieser wird den neuen Mitgliedern in Zukunft zur Verfügung gestellt werden.

Zur Zeit gehen wir der Frage nach, wie man die Kinderkardiologie in Kiel unterstützen kann. Wir arbeiten hier mit der Fördergemeinschaft Deutsche Kinderherzzentren e.V. und dem Direktor der Klinik für Kinderkardiologie Prof. Dr. Kramer zusammen

Was sind die nächsten Schritte?

Erste konzeptionelle Ergebnisse liegen vor und werden Ende Februar mit der Fördergemeinschaft abgestimmt.

AK Schule/Wirtschaft



AK-Leiter:
Bernd Schmidt
Tel. 0431/904-255

Mitglieder des AK Schule/Wirtschaft:

Birger Weller, Frank Damke, Volker Grezella, Mathias Kamp, Michael Janowski, Mirco Martnesen, Marc Rieper, Stefan Schwarz, Stefan Witt, Sabine Steinbach, Mathias Tronnier, Jan Kruse, Randolph Schröder.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

- Gespräche mit der Agentur für Arbeit hinsichtlich gemeinsamer Projekte für 2005
- Unterstützung der Schulen mit Aufklärungsarbeit vorort sowie im Bereich Praktika
- Dialog zwischen Wirtschaft und Politik im Oktober 2005 oder eine Alternative

AK Sport und so



AK-Leiter:
Rainer Kibbel
Tel. 0171/7763833

Mitglieder des AK Sport:

Rainer Kibbel

Suchst Du noch Unterstützung? Wenn ja, wofür?

Sagt mir was Ihr wollt, ich versuche es umzusetzen!

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

Wasserski, Boßeln

AK International

AK-Leiter:

Michael Prange
Tel. 0431/589071

Mitglieder des AK International:

Daniela Schröder, Michael Prange, Björn Schwarze, Stefan Kloth, Artur Sosna

Sucht Ihr noch Unterstützung?

Ja!!! Wir möchten die AK International mit Leben füllen, d.h. wir werden bereits bestehende Kontakte nach Göteborg und Norddänemark wie auch neu injizierte nach Stockholm erweitern. Es sollen die dortigen Wirtschaftsjunioren nach Kiel zur Kieler Woche eingeladen werden.

Das Treffen in Kiel soll aus Erfahrungsaustausch und „Vergnügen“ bestehen. Des weiteren planen wir den Gegenbesuch, der sich mit Ryan Air (nach Stockholm) oder mit der ColorLine Fähre nach Göteborg einfach und preisgünstig realisieren lässt. Zukünftig wollen wir gemeinsame Projekte ins Leben rufen, um den Partnerschaften mehr Gewicht zu verleihen.

Mit welchen Themen und Aktionen beschäftigt Ihr Euch zur Zeit?

Einladung der Junior Chambers zur Kieler Woche nach Kiel

Vor welchen Problemen steht Ihr?

Zu wenig weibliche Mitglieder!

Benötigt Ihr Hilfe von anderen AKs?

In der Zukunft ja, z.B. für Home Hospitality für unsere JC's aus dem Ausland.

Wann und wo trefft Ihr Euch das nächste Mal im März?

Wir treffen uns alle 2 Wochen. Bitte diesbezüglich mailen: artur.sosna@berlitz.de

Sonstiges:

Wir haben uns auf die Fahnen geschrieben, die WJ-Kiel endlich zu internationalisieren und sind für jede Art von Unterstützung dankbar!



BOOTE UND BETTEN GESUCHT!

Wirtschaftsjunioren auf der Kieler Woche 2005

Wie bereits auf der Mitgliederversammlung am 14. Februar vorgestellt, beschäftigt sich eine eigens dafür in Leben gerufene Arbeitsgruppe damit, zur Kieler Woche eine Segelveranstaltung mit Rahmenprogramm für nationale und internationale Wirtschaftsjunioren ins Leben zu rufen.

Ehrgeizig wie wir Kieler WJ nun mal sind, wollen wir natürlich schon in diesem Jahr damit beginnen. Da wir mit hohem Zuspruch rechnen und die Hotelkapazitäten zur Kieler Woche begrenzt sind, brauchen wir Eure Hilfe. Wer kann in der Zeit vom 17.-19. Juni 2005 Home Hospitality anbieten?

Im Rahmen unserer BUKO Bewerbung zur Kieler Woche 2004 haben wir Kieler WJ es geschafft, 42 Juniorinnen und Junioren per Home Hospitality unterzubringen. Das muss doch zu toppen sein. Als kleiner



Anreiz zahlen diejenigen, die WJ in der o. a. Zeit bei sich aufzunehmen nur den halben Preis für die Veranstaltung = 49,00 Euro (2 Partys (all inklusive), Segeln, Rahmenprogramm, nette Kontakte und viel Spaß).

Im Rahmen der Veranstaltung wollen wir an der Aalregatta von Kiel nach Eckernförde und zurück teilnehmen. Da wir mit einer nennenswerten Anzahl von Segel-

booten Flagge zeigen wollen, suchen wir noch Bootseigner, die unter der WJ Flagge teilnehmen und bereit sind WJ Gäste mit zu nehmen. Hier gilt natürlich der gleiche Preisnachlass wie bei Home Hospitality.

Wer nicht an der Mitgliederversammlung teilnehmen konnte, bekommt weitere Informationen zur Veranstaltung folgenden Ansprechpartnern:

Wer hat ein Boot und segelt bei der Aalregatta mit?

Bitte meldet Euch bei Jörg Dörwald:
doerwald@ing-fuers-bauen.de

Wer bietet Home Hospitality an?

Bitte meldet Euch bei Udo Ussat:
Udo.Ussat@Boehmker.com

BERUFE HAUTNAH

Keine Berufsausbildungsmesse der Wirtschaftsjunioren in 2005

Wir möchte Euch über den aktuellen Sachstand hinsichtlich der Berufsausbildungsmesse "Berufe hautnah" informieren.

In Gesprächen mit der Agentur für Arbeit haben wir erfahren, dass in 2005 die Kreishandwerkerschaft Kiel zusammen mit der IHK Kiel die Berufsausbildungsmesse "Berufe zum Anfassen" plant. Diese soll im September über 3-4 Tage stattfinden und sowohl Handwerks- als auch Industrie- und kaufmännische Berufe vorstellen. Zielgruppe sind Schülerinnen und Schüler der 8. und 9. Klasse.

Aufgrund dieser Informationen und der Bestätigung durch die Initiatoren haben wir beschlossen, in 2005 auf die Ausrichtung der Messe "Berufe hautnah" zu verzichten. Die Überschneidung im Angebot, die zeitliche Nähe und der angesprochene

Personenkreis wäre zu groß und ein echter Mehrwert für die Schüler/-innen nicht zu erkennen.

Nach unserem Kenntnisstand wollen die Kreishandwerkerschaft und die IHK die Messe alle 2 Jahre ausrichten. Wir werden daher in 2006 erneut prüfen, ob das Informationsangebot für Schüler und Lehrer bzgl. der Ausbildungsberufe ausreichend vorhanden ist um die Berufsbörse "Berufe hautnah" ggf. wieder aufleben zu lassen. Wir sind aber weiterhin in Gesprächen mit der Agentur für Arbeit, um evtl. ein anderes gemeinsames Projekt auf die Beine zu stellen.

Bernd Schmidt
AK Schule/Wirtschaft

MONATSTREFFEN IM JANUAR

Die WJ Kiel zu Besuch bei Caterpillar Motoren GmbH & Co. KG in Kiel-Friedrichsort

Die erste Monatsveranstaltung im neuen Jahr fand am 10.1.2005 bei Caterpillar Motoren GmbH & Co. KG in Kiel Friedrichsort statt. Bei norddeutsch winterlichem Regenwetter trafen wir uns um 18.30 Uhr am Tor 6 und wurden kurz darauf von Herrn Nottidge, unserem Gastgeber empfangen. Nach einem Get together mit leckerem Essen begann die Betriebsbesichtigung mit einem Vortrag über die Caterpillar Unternehmensgruppe und Caterpillar in Kiel speziell.

Das Unternehmen, das seit 1948 trotz unterschiedlicher Eigentumsverhältnisse den Namen oder einen Namenszusatz MAK trug, wurde 1997 von der Caterpillar Inc. gekauft und im Jahr 2000 in Caterpillar Motoren GmbH & CO.KG umfirmiert. Caterpillar Motoren zählt heute zu den weltweit führenden Unternehmen für die Entwicklung und den Bau von Mittelschnelllaufenden Diesel- und Gasmotoren

und erwirtschaftet derzeit mit ca. 1.600 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 400 Millionen Euro. Neben dem Werk in Kiel gibt es auch noch einen Produktionsstandort in Rostock und ein Joint Venture mit chinesischen Motorenbauern. Verwaltung und Vertrieb befinden sich in Hamburg.

Die Muttergesellschaft, die Caterpillar Inc, befindet sich in Illinois, USA. Sie ist einer der weltweit größten Hersteller von Maschinen für die Bau- und Bergbauindustrie, Diesel- und Gasmotoren und industrielle Gasturbinen. In 2001 erwirtschaftete Caterpillar Inc. mit über 72.000 Mitarbeitern einen Umsatz von mehr als 20 Milliarden US Dollar. Die Sparte Motoren trug zum Gesamtumsatz einen Anteil von 33 % bei.

Nach der Theorie kam die Praxis. Wir wurden in Gruppen aufgeteilt und durften uns alles genau ansehen. Geführt wurden die Gruppen von ehemaligen Mitarbeitern

der Firma, die sich bereits im Ruhestand befinden. In den verschiedenen Hallen konnten wir die Fertigungsprozesse der Motoren verfolgen. Das Imposanteste waren die riesigen Schiffsdieselmotoren und die Tatsache, dass sie eher zu den Kleineren gehören. Außerdem war das notwendige Equipment, um Motoren und Motorenteile innerhalb der Hallen zu bewegen, sehenswert.

Wir verlebten aus meiner Sicht einen interessanten Abend und haben Kiel wieder etwas besser kennen gelernt. Vielen Dank an unseren Rainer Kibbel, der die Veranstaltung organisiert hat.

Udo Ussat

AUSBILDUNGS-ASS 2005

Förderpreis der Jungen Deutschen Wirtschaft – Bewerbungen bis zum 20. Juni 2005

Qualifizierte Arbeitskräfte sind das größte Kapital einer modernen Industriegesellschaft. Doch in der gegenwärtigen Strukturkrise der deutschen Volkswirtschaft bleiben immer mehr Menschen ohne Beschäftigung. Besonders davon betroffen sind Jugendliche. Junge Menschen ohne Ausbildungsplatz sind von vornherein vom qualifizierten Arbeitsmarkt ausgeschlossen und damit auch für die Wirtschaft verloren.

Die Junge Deutsche Wirtschaft, der freie Zusammenschluss von Wirtschafts junior Deutschland und Junioren des Handwerks, verleiht deshalb jedes Jahr vorbildlichen Ausbildungsbetrieben und -initiativen das mit insgesamt 15.000 Euro dotierte „Ausbildungs-Ass“.

Mit diesem Preis will die Junge Deutsche Wirtschaft, bei fast 20.000 Mitgliedern die

Spitzenorganisation der jungen Wirtschaft in Deutschland, einen Beitrag zur Schaffung zukunftssicherer Arbeitsplätze für Jugendliche leisten.

Das „Ausbildungs-Ass“ wird von den INTER Versicherungen in Mannheim gestiftet und in Zusammenarbeit mit dem Unternehmermagazin impulse vergeben.

Mit dem Ausbildungs-Ass sollen persönliche Initiative und Kreativität im Bereich der beruflichen Ausbildung anerkannt und gefördert werden. Es können z.B. Betriebe ausgezeichnet werden, die Ausbildungsplätze schaffen, die in Anzahl und Qualität über das vergleichbare Niveau hinausgehen oder durch den betrieblichen Verbund mit anderen Unternehmen den Auszubildenden eine qualifizierte Berufsausbildung ermöglichen.

Die vollständigen Bewerbungsunterlagen

umfassen eine kurze Beschreibung des Wettbewerbsbeitrages auf dem dafür vorgesehenen Bewerbungsbogen und eine Erläuterung des Konzepts und der Wirkung der Aktion/Initiative. Die Erläuterung sollte maximal 3 DIN A4 Seiten umfassen. Bewerbungsschluss ist der 30. Juni 2005. Bewerbungsunterlagen kann man im Internet unter www.wjd.de downloaden oder anfordern bei WJD, Daniela Schmidt, Breite Str. 29, 10178 Berlin, Tel. 030/20308-1515, daniela.schmidt@wjd.de.

GRÜNDERZEIT

Chefgespräche – Wirtschaftsjunoren im Gespräch mit Ludwig Georg Braun

„Unsere Kammerbeiträge sind gut angelegt“, denke ich und bin tief beeindruckt. Wer zum ersten Mal die Lobby des „Hauses der Deutschen Wirtschaft“ betritt, fühlt sich in tiefer Ehrfurcht an einen sehr großen antiken Tempel erinnert – nur, dass dieser hier aus Stahl und Glas erbaut wurde. DIHK, BDI und BDA haben sich hier einen kleinen Olymp in Berlin-Mitte erschaffen, der auch internationale Vergleiche nicht zu scheuen braucht.

Wie bin ich hier gelandet? Die Wirtschaftszeitschrift „Impulse“ veranstaltet in regelmäßigen Abständen „Chefgespräche“. Unternehmer diskutieren dabei Wirtschaftsthemen mit bedeutenden Persönlichkeiten aus der Politik. Zweimal im Jahr sind relevante Themen rund um Unternehmensgründungen Gegenstand des Chefgesprächs. Die Impulse-Redaktion hatte sich an Thomas Klugkist, Pressesprecher WJ Deutschland, gewendet, um insgesamt vier Existenzgründer zu finden, die für eine („gern auch kontroverse“) Diskussion in Frage kämen. Der Anspruch: unterschiedliche regionale Herkunft, verschiedene Branchen, sowie Frauen und Männer möglichst im gleichen Mischungsverhältnis. Thomas seinerseits konsultierte die WJ-Kollegen aus den Kreisen. So kam es, dass Michael Zeinert mich eines Morgens anrief und fragte, ob ich interessiert sei, was ich natürlich sofort bejahte – so eine Gelegenheit bietet sich nicht jeden Tag. Als Gesprächspartner war übrigens Ludwig Georg Braun, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) avisiert.

Am 1. Februar gaben sich also in Berlin vier Gründer mit drei Impulse-Mitarbeitern, darunter der stellvertretende Chefredakteur Gerd Kühlhorn, und mit Herrn Braun nebst dreiköpfigem Stab ein Stelldichein. Außer mir waren folgende Wirtschaftsjunioren angereist:

Franziska Eirenschmalz, 41 Jahre, Einzelhandelskauffrau, gf. Gesellschafterin von



„Der Männerladen“ GmbH & Co. KG, Schongau, Lars Pramme, Dipl.-Ing. Verfahrenstechnik, 36 Jahre, gf. Gesellschafter der Zahn GmbH, Aglasterhausen und Johanna Ismayr, 33 Jahre, Inhaberin der Eventagentur walks + talks GmbH in Berlin.

Das Gespräch fand im „Präsidenten-Appartement“ im obersten Stockwerk des Hauses der Deutschen Wirtschaft statt, von wo aus man einen wunderbaren Ausblick auf das Rote Rathaus und den Funkturm am Alex hat. Falls der Präsident es einmal nicht mehr nach Hause schaffen sollte, findet er hier eine angemessene Logis (eine Mitarbeiterin vertraute uns allerdings an, dass er ein Familienmensch sei und immer versuche, abends noch ins heimatische Kassel zurück zu fliegen). Ludwig Georg Braun ist Vorstandsvorsitzender der 1839 von Julius Wilhelm Braun als Apotheke gegründeten, weltweit führenden Braun Melsungen AG (wer schon einmal eine Braunüle in seiner Vene stecken hatte, weiß, was das Unternehmen unter anderem produziert...).

Unter der sehr professionellen Moderation Gerd Kühlhorns wurde das Chefgespräch dann in der Form geführt, dass jeweils eine Frage reihum von den Teilnehmern beantwortet wurde. Mit zugegen waren diverse Diktiergeräte und ein Fotograf, der nach einer halben Stunde Vorbereitung

während der gesamten 90 Minuten geschäftig umherlief und knipste.

Die behandelten Fragen drehten sich um die Themen Bürokratie und weitere Gründungshürden, staatliche Starthilfen, Risiken, Frauen als Gründerinnen, Finanzierung und Netzwerke. Alle Gesprächspartner waren sich einig, dass in Deutschland im Vergleich zu anderen Staaten eine Gründerkultur und der Mut zur Deregulierung fehlen. Alle Jungunternehmer konnten von negativen Erfahrungen mit Behörden oder Banken berichten. Gleichsam wurde unisono kritisiert, dass Existenzgründer hierzulande eher als leichtsinnige Hasardeure denn als mutige Macher behandelt würden. Braun forderte in diesem Zusammenhang, man müsse akzeptieren, dass die Wirtschaft ein Kommen und Gehen sei; letztlich entstünden auch genau aus diesem Umstand Arbeitsplätze. Alle Gründer betonten die Bedeutung von Netzwerken wie den Wirtschaftsjunoren und persönlichen Kontakten, z.B. auch zu Business-Angels oder anderen erfahrenen Unternehmen. Der DIHK-Präsident gab zum Abschluss künftigen Gründern den folgenden Rat:

„Man muss ehrlich zu sich selbst sein und nicht glauben, dass die Selbständigkeit schon irgendwie gut gehen wird. Jeder Gründer muss vor dem Start prüfen, ob für seine Geschäftsidee ausreichend Bedarf vorhanden ist. Überall dort, wo Unternehmer überzeugen können, finden sie einen Weg.“

Danach mussten Braun und Stab sich sehr schnell wieder verabschieden, weil das ZDF-Hauptstadtstudio bereits auf ein Interview mit ihm wartete. Das Chefgespräch erscheint im April im Impulse-Sonderheft „Gründerzeit“ und als Sonderthema in der Hauptausgabe.

Arne Ohlsen
enteraktiv – Gesellschaft für
barrierefreie IT-Lösungen

MEDIENSEMINAR MIT WIRTSCHAFTSREDAKTEUREN

Tipps und Informationen von Carsten Maltzahn und Jörn Genoux

Am 12.2.2005 fand in den ehrwürdigen Räumen des Kieler Yachtclub-Vorstands ein hochspannendes Seminar mit den Wirtschaftsredakteuren Carsten Maltzahn (sh.z-Verlag) und Jörn Genoux (KN) statt. Teilnehmer waren diejenigen zwölf Kieler Junioren, die innerhalb der ersten zwei Stunden nach Versendung der Einladung zum Seminar nach dem Motto „first come first serve“ ihr Anmeldefax abgesandt hatten. Die Begrenzung der Teilnehmerzahl erwies sich für ein sehr produktives Arbeitsklima auch als absolut richtig. Das große Interesse in unserem Kreis an dem spannenden Thema Pressearbeit fand in dem Seminar aber auch seine volle Bestätigung.

Eingangs stellte man sich vor und fest, dass durchaus nicht wenige der Teilnehmer auch schon „Drähte“ zu den beiden anwesenden Redakteuren hatten. In der „Erwartungsrunde“ wurde andererseits aber auch die vielerorts verbreitete „bisherige“ Sichtweise vorgetragen, dass (jedenfalls exzessive) Pressearbeit immer auch etwas Anrüchiges haben kann und man aus den Erfahrungen der letzten Jahre den Eindruck gewinnen könnte, dass, wer besonders stark „auf die Tonne haut“, nicht selten kurz danach seine Insolvenz bekunden muss. Die Ausgangssituation der vertretenen Unternehmen war denn auch insoweit sehr unterschiedlich, zumal einige unmittelbar vom Endkundengeschäft leben, in dem eine gute örtliche Presse extrem wichtig ist, andere hingegen in rein exportorientierten Bereichen z.B. des Maschinenbaus, in denen dies zunächst zumindest nicht so gewichtig erscheint. – Dazu aber brachte Herr Genoux gleich eingangs ein Beispiel, das verdeutlichte, dass auch für solche Unternehmen der richtige Umgang mit der Presse eine große Bedeutung hat, etwa wenn das Unternehmen Baumaßnahmen vornehmen möchte, die z.B. aus Umweltschutzgründen ins öffentliche Gerede kommen, und dann auf Presse-Nachfragen unglücklich Stellung nimmt oder einfach im Vorhinein keinen

guten „Draht“ zur örtlichen Presse aufgebaut hat. Ein weiteres Beispiel negativer Art erwähnte Herr Genoux und danach zwei positive Beispiele, in denen eine sehr kontinuierlich und mit Bedacht betriebene Pressearbeit den erfolgreichen Aufbau von Unternehmen in der Region begleitet hat.

Herr Genoux stellte dann am Beispiel der Kieler Nachrichten einen konkreten Tagesablauf eines Wirtschaftsredakteurs dar, der (beneidenswert spät;-) gegen 10 Uhr, beginnt. Vormittags werden in der Regel „Feldgespräche“ geführt, also Unternehmen, Pressekonferenzen u.ä. besucht. Mittags finden dann gerne Hintergrundgespräche statt, nachmittags ist die hohe Zeit der Zeitungsproduktion. Hier wird das Layout festgelegt mit den Schwerpunkten; im Laufe des Nachmittags werden die Artikel geschrieben und nachrecherchiert. Hier sei auch die (noch am ehesten ...) gute Zeit, wenn man die Redaktion erreichen möchte, was – nebenbei gesagt – besser telefonisch als per e-mail erfolge. Gegen 18 Uhr sei meist die Deadline der Wirtschaftsseiten, wobei in begründeten Einzelfällen ein Zeitfenster bis 22 Uhr offen gehalten werden könne. Bei den übermittelten Informationen unterscheide die Redaktion stets A- (Informationen frei verwendbar mit Angabe der Quelle), B- (verwendbar, aber ohne Nennung der Quelle) und C-Informationen (reine Hintergrundinformationen, die ausschließlich zur Kenntnis der Journalisten übermittelt werden). Dies sei ein wichtiger Ehrenkodex, an den sich in aller Regel auch alle halten. Ein sensibles Thema sei die (tatsächlich oder eben nicht) bestehende „Chinesische Mauer“ zwischen Anzeigenabteilung und Redaktion, wenn sich etwa, was nicht selten geschieht, Anzeigenkunden eine gute oder jedenfalls keine schlechte Berichterstattung „mitwünschten“. Hier sei im Grunde nur journalistische Korrektheit geeignet, den Nutzenfaktor des Produkts Tageszeitung (und damit letztlich auch den Werbewert für die Anzeigenkunden) zu erhalten, wenn diese auch im



selbstredend bestehenden wirtschaftlichen Umfeld manchmal nicht leicht durchzuhalten sei.

Nach einem Gute-Häppchen-Mittag führte dann Herr Maltzahn einige Kernthesen zur „guten Nachricht“ aus. Basis sei stets



der Nachrichtenwert, das eigentliche „so what“, das optimal zu den Adressaten des jeweiligen Mediums passen müsse. Entscheidende subjektive Voraussetzung auf der Seite des PR-treibenden Unternehmens sei die Klarheit der unternehmerischen Zielstellung. Sonst könne natürlich auch keine klar-überzeugende Kommunikation in Richtung Presse erfolgen. Oft vernachlässigt werde in der Praxis aber vor allem die interne Kommunikation von Zielen und Wegen, so dass gerade im Bereich der PR die Güte der innerbetrieblichen Beziehungen auf die Probe gestellt wird, wenn etwa – schlimmstenfalls – die Mitarbeiter wichtige Entscheidungen erst aus der Presse erfahren usw. Herr Maltzan präsentierte aus seinem Alltag, der von ca. 100-200 eingehenden Faxen, Briefen, e-mails und Anrufen täglich geprägt sei, Beispiele besonders schlechter und guter Pressemitteilungen und legte einen klei-

nen Leitfaden dafür vor. Entscheidend seien die Relevanz für die Zielgruppe der Tageszeitungen sowie die Prägnanz der Darstellung. Durchaus empfehlenswert sei die extrem „redaktionsgerechte“ Darstellung, die dort aufwändigere Umarbeitungen im positivsten Fall gänzlich unnötig macht.

Zum Instrument der Pressekonferenz erläuterte Herr Maltzan, dass dies sicherlich nur für etwas größere Unternehmen in Betracht käme. Hierbei solle dann darauf geachtet werden, dass nicht mehr Teilnehmer auf Unternehmensseite als Pressevertreter kämen, was gar nicht selten der Fall sei. Pressekonferenzen werden idealerweise 10-14 Tage vorher angekündigt und fänden bestens um 10 oder 11 Uhr vormittags statt, wie sich aus dem o.a. Tagesablauf des Redakteurs zwanglos ergebe. Bei auch landesweit bedeutenden Mitteilungen komme auch in Betracht, den Vorsitzenden der Landespressekonferenz, Herrn Hassenstein, zu informieren, der über ein gutes Kontaktnetzwerk verfügt.

Als Spezialfall erläuterte Herr Maltzan sodann noch das kluge Vorgehen im Bereich der Krisen-PR, wenn also z.B. Entlassungen angekündigt werden müssen u.ä. Hierfür empfahl er, der das Auf und Ab

z.B. des mobilcom-Konzerns sehr nah mit erlebt hat und den Anwesenden anschaulich schilderte, stets Offenheit, gute Vorbereitung, Transparenz und klare Zuständigkeiten. So könne schlicht jedenfalls in größeren Unternehmen nicht mehr alleine „der Chef“ für die Presse zuständig und das heißt auch stets auf Nachfragen der Presse gut vorbereitet sein. Offenheit, die in Deutschland vielen noch sehr schwer falle, sei ein durchaus vertrauensbildender Faktor, der auf längere Sicht sehr nützlich sein könnte. Dementsprechend stellten die Referenten einmütig fest, dass auch zunehmend mehr Unternehmen Umsatzzahlen und dergleichen durchgäben, auch wenn diese nicht permanent in den Himmel streben könnten.

Am Ende erstellten alle Teilnehmer eine eigene Pressemitteilung, die jeweils im Gesamtkreis kurz erörtert wurde. Es zeigte sich bereits, dass das Seminar seine Ziele voll erreicht hatte: dass nämlich auch die vormals mit dieser Thematik wenig Befassten spannende kurze Infos über Ziele und konkrete Anliegen ihres Unternehmens vermitteln konnten, die die Herren Genoux und Maltzan „sofort kaufen“ wollten. Auf denn!

Uli Gabriel

„ICH BIN JOURNALIST... UND DAS AUS LEIDENSCHAFT...!“

Michael Legband neuer Sprecher der IHK zu Kiel / Der Mann mit der Fliege setzt auf Ehrlichkeit

KIEL. Wache Augen, professionelle Gelassenheit, eine gute Portion Lebenserfahrung im Gepäck und immer bereit, „... ein Leben lang zu lernen ...“, „dass ist der ‚Neue‘ bei der IHK zu Kiel im Bereich Öffentlichkeitsarbeit: Michael Legband (52), besonderes Kennzeichen: die Fliege. Der gelernte Journalist tritt die Nachfolge von Johannes Callsen an, der für die CDU in den Kieler Landtag wechselt.

Antworten? Bleibt Legband selten schuldig – zu sehr hat er in den letzten 20 Jahren als Journalist gelernt (und gelehrt), zu sehr Eindrücke, Erfahrungen, Erlebnisse gesammelt, zu sehr recherchiert, hinterfragt, Informationspuzzler zu Bildern zusammengefügt, als das es nicht auch Vergleiche, Parallelen, auch Wiederholungen von Ereignissen gibt, die die Antworten leichter machen. Ein Legband-Prinzip: „Mit Ehrlichkeit kommt man am weitesten...“ Ein zweites: „Nie einen Journalisten belügen... das holt einen immer ein...!“ – Nun steht Michael Legband auf der ‚anderen‘ Seite, hat mit fragenden und recherchierenden Kolleginnen und Kollegen zu tun, die von ihm und über ihn IHK-Informationen wollen – die ‚Good News‘, aber auch die ‚Bad News‘... bleiben da die Prinzipien des Michael Legband erhalten? Antworten auf Fragen von R.SH-Chefkorrespondent Carsten Kock:

Wer ist Michael Legband?

„Ich bin Journalist... und zwar aus Leidenschaft...!“

Warum Journalist sein... oder werden wollen?

„Ich hab schon als junger Mann nebenberuflich Sportartikel geschrieben... und mir irgendwann gesagt: Mein Gott, Du willst Journalist werden, den Sachen auf den Grund gehen, fragen, warum was ist, Menschen was erklären. Ich will Sachverhalte rüberbringen, Sachverhalte dolmetschen. So wurde ich Journalist und bin dem Beruf mehr und mehr verfallen...“

Volontariat beim heutigen Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag (sh:z), Statio-



nen Marne, Flensburg, Itzehoe und Rendsburg. Und dann „...den richtigen Schliff...“ bei RTL. In der Boom-Aufbauzeit der privaten Fernsehsender lenkte Legband die Redaktion bis Mitte der 90-er Jahre entscheidend mit. Aber: Sein Anspruch und die RTL-Wirklichkeit passten irgendwann nicht mehr. Konsequenz: Ausstieg und Umstieg. Ab in die Selbständigkeit...

Erfahrungen aus dieser Zeit?

„Sich acht Jahre am Markt zu behaupten ist nicht einfach. Aber ich kann für mich in Anspruch nehmen, kein großes Thema, dass in SH Schlagzeilen machte, versäumt zu haben...“

Drei wichtige Lebenserfahrungen?

„Also: 1. Mit Ehrlichkeit kommt man am weitesten... 2. Es ist ein Irrtum, zu meinen, dass Politiker in höheren Ämtern auch immer die ‚Besseren‘ sind... Und 3. Qualität definiert sich nicht immer über den Preis.“

Drei wichtige Regeln als Journalist?

„Sei unbestechlich. Damit meine ich auch Eitelkeit und ähnliche Dinge... 2. Recherche steht ganz oben. Bemühe Dich immer um zwei Quellen, erst recht bei heiklen Geschichten... 3. Bei der Recherche auf das Gefühl verlassen, den Bauch mitreden lassen...“

Der Mann mit der Fliege steht nun auf der anderen Seite. Aber für Legband ist deswegen nicht alles anders. „Ja, es ist seitenver-

kehrt, aber sonst hat sich nichts geändert...“, sagt der ‚Neue‘. Auch heute müsse er im Hause recherchieren, müsse Journalistenfragen klären und den Sachverstand des Hauses nutzen.

Und er ist IHK-Fan aus Überzeugung geworden: „Die IHK zu Kiel ist ein hochinteressanter Laden mit unheimlich viel Dienstleitungen, mit unheimlich viel Service, mit unheimlich viel Sachverstand. Und mein Ziel ist es, davon einen großen Teil der Öffentlichkeit mitzuteilen...“

Warum die Fliege? Warum keine Krawatte?

„Ich habe zwei oder drei Krawatten, aber auch nur, weil sie so schön oder so wertvoll sind, aber ich trage sie nicht mehr. Nein, DIE Fliege ist ein ‚Alleinstellungsmerkmal‘. Und ich bezeichne sie als meine ganz persönliche Unabhängigkeitserklärung...“

Michael Legband, wenn Sie eine Pflanze wären, wären Sie...

„...ein Kaktus, der schön blühen kann...“

Und wenn Sie ein Tier wären?

„...ich glaube: ein Elefant. Weil Elefanten negative Erfahrungen mit Menschen nie vergessen...“

Michael Legband als Musikstück?

(Schnelle Antwort!) „Sympathie for the devil von den Stones...“

Was macht Michael Legband in 20 Jahren? – Südsee??

„Nee, so was mach ich nicht. Nein. Schleswig-Holstein auf jeden Fall. Immer noch irgendwie arbeiten. Immer noch an Historie und Kunst interessiert. Und an Wahrheit...“

Derzeit, so sagt der 52-Jährige, arbeite er „...auf einer Baustelle...“ und eigentlich sei das auch gut so. Eine gute Pressestelle müsse immer eine kleine Baustelle sein, und ein guter Pressesprecher müsse sich immer bemühen, eine Außensicht zu behalten, dürfe sich nie 100 % identifizieren. „Deshalb werde ich mich bemühen, immer auf einer Baustelle tätig zu sein...“ Und dabei blinzeln die wachen Augen – professionell gelassen...

Fazel

O r i e n t t e p p i c h e



Die Erfahrung Der Name Fazel steht seit Jahren für Kompetenz und Erfahrung.

Das Sortiment Ob modern, zeitlos, klassisch, alt oder antik – wir haben den Teppich Ihrer Wünsche.

Der Service Eigene Werkstatt für fachmännische Teppichrestoration und schonende Handwäsche.