

28. Mai 2019 | Handelskammer Hamburg

15. Norddeutscher Unternehmertag



Was können Start-ups von ehrbaren Kaufleuten lernen? Eine Debatte über alte und neue Werte, Bauchgefühl und Transparenz führte Moderator Jens Tönnesmann mit Volker Ernst, Inhaber von ERNST consulting, und Peer-Arne Böttcher, Geschäftsführer der Airy GreenTech GmbH (von links).



Großes Interesse in der Hamburger Handelskammer. Schließlich wurden im Plenum des Norddeutschen Unternehmertags auch Lösungsansätze für den Fachkräftemangel im Mittelstand besprochen. Diskutiert wurde eine breite Palette an Maßnahmen vom Marken-Branding bis zum verbesserten Betriebsklima.



Drei Fragen an Martin Blach, Co-Gründer der Beratungsagentur Hirschen Group und Co-Autor des Buches »Kreativiert euch!«

Der Mittelstand – ein attraktiver Arbeitgeber?

Geld oder Zufriedenheit – was zieht mehr bei der Akquise von Fachkräften? Beim 15. Norddeutschen Unternehmertag ging es um solche existenziellen Fragen wie auch um ethische Aspekte: Welche Werte zeichnen den Mittelstand eigentlich aus? Außerdem wurde in zahlreichen speziellen Foren eine große thematische Bandbreite abgehandelt.

»Alte Werte in neuen Zeiten – was Start-ups von ehrbaren Kaufleuten lernen können.« Mit diesem Plenumstitel startete das Event. Kai Elmenndorf, Vizepräsident der Handelskammer Hamburg, betonte die Vorzüge eines familiengeführten Unternehmens, merkte allerdings auch an, dass Tradition nicht bedeute, »nur die Asche zu bewahren«. Stets gelte es, auch die Glut zu entfachen. Daher sollten sich auch die hanseatischen Kaufleute überlegen, was sie womöglich von Start-ups lernen können. »Schließlich ist

dies eine Veranstaltung zum Netzwerken und Sichaustauschen.«

Dass altehrwürdige Tradition und moderner Spirit durchaus harmonisch Hand in Hand gehen können, demonstrierten glaubhaft die Gäste des ersten Plenums. Volker Ernst, als »Prototyp des ehrbaren Kaufmanns« vorgestellt, definierte seinen Ehrenkodex mit den Attributen »verlässlich, transparent und offen«. Außerdem gab er zu bedenken: »Im Geschäftsleben geht es um Menschen«, weshalb er sich immer mehr auf sein Bauchgefühl verlasse. Peer-Arne Böttcher, Gründer diverser Start-ups sowie des Businessclubs Hamburg, unterscheidet von Volker Ernst zwar das Alter, doch die beiden agieren nicht nur gemeinsam – Ernst ist einer der Gesellschafter der Airy GreenTech GmbH –, sondern versicherten sich auf dem Podium der identischen Werte.

Ernst achtet auf Details – wie viel Fröhlichkeit ein Team ausstrahle, wie viel Staub auf den Geräten liege

und wie organisiert der Kofferraum einer Führungskraft aussehe. Und auch Böttcher forderte Transparenz: »Tue nichts, was nicht morgen in der Zeitung stehen darf.« Die seit 500 Jahren gängigen alten Werte der Hanse sind den jungen Geschäftsleuten also gar nicht so fremd. Beim 15. Norddeutschen Unternehmertag ging es neben den Plenen in zwölf weiteren Workshops um konkrete Themen wie etwa die Gestaltung der Unternehmensfinanzierung oder die Herausforderung der adäquaten Reaktion auf den nahenden Brexit.

»Nichts ist so individuell wie das Kreditgeschäft im Mittelstand«, bilanzierte Jonas Mehrling. Im Forum der creditshel AG erläuterte der Firmenkundenbetreuer alternative Lösungsansätze in Phasen, wenn z.B. eine starke Auftragslage vorfinanziert werden müsste oder sich Krisen einstellten. Durch spezielle Software-Tools könnte creditshel über eine Vergabe von Krediten zwischen 100.000 bis zu fünf Millio-

nen Euro binnen 48 Stunden entscheiden und so Planungssicherheit gewähren.

Der Workshop der Rechtsanwaltskanzlei Beiten Burkhardt richtete sich an Unternehmen, die sich im Handel mit Großbritannien befinden. Jurist Rainer Bierwagen betonte: »Es gibt keinen Unternehmensbereich, der vom Brexit nicht betroffen ist.« Es gelte nun, Verträge zu durchforsten, vor allem in puncto Transportarten, Produktregeln, Zölle, steuerliche Aspekte sowie insbesondere Arbeitsrecht und Personalplanung.

Die Fachkräfte-Akquise stand im Fokus des zweiten Plenums. Oder andersherum: Was macht einen mittelständischen Arbeitgeber attraktiv? Marcus Merheim, Manager bei XING, warb fürs »Employer Branding« als Schlüssel zum Erfolg, also Investitionen in die Arbeitgebermarke, um die Bekanntheit zu erhöhen. Stephanie Busch vom Start-up Facelift betonte die Bedeutung flexibler Arbeitszeiten und

empfahl, engen Austausch mit den neuen, den aktuellen sowie ehemaligen Mitarbeitern zu pflegen. Für Globetrotter-Geschäftsführer Andreas Bartmann war klar, man müsse es als Arbeitgeber schaffen, dass sich Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren. »Stolz ist die Bindung des Mitarbeiters.«

Norddeutscher Unternehmertag 2019

Zum 15. Mal in Folge lud Convent zum Norddeutschen Unternehmertag. Das Event fand in Zusammenarbeit mit dem Zeitverlag, der Handelskammer Hamburg sowie weiteren Partnern statt. Etwa 350 Teilnehmer folgten dem umfangreichen Programm in zahlreichen Foren und Plenen. Im Zentrum stand der deutsche Mittelstand und seine Attraktivität als Arbeitgeber. Überdies bot sich bei Büffet und Infoständen im Foyer die Gelegenheit zum Networking.

Weitere Informationen:
www.convent.de/ndut

Wie kam es zu dem ungewöhnlichen Titel »Kreativiert euch«? Diese Wortschöpfung ist – anders als »Seid kreativ« – laut und mutig. Unsere Intention: eine Debatte anzustoßen über unser kreatives Potenzial, das wir alle besser nutzen müssen, um in Zeiten von KI zu bestehen. **Sind wir als Gesellschaft nicht kreativ genug?** In den USA sind in den letzten Jahrzehnten die weltweit größten Konzerne entstanden: Google, Amazon, Facebook, Apple – hochkreative Unternehmen in Struktur und Arbeitsweise und äußert attraktiv für Talente. Bedrohlich ist, dass jedes einzelne GAFU-Unternehmen fast den Wert des DAX 30 hat. **Kann man Kreativität denn institutionalisieren?** Kreativität muss in der Schule beginnen – in den USA ist creative writing Pflichtfach, wir laufen noch MINT hinterher, dabei kommt innovatives Denken zu kurz. Ferner hat Kreativität auch mit Unternehmenskultur zu tun: Muss der Ideengeber dafür Kritik einstecken, wird er nie wieder über neue Impulse nachdenken.

Veranstalter

In Zusammenarbeit mit dem Zeitverlag

Mit freundlicher Unterstützung

Förderer