

für die geistigen Mütter und Väter dieser personalpolitischen Richtung.

Bleibt noch zu erwähnen, dass das renommierte Hamburger Hans-Bredow-Institut sowohl dem Radiosender NDR 90,3 als auch dem Fernsehmagazin



Der Klassiker.

Foto: NDR

Hamburg Journal attestiert hat, in Sachen Information aus und über Hamburg absolute Spitze zu sein. Wer also mehr wissen will über die Stadt, in der wir alle leben, für den heißt es einfach nur: NDR einschalten! Denn: „Wir sind Hamburg“.

**Norddeutscher Rundfunk**  
**Rothenbaumchaussee 132-134**  
**20149 Hamburg**  
**Tel. +49 (040) 41 56 0**  
**Fax +49 (040) 44 76 02**  
**E-Mail: info@ndr.de**

**Maria von Welser** wurde in München geboren. Nach dem Abitur besuchte sie ab 1967 die Münchner Journalistenschule. Ab 1969 absolvierte sie ein Volontariat beim „Münchner Merkur“; bis 1973 arbeitete sie frei für verschiedene Zeitungen. 1973 wurde sie verantwortliche Redakteurin des Ressorts „Wirtschaft/Immobilien/ Sonderseiten“ bei der Abendzeitung in München. 1979 kam sie zum Bayerischen Rundfunk: zunächst als freie Mitarbeiterin, ab 1981 als fest angestellte Redakteurin bei Bayern 3. 1988 wechselte sie als Redaktionsleiterin und Moderatorin des Frauenjournals „ML Mona Lisa“ zum ZDF. Ab 1997 leitete und moderierte sie die Sendung „Mit mir nicht! Welsers Fälle“. 2001 ging sie als Studioleiterin nach London. Maria von Welser ist seit 1. August 2003 Direktorin des NDR Landesfunkhauses Hamburg.

# Deutschland braucht tatkräftige Unternehmer

„Unternehmer im Wandel“ ist eine passende Bezeichnung für die Vielzahl der Veränderungen, die derzeit deutsche Mittelstandsunternehmer vor neue Herausforderungen stellen. Gerade in dieser Zeit des Umbruchs ist es für Unternehmer wichtig, sich auf dessen positiven Aspekte und Chancen zu konzentrieren:

## 1. Made in Germany: Jeder Unternehmer ist ein positiver Standortfaktor

Im Politikstreit und Klagen über den Standort Deutschland kommen positive Nachrichten oft zu kurz. So haben einmal mehr tatkräftige, vor allem mittelständische Unternehmer Deutschland zum Exportweltmeister gekürt. „Made in Germany“ ist nach wie vor in aller Welt gefragt und wird im Ausland positiver gesehen als im eigenen Land. Dies sollte alle Unternehmer bestärken, die über den Ausbau ihres Exportgeschäfts in der EU und weltweit nachdenken. Ihre hochwertigen Produkte und Innovationen repräsentieren im Ausland den Standort Deutschland und werden dort gerne gekauft.

Ein Beispiel: Ein mittelständisches Spezialchemieunternehmen konnten wir bei der Geschäftsentwicklung in die Auslandsmärkte Belgien, Schweden und Schweiz begleiten. Dieser Weg hat sich gelohnt, denn mittlerweile ist die Produktion so ausgelastet, daß Auftragsarbeiten vergeben werden müssen, um Kapazitätsengpässe zu überbrücken. Offensichtlich ist es möglich, durch Innovation, Kundennähe und Flexibilität – typische Stärken von Mittelstandsunternehmen – der Konkurrenz aus Asien standzuhalten, die noch auf Standardprodukte und Preiskampf setzt.

## 2. Internationale Märkte bieten Chancen für Deutschland

Oft lassen sich deutsche Mittelstandsunternehmen von den Kosten der Markt-



erschließung im Ausland abschrecken. Diese hängen jedoch wesentlich von der Vorgehensweise ab, denn nicht immer ist die eigene Präsenz notwendig, um im Ausland Geschäfte zu machen. Als Beispiel nennen wir ein spezialisiertes Medizintechnikunternehmen, welches den amerikanischen Markt aus Kostengründen nicht in Betracht zog. Unsere Marktanalyse ergab aber, daß zwei amerikanische Hersteller hochinteressiert am Erwerb einer US-Produktlizenz und darüber hinaus sogar an einer weiteren Auftragsentwicklung waren. Dies nutzte das Unternehmen zur weiteren Expansion.

## 3. Den Standort Deutschland optimal nutzen

Deutschland ist für viele ausländische Unternehmen ein attraktiver Absatzmarkt. Das hat seine Gründe: Größe, Kaufkraft und Infrastruktur sind international Spitzenklasse. Daher müssen deutsche Mittelstandsunternehmen lernen, ihren Heimatmarkt optimal zu nutzen. Das bedeutet aber den Verzicht auf regionales Denken, welches beispielsweise norddeutsche Unternehmen am

*Chefsache*

**WIR GEBEN IHREN  
KUNDEN GRÜNDE  
ZU KAUFEN**

ES IST IMMER RAUM FÜR MEHR

[www.streudesign.de](http://www.streudesign.de)

WEB-INFO **SOFORT**: RUND UM DIE UHR

POSITION VOR ATTACKE

Sprung über den „Weißwurstäquator“ hindert. Warum nicht in Stuttgart oder München eine Zweitniederlassung aufbauen oder einen geeigneten Kooperationspartner suchen, um Kundennähe zu demonstrieren und gezielt das süddeutsche, österreichische und Schweizer Marktpotential zu nutzen? Als erfolgreiches Beispiel nennen wir einen Mandanten aus dem Werkzeugmaschinenhandel, der über Verbundstandorte mittlerweile deutschlandweit Kunden vor Ort bedient.

#### 4. Finanzierung am Standort Deutschland: Gewusst wie

Angesichts der schwachen Binnenkonjunktur und fehlender politischer Unterstützung haben sich tatkräftige Unternehmer auf den Weg gemacht und für positive Schlagzeilen, Innovation und Beschäftigung gesorgt. Diese Unternehmer haben das mittlerweile für viele Mittelstandsunternehmer leidige Thema „Unternehmensfinanzierung“ gelöst: Wo Kreditlinien von Bankenseite restriktiv gehandhabt werden, bringt Handeln Er-

folg. In vielen Fällen ist von Bankenseite dann Unterstützung zu erwarten, wenn ein Unternehmer Zukunftspotentiale aufzeigt und aktiv an die Lösung von Finanzierungsproblemen herangeht. Die reine Kreditfinanzierung gehört der Vergangenheit an, gefordert ist eine strukturierte Finanzierung aus Darlehen, Eigenkapital bzw. eigenkapitalähnlichen Mitteln wie Mezzaninekapital und bilanzverkürzenden Maßnahmen. Wer selbst Vorschläge unterbreitet, verhindert, Vorschläge diktiert zu bekommen. Einschlägige Beispiele belegen dies.

#### 5. Ein positives Standortklima schafft Erfolg

Was bringt uns ein positives Standortklima? Unsere These: Mehr Erfolg! Standortmarketing par excellence mit den positiven Auswirkungen auf Investitionen und Beschäftigung können wir Unternehmer beispielsweise von den Amerikanern lernen. „Think positive“ hat nicht nur den Flug zum Mond ermöglicht; sondern dafür gesorgt, dass Unternehmen gerne in den USA inve-

stieren. Einen Schritt weiter gedacht: Wie überzeugen wir umgekehrt ausländische Beteiligungsfonds, auf deutsche Unternehmen und Technologie statt auf Asien zu setzen? Indem wir selbst davon überzeugt sind und dies durch unternehmerisches Handeln bekräftigen.

Das positive Bekenntnis zum Standort Deutschland überzeugt nicht nur ausländische, sondern auch deutsche Investoren, ihre nachweislich vorhandenen Mittel statt im Ausland in deutschen Unternehmen anzulegen.

Die Politik schafft mehr oder weniger gute Rahmenbedingungen, handeln müssen Unternehmer stets selbst. Weil wir davon überzeugt sind, haben wir ein Zweitbüro in Stuttgart eröffnet, um den Standort Deutschland optimal zu nutzen. 2005 wird ein erfolgreiches Jahr – lassen Sie uns dafür etwas unternehmen!

**Dr. Hans-Ulrich Wandel**  
**WANDEL UnternehmerConsult**  
**Büro Hamburg:**      **Büro Stuttgart:**  
**Stadhausbrücke 3**      **Königstraße 10 C**  
**20355 Hamburg**      **70173 Stuttgart**  
**Tel. 040/650 338 73**      **Tel. 0711/222 54 407**  
**www.wandelconsult.de**

## Vertrauen heißt bauen mit uns.

□ Denn als kompetenter und zuverlässiger Partner von Bauherren und Architekten realisieren wir seit Jahrzehnten unterschiedlichste Bauvorhaben in und um Hamburg.

### Wohnungsbau



- Generalunternehmer für schlüsselfertiges Bauen
- Hoch-, Stahlbeton- und Industriebau sowie Stahlbetonfertigteilbau

### Gewerbebau



- Umbau- und Reparaturarbeiten, Fassaden- und Betonsanierung sowie Altbausanierung

### Sanierung



# Otto Wulff

BAUUNTERNEHMUNG GMBH

Otto Wulff Bauunternehmung GmbH  
 Archenholzstraße 42 · 22117 Hamburg

Telefon 040 / 736 24-0 · Telefax 040 / 733 12 31

e-mail: info@otto-wulff.de · www.otto-wulff.de