



INHALT

01 TITEL

- Englischer Hansebeauftragter blickt nach dem Brexit nach vorn

03 TITEL

- Mitgliederumfrage

04 BLICKPUNKT

- Wirtschaftshanse als Wissensvermittler
- Bei Wahlen in aller Welt abstimmen

04 LESERBRIEFE

- „Hanse-Gedanke als sinnvolle Ergänzung“

06 IT

- IT steuert Kommunikation zwischen Systemen

07 IMPRESSUM

08 MARKETING

- Ehrliche Kommunikation als Mittel der Wahl
- Unternehmerreise nach Estland

10 ZUKUNFT

- Hansemitglied skizziert Zukunftsvisionen
- Wissenschaft goes Hanse

12 TERMINE

„Lasst uns unsere hanseatischen Wurzeln nicht vergessen“

„Nun ist es also geschehen: Die Briten sind ziemlich genau in der Mitte gespalten, aber die Entscheidung ist eben doch knapp zugunsten des Austritts aus der Europäischen Union ausgefallen“, schreibt Nick Daubney, Ratsvorsitzender in der britischen Hansestadt King's Lynn und Beauftragter der englischen Hanse. Trotz aller Sorgen um die Zukunft Großbritanniens plädiert er dafür, das Netzwerk Wirtschaftshanse weiter zu nutzen, Kontakte zu pflegen und Freundschaften auszubauen.



Ich könnte die Schuld einer älteren Generation von Wählern geben, zu der übrigens auch ich gehöre, die unseren jungen Leuten die Chance verwehrt hat, Freundschaften und konstruktive Partnerschaften aufzubauen, enger mit Kollegen auf dem Kontinent zusammenzuarbeiten, in Europa zu studieren, Karriere zu machen und in einer der 27

Nationen außerhalb Großbritanniens zu leben und zu arbeiten. Ich bin aber genauso versucht, die Schuld bei all den Lügen zu suchen, die gemacht wurden, bei den üblen Plakatkampagnen und den falschen Versprechungen.

Was aber geschehen ist, ist geschehen – was nun zählt, ist die Arbeit,

die vor uns liegt, um die erfolgreichen Geschäftsbeziehungen mit unseren europäischen Kollegen weiterzuführen. Wir müssen sicherstellen, dass der Rückzug mit Bedacht ausgeführt wird, damit unsere Unternehmen die veränderten Bedingungen in die Praxis umsetzen und auch weiterhin enge Beziehungen aufbauen können, die wir alle wollen und brauchen.

Auf den ersten Blick sind manche Nachrichten aber gar nicht vielversprechend: Der britische Premierminister David Cameron hat sich entschieden, die Austrittsverhandlungen nicht zu führen – und er wäre in der Tat in eine schwierige Lage geraten, hätte er es versucht.

Auf dem ausgezeichneten Hanseforum beim Hansetag in Bergen, der noch vor dem Brexit stattfand, hielt Frank Aarebrot, Professor an der Universität Bergen, einen faszinierenden und interessanten Vortrag zum Thema „Handelsnetze und die Gestaltung Europas“. Er sprach von unterschiedlichen und sich ständig weiterentwickelnden Zyklen, von Stadtstaaten und Weltmächten. Er meinte auch, der Brexit sei eine verrückte Idee. Ich stimmte ihm zu, aber wusste gleichzeitig, dass es zwar verrückt, dennoch eine sehr reale Möglichkeit war (und nun ist, wie sich herausgestellt hat). Ich frage mich, ob europäische Politiker wirklich alles in ihrer Macht Stehende unternommen haben, um dies zu verhindern? Damit meine ich nicht nur weitere Zugeständnisse an Großbritannien, sondern die tatsächliche Erkenntnis, dass Änderungen notwendig sind?

In der Hansezeit war es nicht ungewöhnlich, dass Mitglieder auch ein-

mal wechselten. Manchmal wurden Städte aufgrund von Handelsverstößen aus der Hanse ausgeschlossen oder die Machthaber beschlossen, sich vorübergehend oder sogar dauerhaft zurückzuziehen. Dennoch blieben die Händler weiter vernetzt und handelten miteinander. In der modernen Wirtschaftshanse haben wir uns entschieden, unsere Beziehungen auf gegenseitigem Vertrauen und ehrlichem Handel aufzubauen, die besten Merkmale der mittelalterlichen Hanse auf die Geschäftspraktiken des 21. Jahrhunderts zu übertragen. Geschäfte florieren, wenn auf Klarheit und Stabilität geachtet wird. Auch wenn Vertrauen und Ehrlichkeit weiter bestehen, können wir nicht leugnen, dass es Klarheit und Stabilität zumindest für eine bestimmte Zeit nicht mehr geben wird. Die Entscheidung Großbritanniens aus der EU auszuscheiden, hat bereits die Märkte verunsichert und wird weiterhin für Ungewissheit und Verwirrung sorgen. Da Großbritannien als Nettozahler zum EU-Haushalt beiträgt, wird der Austritt auch die EU vor Herausforderungen stellen.

Daher plädiere ich dafür, unsere hanseatischen Wurzeln nicht zu vergessen: Großbritannien ist eine der größten Volkswirtschaften Europas oder sogar der ganzen Welt. Die Londoner City ist ein globales Finanzzentrum und die britischen Konsumenten schaffen mit ihrer Nachfrage einen enormen Markt für Waren und Güter aus ganz Europa. Es werden sich Wege finden, um weiterhin erfolgreich und profitabel Handel zu treiben. Wir in der Wirtschaftshanse können und, da bin ich mir sicher,

werden unsere Netzwerke, Kontakte und Freundschaften nutzen, um weiterhin fair und ehrlich miteinander zu handeln und zu arbeiten.

Natürlich habe ich Sorgen: Ich bezweifle nicht, dass es zunächst weniger Investitionen geben wird, weil viele Unternehmen Bestandsaufnahmen machen und die Zukunft neu planen müssen. Und ich befürchte, dass dies zu Schwankungen an den Märkten und leider zum Verlust von Arbeitsplätzen führen wird. Aber ich weiß, dass wir in der Wirtschaftshanse alles tun werden, um die gegenseitigen Beziehungen zu stärken, die Freundschaften zu pflegen und auch weiterhin an einem erfolgreichen Unternehmensnetzwerk auf der Grundlage der Tradition zu arbeiten, auf die wir zu Recht stolz sind. •

Für weitere Infos:

cllr.Nick.Daubney@West-Norfolk.gov.uk

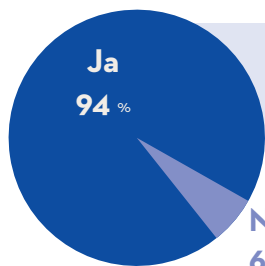


Nick Daubney, Ratsvorsitzender in der britischen Hansestadt King's Lynn und Beauftragter der englischen Hanse

Klares Votum für die Philosophie des Ehrbaren Kaufmanns

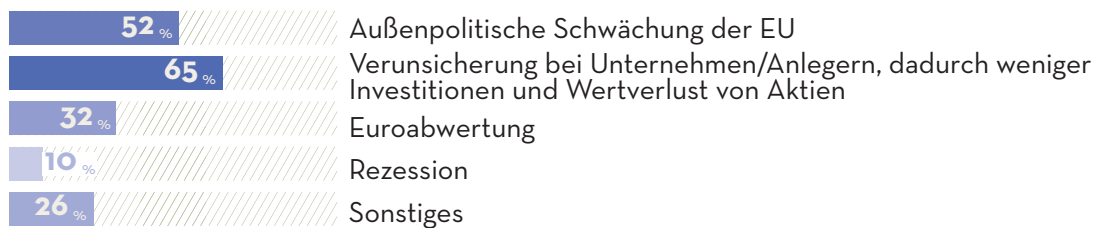
Hansemitglieder stimmen über den Einfluss des Brexit auf die Wirtschaftshanse ab.

Nach dem Referendum über den Verbleib Großbritanniens in der EU gaben die Mitglieder der Wirtschaftshanse in einer internen Umfrage unterschiedliche Meinungen zu Protokoll. So verneinten 50 Prozent die Frage, ob die Wirtschaftshanse aufgrund des Brexit wichtiger für sie werde. Diese Mitglieder, beispielsweise Kommunen ohne Außenhandelsbeziehungen, fühlen sich vom Brexit nicht betroffen. Die andere Hälfte bejahte die Frage nach der steigenden Wichtigkeit der Wirtschaftshanse und stimmte mit fast 90 Prozent dafür, dass Vertrauen und Verlässlichkeit gelebt werden müssten. „Ein klares Votum, dass unsere Werte und unsere Philosophie jetzt noch wichtiger werden für den Zusammenhalt“, sagt Wirtschaftshanse-Chefin Marion Köhn. „Für mich ist das ein deutlicher Auftrag, in dieser Richtung stärker zu wirken!“

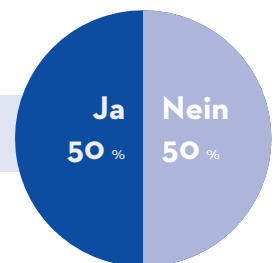


Glauben Sie, dass der Austritt der Briten aus der EU Auswirkungen auf die europäische Union haben wird?

Nein Wenn ja, welche?
(Mehrfachnennungen möglich)

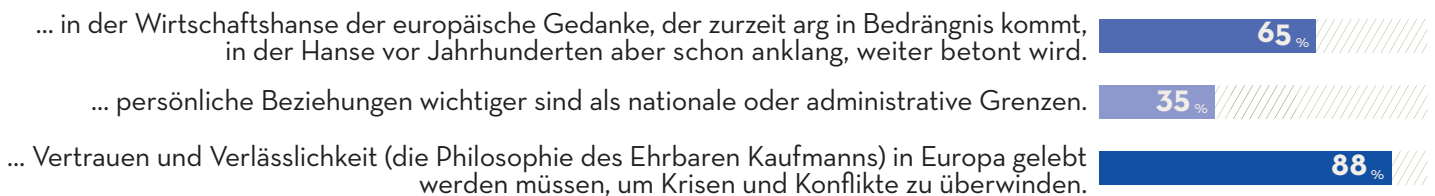


Wird der Verbund der Wirtschaftshanse aufgrund des Brexit wichtiger für Sie?



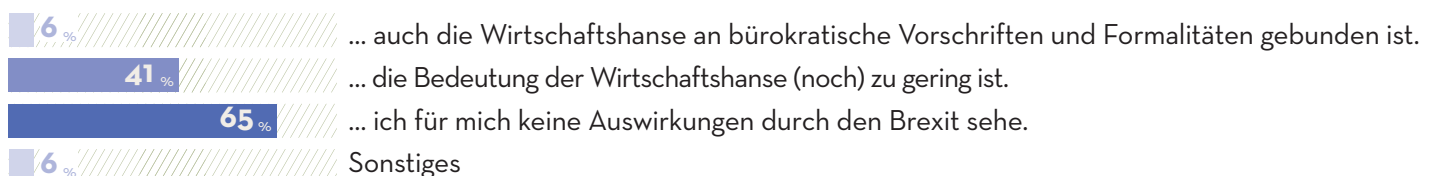
Ja, weil ...

(Mehrfachnennungen möglich)



Nein, weil ...

(Mehrfachnennungen möglich)



Best Practice für Mitglieder

Die Wirtschaftshanse versteht sich als Vermittler: auch bei der Weitergabe von Wissen.

Marion Köhn, Geschäftsführerin des Wirtschaftsband Hanse e. V., zeigt anhand eines Best-Practice-Beispiels, was die Wirtschaftshanse für ihre Mitglieder tun kann. Und lädt zu einer Unternehmerreise nach Estland ein: „Notieren Sie sich den Termin schon mal und kommen Sie mit!“

Wie kommen besonders kleine Unternehmen, die nur geringe finanzielle und personelle Ressourcen haben, an Informationen über neue Absatzmärkte im Inland und, was weit schwieriger ist, auch im Ausland? Wie erfahren sie mehr über die Strukturen vor Ort, über Potenziale und mögliche Ansatzpunkte für einen Markteintritt? Mit Hilfe externer Berater. Mit ein bisschen Glück über eine Internetrecherche. Oder über Markterkundungsreisen, die beispielsweise von Ministerien oder Handelskammern angeboten werden.

HTT Energy, Mitglied der Wirtschaftshanse aus Herford/Deutschland, geht einen anderen Weg: Es nutzt die Kompetenzen von Studenten im Zielgebiet. Die jungen Leute kommen zunächst für kurze Zeit nach Deutschland und lernen das Unternehmen kennen. Zurück in ihrer Heimat erstellen sie dann passgenaue Analysen – zu möglichen Geschäftspartnern, Markteintrittsmöglichkeiten und Entwicklungschancen. Ein Gewinn für beide Seiten!

Die Wirtschaftshanse fördert diesen Austausch, denn im Verbund sind neben Unternehmen auch die Wirtschaftsförderungen vieler Hansestädte vernetzt. Hier kennt man nicht nur die Unternehmen in der eigenen Stadt sehr gut, sondern hat zugleich Kontakte zu Hochschulen in der Umgebung. Interessiert? Dann kontaktieren Sie mich gern!

Wer gern noch einen Schritt weiter gehen und Unternehmen vor Ort kennenlernen möchte, kann auch das mit der Wirtschaftshanse: Vom 19. bis 22. Oktober geht es nach Kohtla-Järve in Estland. Nähere Infos dazu finden Sie auf unserer Homepage www.businesshanse.com und auf Seite 9 in dieser Ausgabe. Sie sind herzlich eingeladen, dabei zu sein. •



Marion Köhn

Geschäftsführerin Wirtschaftsband Hanse

„Der Hanse-Gedanke ist eine sinnvolle Ergänzung“

Hansemitglied Thomas Herold erklärt in einem Leserbrief, warum der Brexit die Wirtschaftshanse nach vorn bringen kann.

Offenbar sind die Briten und allen voran die Befürworter des Brexit am meisten vom Ergebnis des Referendums überrascht. Wie anders wäre es zu erklären, dass jetzt alle, Befürworter wie Gegner, auf Zeit spielen und gewaltige Unruhe ins EU-Getriebe bringen? Die EU muss sich mit den Folgen auseinandersetzen und natürlich alle, Bürger wie Wirtschaft, müssen sich Gedanken ma-

chen, wie es weitergehen könnte. Diese Unsicherheit wirkt sich natürlich auch auf diejenigen aus, die die EU in all ihren Erscheinungsformen ablehnen.

Es gilt also, möglichst unabhängig von politischen Zeitströmungen Netzwerke aufzubauen, die auch in schwierigen Zeiten tragen und möglichst regierungs- und politikunabhängig funkti-

onieren können. Netzwerke einzelner Bürger oder Wirtschaftssubjekte, die zwar eingebunden sind in die jeweilige Grundströmung ihrer Zugehörigkeit, doch selbstständig agieren können, basierend auf persönlichem Vertrauen.

In alten Zeiten war die Hanse so ein Netzwerk, das seinen Mitgliedern unabhängig von den jeweiligen

politischen Strömungen eine gewisse Rechtssicherheit und vor allem kaufmännisches Vertrauen garantierte. Unsere Zeit ist zwar mit dem Mittelalter nicht zu vergleichen, aber das Bemühen ehrbarer Kaufleute, in gegenseitigem Interesse und zu gegenseitigem Vorteil Geschäfte zu machen, trägt heute wie damals.

So passt das Bemühen, den Hanse-Gedanken wieder aufleben zu lassen, durchaus in die Zeit – nicht als Wettbewerb zu bestehenden Netzwerken und schon gar nicht zur EU. Er ist eine sinnvolle Ergänzung, vom Engagement einzelner Unternehmer, aber auch von Kommunen getragen, um vor allem da, wo es politisch schwierig wird, auf of-

fizieller Ebene Kontakte weiterleben zu lassen. Getreu der Devise: „Verbindungen schaden nur dem, der sie nicht hat!“ Und was in schwierigen Zeiten trägt, taugt für „normale“ Zeiten allemal! •

Thomas Herold, Mitglied der Wirtschaftshanse, war vor seiner Pensionierung Co-Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen/Deutschland.

„Internationale Demokratie in Reichweite“

Auf globalvote.org kann jeder seine Stimme bei Wahlen in aller Welt abgeben.



Simon Anholt berät Länder, Regionen und Städte, die wirtschaftlich, politisch und kulturell stärker mit anderen Staaten zusammenarbeiten wollen.

Der Politikberater Simon Anholt hat ein neues Projekt gestartet: Auf www.globalvote.org kann man bei allen Abstimmungen, die weltweit anstehen, seinen Wunschkandidaten wählen – obwohl die Wahl natürlich offiziell nicht gewertet wird.

„Das ist das wichtigste Thema, das ich je in Angriff genommen habe“, sagt der 55-jährige Anholt, der schon mit den Vereinten Nationen, der Nato, der Welt-

bank und der EU zusammengearbeitet hat. Die Welt sei stärker miteinander verbunden, als jemals zuvor, daher hat „die Art, wie jedes Land regiert wird, Auswirkungen auf die ganze Welt“, ist der Träger des Nobels Colloquia Preises für Wirtschaft und Management überzeugt. Daher solle laut Anholt auch die ganze Welt etwas dazu zu sagen haben, wer in welchem Land an der Regierung ist. „Bisher gab es sowas wie internationale Demokratie nicht“, sagt Anholt.

„Nun ist sie in Reichweite und ich hoffe, Sie helfen mit, dass dieses Szenario Realität wird!“

Die erste Wahl auf globalvote.org war die Abstimmung über den Verbleib Großbritanniens in der EU Ende Juni: „Leider haben noch nicht sehr viele Menschen mitgemacht, aber das war bei dieser ersten Wahl auch noch nicht zu erwarten“, sagt Simon Anholt. Doch das Ergebnis war eindeutig: Die Wähler aus 39 Ländern haben zu 86 Prozent gegen den Brexit gestimmt. Es folgen Ende August die Präsidentschaftswahlen auf den Kapverden, auf den Seychellen im Oktober und im Herbst in den USA. „Je mehr Menschen wählen, desto größeren Einfluss wird das Projekt haben“, hofft Anholt, der 2014 schon im Wirtschaftshanse-Magazin „Tiding“ darauf hingewiesen hat, dass die Wirtschaft global ist und eine globale Vernetzung von Menschen, Gruppen und Institutionen wie die Wirtschaftshanse daher notwendig ist. •

Boson minimiert Risiken und senkt Kosten

Mit einer speziellen IT-Architektur steuert Hansemitglied MySecondWay die Kommunikation zwischen Software-Systemen.



Heutzutage muss es möglich sein, die IT-Infrastruktur eines Unternehmens permanent und dennoch kostengünstig zu aktualisieren, um möglichen Bedrohungen von außen standhalten zu können. Hansemitglied MySecondWay hat dafür den IT-Architekturansatz Boson entwickelt. Managing Director Kay-Uwe Moosheimer erklärt, worauf zu achten ist.

Die meisten Unternehmen besitzen eine auf ihre Bedürfnisse angepasste Informationstechnologie und dementsprechend viele Anwendungen, die miteinander kommunizieren. Für die Installation einer solch individuellen IT-Umgebung wurden we-

der Zeit noch Kosten gescheut und in der Regel ist man völlig zu Recht stolz auf das Geleistete. Was aber oft nicht bedacht wird, ist der Aufwand, diese Systeme auf dem neuesten Stand zu halten, denn dafür müssen die Programme permanent aktualisiert und Anpassungen vorgenommen werden. Ein gutes Beispiel ist die aktuelle Warnung des Computer-Notfall-Teams der USA zum SAP-System: Hacker nutzen zurzeit eine kritische Systemlücke, für die bereits seit 2010 ein Update von SAP existiert.

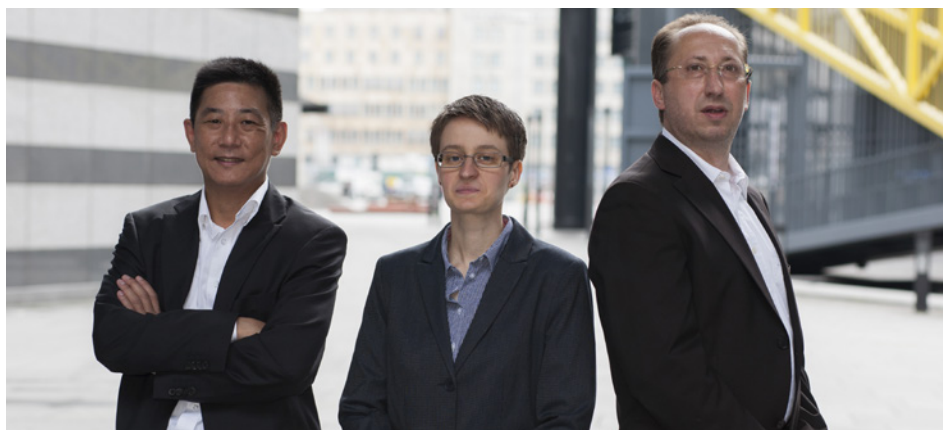
Besonders aufwändig können Updates werden, wenn verschiedene Software-Typen zusammenkommen:

Für die Kommunikation der Systeme untereinander wurde vielleicht schon vor Jahren eine spezielle Software geschrieben, die genau zu den zwei „Gesprächspartnern“ passt. Mit anderen Worten: Damit Software A sich mit Software B verständigen kann, musste ein „Sprachprogramm“ für die beiden geschrieben werden. Auch Software B und Software C müssen interagieren und auch dafür wurde ein Programm entwickelt. Mit der Zeit entstanden so viele verschiedene, selbst geschriebene oder selbst konfigurierte Software-Teile im Unternehmen. Bekommt nun Software B ein Update, ändern sich oft die Schnittstellen. Dadurch muss nicht nur Software B aktualisiert werden, sondern es müssen auch Software A und C angepasst, die Schnittstellen neu programmiert, getestet und auf Produktion gebracht werden.

Das alles kostet Geld, bedeutet Aufwand und birgt das Risiko, dass andere Systeme mit diesen Änderungen nicht zurechtkommen. Daher verzichten vor allem mittelständische Unternehmen in vielen Fällen auf Updates und warten oft Jahre, um dann in einem großen Projekt alles auf den neuesten Stand zu bringen oder mit neuen Programmen zu ersetzen. In der Zwischenzeit aber werden die Unternehmen immer verwundbarer, da die Software immer älter wird. Was das bedeuten kann, musste zuletzt der englische TV- und Mobilfunkanbieter TalkTalk erfahren, deren Aktien

nach einem Hackerangriff um mehr als 50 Prozent einbrachen.

Da die IT in nahezu allen Unternehmen ohne Unterbrechung im Einsatz ist, müssen Updates so organisiert werden, dass Änderungen einzelner Systeme nicht eine Kaskade an Anpassungen anderer Systeme nach sich zieht. Um das zu erreichen, hat MySecondWay mit der Boson-Architektur einen Lösungsansatz entwickelt, mit dessen Hilfe die Kommunikation zwischen den Systemen gesteuert wird. Die Vorteile eines zentralen Systems sind standardisierte Schnittstellen, die es ermöglichen, jede einzelne Software anzupassen oder zu ersetzen, ohne dass andere Komponenten etwas davon bemerken. Der größte Vorteil aber ist, dass fast alle anderen Systeme ohne Einschränkungen normal weiterarbeiten können. Dadurch werden Risiken minimiert, Kosten für Wartung und



Die Boson-Architekten von MySecondWay: von links Chi Toan Tri, Sarah-Jean Aich und Kay-Uwe Moosheimer

Modernisierung gesenkt und gleichzeitig kann extrem flexibel auf unternehmerische Anpassungen reagiert werden. Die Boson-Architektur kann man sich auf www.mysecondway.com ansehen und im eigenen Unternehmen einsetzen. •

Für Rückfragen:
Kay-Uwe.Moosheimer@MySecondWay.com

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Wirtschaftsbund Hanse e. V.
Projektleitung: Marion Köhn
Rathausplatz 1, D-32052 Herford
presse@businesshanse.com
www.businesshanse.com

REDAKTION

Marion Köhn (V. i. S. d. P.)
Isabel Melahn
newskontor GmbH
Graf-Adolf-Straße 20, D-40212 Düsseldorf
isabel.melahn@newskontor.de
www.newskontor.de

ÜBERSETZUNGEN

Rob Wouk
Lilli Translations
P. O. Box 18223, Sarasota, FL 34276, USA
rob@lillitranslations.com
www.lillitranslations.com

GRAFIK

Judith Kligen
newskontor GmbH
judith.kligen@newskontor.de

Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung. Dieses gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-ROM.

ISSN 2363-8842

BILDNACHWEISE

S. 1 © Melinda Nagy - Fotolia.com; S. 5 © Simon Isdell-Carpenter; S. 6 © Rawpixel.com - Fotolia.com; S. 8 © anna_shepulova - Fotolia.com; S. 9 © Fredex - Fotolia.com

„Wir machen Burger, weil wir sie lieben“

Für Hansemitglied vitamin B2 ist ehrliche Kommunikation das Mittel der Wahl, wenn es um den Transfer von Wissen und Ideen geht.

„Unternehmenskommunikation 2.0 war die Nabelschau im Internet, die Jagd nach Followern bei Facebook, Google Plus oder Instagram. Unternehmenskommunikation 3.0 geht weiter, zeigt die Menschen hinter den Produkten, gibt Marken ein Gesicht und erzählt Geschichten, die begeistern“, sagt Boris Bünning, Inhaber der Werbeagentur vitamin B2.

Werbung war ebenso wie unternehmerische Entscheidungen bis vor einigen Jahren meist noch Chefsache, wurde bestenfalls von der Werbeagentur vor Ort als „dazugehörende“ Aufgabe verstanden und als notwendiges und vor allem kostspieliges Element der Selbstdarstellung verstanden. Dabei hat sich die Aufgabe der Werbung ebenso wie die Ausgestaltung der Prozesse selbst im Unternehmen radikal verändert. Nicht das, was erreicht wurde, sollte daher im Fokus der Kommunikation stehen, sondern die Mission des Unternehmens, seine Sicht auf die eigenen Fähigkeiten und Ideen und auf die Mitarbeiter – schlicht, die Dinge auf die man stolz sein kann, weil sie aus dem eigenen Selbstverständnis gewachsen sind.

Ein Beispiel: In der kleinen englischen Hafenstadt St. Ives gibt es ein ausgezeichnetes Burger-Restaurant, dessen wesentliches „Werbemedium“ sich auf einen für alle Gäste zugänglichen Ordner beschränkt. Der Titel ist von Hand darauf geschrieben und lautet schlicht: Things we are proud of. Dort



steht zusammengefasst, was der Motor der Küche, die Triebfeder der Leidenschaft ist und welche Einstellung und Verantwortung man in Bezug auf Lebensmittel, Gäste und Mitarbeiter hat. Die Botschaft ist klar umrissen. Wir machen Burger, weil wir sie selbst lieben. Der Erfolg stellt sich dann von ganz allein ein, denn das kleine Restaurant ist über alle Grenzen bekannt und wird unter Kennern als Geheimtipp gehandelt. Trotz aller Möglichkeiten kommt es weder extravagant noch überteuert daher.

Dieses Beispiel darf gern erhalten, denn genauso simpel wie der Ordner sollte auch eine gute Kommunikationsstrategie für Unternehmen jeder Größe, für Kommunen, Städte oder Länder funktionieren. Ehrlich, mit einem nicht unkritischen Blick auf sich selbst und stolz auf das Erreichte.

Gern untermalt mit einer Geschichte, die leicht und locker berichtet wie „der Laden tickt“ und die unterhaltsam ist, indem sie die vielen Facetten des Unternehmens oder zum Beispiel der Wirtschaftsförderung darstellt.

Ist dieser Gedanke erst einmal als kleiner Samen gepflanzt und gereift, ist die Wahl der Medien nur noch zweitrangig. Magazine nehmen Leser mit auf eine Reise durch die Unternehmenslandschaft und die Storys bleiben – wenn sie gut gemacht sind – nicht nur im Gedächtnis, sondern oft auch bei Freunden, die genauso gern blättern und mehr erfahren wollen.

Von hier ist es nur ein kurzer Weg ins Internet, denn selbst Google will heute lieber mit Inhalten begeistern, statt mit reinen Fakten gefüttert werden. Die Streuung dieser Infor-

mationen ist dann ebenso Teil der Kommunikationsstrategie wie das Verfassen der Inhalte. Sie reicht von Selfmailern mit Überraschungseffekt über schlüssige Messekonzepte bis hin zur komplexen Internetplattform mit Anbindung an soziale Netzwerke. Selbstverständlich voll responsive und durch eingebaute Content Management Systeme jederzeit up to date. So geht das heute. •

Weitere Infos gibt es bei Boris Bünning unter bb@vitamin-b2.com oder www.vitamin-b2.com.



Boris Bünning, dritter von links, und das Team der Werbeagentur vitamin B2

„Vernetzung auf europäischer Ebene“

Wirtschaftshanse organisiert Unternehmerreise nach Estland.

Vom 19. bis 22. Oktober findet eine Unternehmerreise für Mitglieder der Wirtschaftshanse und für interessierte Gäste in die estländische Hansestadt Kohtla-Järve statt. Wer mitfahren möchte, kann sich jetzt auf www.businesshanse.com anmelden.

„Wir wollen auf dieser Reise die Wirtschaftsstruktur im Estland kennenlernen, Marktpotenziale ermitteln, Kontakte knüpfen und erste Geschäftsmöglichkeiten ausloten“, erklärt Geschäftsführerin Marion Köhn das Ziel der Reise. Alle Teilnehmer können sich, ihre Unternehmen oder Städte vorstellen und Kooperationswünsche oder -angebote in einem Kurzvortrag präsentieren. Unternehmensbesichtigungen und Firmengespräche werden danach bedarfsgerecht vermittelt. „Unsere estnischen Mitglieder und Partner haben uns schon ihre Kooperationswünsche ge-



nannt“, sagt Köhn. Dazu gehören die Bau- und Textilindustrie, Landwirtschaft und Landschaftsbau, Chemie, der Abbau von Bodenschätzen und die Torfindustrie, Maschinenbau und Metallverarbeitung. Auch einige Unternehmer und Städtevertreter aus Deutschland, England, den Niederlanden, Russland und Estland haben ihre Teilnahme bereits zugesagt. „Bei dieser Reise geht es daher nicht nur

um den bilateralen Austausch mit Kohtla-Järve, sondern um Vernetzung auf europäischer Ebene“, betont die Wirtschaftshanse-Chefin. •

Weitere Infos bei Marion Köhn unter koehn@businesshanse.com, Anmeldungen auf www.businesshanse.com

„Die Vergangenheit bestimmt unsere Zukunft“

Hansemitglied Harry Webers skizzierte Zukunftsvisionen auf dem Wirtschaftsforum des Hansetages in Bergen.

Unter dem Motto „Past is future – Die Vergangenheit bestimmt unsere Zukunft“ fand vom 10. bis 12. Juni der 36. Hansetag im norwegischen Bergen statt. Auf dem Wirtschaftsforum, bei dem anlässlich des Hansetages Vertreter aus Wirtschaft und Politik zusammenkamen, stand der Dialog über die wirtschaftlichen Potenziale und Perspektiven Bergens im Mittelpunkt. Dabei unterstrichen zahlreiche Redner die Chancen der Hanse für die wirtschaftliche Zusammenarbeit in Europa. Auch Unternehmer der Wirtschaftshanse nahmen an der Veranstaltung teil. Mit dabei Harry Webers aus Deventer/Niederlande, der in seinem Vortrag „Die neue Hanse: Smarte Städte, smarte Fabriken“ dafür warb, dass sich die niederländische Wirtschaft im Rahmen der „New Hanse“ wirtschaftlich stärker seinen direkten Nachbarn zuwenden solle, statt in die BRIC-Staaten zu schauen. Gute Voraussetzungen, um im kommenden Jahr in der niederländischen Hansestadt Kampen den wirtschaftlichen Dialog fortzusetzen, wenn dort vom 15. bis 18. Juni 2017 der nächste Hansetag mit Wirtschaftsforum stattfinden wird.



Mitglieder der Wirtschaftshanse trafen sich auf dem Hansetag in Bergen.
Mit dabei Harry Webers, sechster von links.

„Tiding compact“ fragte Harry Webers, Vorsitzender des Büros für Tourismus, Marketing und Events im niederländischen Deventer und bis vor kurzem CEO des Hanseunternehmens Witteveen + Bos Consulting Engineers mit Hauptsitz in Deventer, was die „Neue Hanse“ für ihn bedeutet:

Woher kennt man die Hanse aus Ihrer Sicht heute noch?

Harry Webers: Heutzutage bekommt die Hanse neue Aufmerksamkeit und zwar nicht nur wegen des europäischen Hanse-Kulturweges (übrigens Nummer zwei der 33 europäischen Kulturwege) und der jährlich stattfindenden Internationalen Hansetage, sondern in den Niederlanden auch wegen der Kampagne von „HollandCity“, die ein neues Marketingprogramm für niederländische Hansestädte ins Leben gerufen hat.

Was reizt Sie an der Hanse?

Die Inspiration durch ihre einzigartige Geschichte (ein gemeinsamer Markt über 220 Städte und acht Jahrhunderte hindurch) und die Werte der alten Hanse. Mein Traum ist es, die „Neue Hanse“ ins Leben zu rufen und zwar als Anstoß zur Stärkung der Wirtschaft in den kommenden 15 Jahren. Mein Traum bezieht sich dabei nicht nur auf wirtschaftliche Fragen, sondern umfasst auch Hochschulbildung, Gesundheitswesen und Spiritualität.

Wie sind Sie auf dieses Thema gekommen?

Seitdem die Wirtschaftskrise enorme Auswirkungen auf die Niederlande und Europa hat, interessiere ich mich für die wirtschaftliche Entwicklung und den ökonomischen Rückgang in Ländern, Regionen und Städten und

die dafür verantwortlichen Stressfaktoren. Die wichtigsten sind Umweltstress (die „Grenzen des Wachstums“ sowie die Herausforderung des exponentiellen Bevölkerungswachstums in Bezug auf Rohstoffe), demographischer Stress (starke Urbanisierung und Regionen mit starkem Bevölkerungsrückgang) sowie wirtschaftlicher Stress (Wirtschaftskrise, Überalterung der Bevölkerung und hohe Arbeitslosigkeit). Diese drei Stressfaktoren könnten in einem bereits angeschlagenen Europa zu einem starken Ungleichgewicht führen. Das erfordert einen dringenden Weckruf und konsequente Maßnahmen!

Was soll die „Neue Hanse“ genau bezwecken?

Die wichtigsten Ziele: Die Zusammenarbeit zwischen EU-Mitgliedsstaaten soll gefördert werden – beispielsweise beim Handel zwischen den Niederlanden und Deutschland (2014: 161 Milliarden Euro/Jahr). Die Zusammenarbeit zwischen (Hanse-) Städten soll verstärkt werden. Außerdem soll die verarbeitende Industrie in Europa nachhaltiger und zukunftssicherer produzieren (Stichwort Industrie 4.0). Dadurch werden Wachstum, Innovation, Lebensqualität und Belastbarkeit unserer Städte wesentlich verbessert, Wirtschaft und Unternehmen profi-

tieren und neue Arbeitsplätze werden geschaffen. Durch neue Nord-Süd- und Ost-West-Verbindungen zwischen Hansestädten werden diese zu „Smarten Städten“ und Werke zu „Smarten Betrieben“. Dies alles mit dem Wissen, dass Ergebnisse aus der Vergangenheit Garanten für die Zukunft Europas sein können. •

Für Fragen an Harry Webers zur „Neuen Hanse“:
harry.webers@witteveenbos.com

Wissenschaft goes Hanse

Windesheim Fachhochschule plant akademisches Seminar auf den Hansetagen.

Auch Vertreter der Wissenschaft vernetzen sich innerhalb der Wirtschaftshanse: In der russischen Hansestadt Pskow trafen sich Ende Mai Vertreter der Staatlichen Universität Pskow mit Besuchern der Windesheim Fachhochschule aus dem niederländischen Zwolle, um ein neues Projekt ins Leben zu rufen: Lehrveranstaltungen auf und nach den Hansetagen.

„Nachdem wir 2014 gefragt worden waren, ob wir den Hochschulbereich in die Aktivitäten der Wirtschaftshanse einbinden wollen, haben wir jetzt in Pskow ein erstes Projekt gestartet“, sagt Peter Lindhoud, Leiter des Bereichs Internationale Beziehungen der Windesheim University of Applied Sciences in Zwolle: Auf den kommenden Hansetagen, die im Juni 2017 im niederländischen Kampen stattfinden, soll passend zum Motto der Hansetage „Water Unities“ ein akademisches Seminar für Dozenten und Forscher aus Hansestädten angeboten werden. „Dies könnte der Auftakt für eine Veranstaltungsreihe sein, die auf den Hansetagen stattfindet und das Thema der Hansetage behandelt“, so Lindhoud. Zusätzlich soll es eine „Summerschool“ für Studenten geben: „Wir hoffen, damit 2018 nach den Hansetagen in Rostock starten zu können“, sagt Peter Lindhoud. Das Motto des Hansetages soll als rote Linie durch das Sommerseminar führen, dabei die Geschichte der Hanse behandeln, die Themen internationale und interkulturelle Kommunikation beinhalten, Unternehmertum und Forschung einschließen. „Nach den Sommerferien wollen wir alle Hochschulen in der Wirtschaftshanse anschreiben, das neue Projekt detailliert erläutern und sie einladen, daran mitzuwirken.“ •

Weitere Infos von Peter Lindhoud: pc.Lindhoud@windesheim.nl



Peter Lindhoud und Ineke van der Wal, links, beide Bereichsleiter an der Windesheim Fachhochschule in der niederländischen Hansestadt Zwolle, mit Kristina Kobyz, Leiterin der Abteilung für internationale Zusammenarbeit/Kooperation bei der Stadtverwaltung in Pskow/Russland

Hanse Sail, Netzwerktreffen und Estland-Reise

Aktuelle Termine für Mitglieder der Wirtschaftshanse und interessierte Gäste



02. August

Herforder Hanse-Abend: Netzwerk im „Denkwerk“

Hansestadt Herford/Deutschland

Regelmäßiger Treffpunkt für Mitglieder der Wirtschaftshanse und Interessierte.

Infos unter www.businesshanse.com

11. – 14. August

26. Hanse Sail

Hansestadt Rostock/Deutschland

Mehr als 150 Traditionsschiffe vermitteln ein einmaliges Flair: Segler mit berühmten Namen wie die „Roald Amundsen“ oder die „Fridtjof Nansen“ laden zum Tagestörn ein. An Land kann man das „Leben in der Hansezeit“ kennenlernen, sich auf der Kirmes vergnügen oder die Bühnenprogramme ansehen. Partnerland ist in diesem Jahr Polen.

Infos unter www.hanesail.com

11. August

Hanse Sail Business Forum

Hansestadt Rostock/Deutschland

In diesem Jahr findet das Forum zum Thema „Wirtschaftsfaktor Bundeswehr – Stand und Potenziale einer erfolgreichen Kooperation mit der regionalen Wirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern“ statt.

Infos und Anmeldung unter www.unternehmerverbaende-mv.com

23. August

Barbecue & Business

Hansestadt Herford/Deutschland

Kennenlernen, Austauschen und Kontakte knüpfen: Am Vorabend der Mitgliederversammlung der Wirtschaftshanse gibt es hier die Möglichkeit zum Small Talk beim Golf-Schnupperkurs. Anmelden können sich neben Mitgliedern auch interessierte Gäste.

Infos und Anmeldung auf www.businesshanse.com

24. August

Mitgliederversammlung Wirtschaftshanse

Hansestadt Herford/Deutschland

Themen unter anderem Vorstandswahlen, Wirtschaftshanse 2020, Beitragsgestaltung.

Infos und Anmeldung für Mitglieder im Intranet unter www.businesshanse.com

19. – 22. Oktober

Unternehmerreise

Hansestadt Kohtla-Järve/Estland

Die Wirtschaftshanse organisiert für Mitglieder und interessierte Gäste eine Unternehmerreise nach Kohtla-Järve in Estland.

Weitere Infos bei Marion Köhn unter koehn@businesshanse.com, Anmeldungen auf www.businesshanse.com

WIRTSCHAFTSBUND

HANSE



Werden auch Sie Mitglied im Wirtschaftsbund Hanse. Wir freuen uns auf Sie. Den Mitgliedsantrag und die Satzung finden Sie unter www.businesshanse.com.