Bauwerk

01/2020

Ein Magazin der **LIST Gruppe**

Showtime

Heimliche Helden

real people – real estate

Die Bauwerk zählt zu den Preisträgern des German Design Award 2020.
Sie ist ausgezeichnet als »Winner« in der Kategorie Excellent Communications Design – Editorial.

Liebe Leser,
Bertolt Brecht hat es ganz passend formuliert: „Die im Dunkeln sieht man nicht." Aber damit geben wir uns nicht zufrieden. Wir knipsen ganz einfach das Licht an und schauen gemeinsam mit Ihnen einmal genauer hin.

Titelfoto Derek Meijer/Alamy Stock Foto

Meine heimlichen Helden

Wenn wir Probleme haben und die Nummer 110 wählen, sind sie wenige Minuten später da. Immer. Tag und Nacht. 365 Tage im Jahr. Ihr „Da-sein" ist für uns so selbstverständlich wie die Schwerkraft. Auf meiner „Heimliche-Helden-Liste" stehen sie weit oben, die Frauen und Männer unserer Polizei. Sie kommen dann, wenn jeder andere am liebsten weglaufen würde. Sie müssen Prügeleien schlichten, Straftäter verfolgen, Demonstrationen schützen und sich in Situationen begeben, in denen sie selbst in Lebensgefahr geraten. Sie machen möglich, dass wir uns Fußballspiele in Stadien mit Zehntausenden von Zuschauern ansehen können. Sie werden angepöbelt und gar nicht so selten im Dienst angegriffen. 2018: 79.164 Mal – so die offizielle Statistik. Es ist ein gefährlicher, anstrengender und verantwortungsvoller Berufsalltag, dem Polizistinnen und Polizisten sich rund um die Uhr stellen. Ebenso wie ihre Kolleginnen und Kollegen von der Feuerwehr und den Rettungsdiensten. Reich werden kann man damit nicht und Dankbarkeit erfahren sie zu wenig – wer bedankt sich schon bei der Schwerkraft!

Deshalb hier und heute: Ihr verdient Respekt! Gut, dass es euch gibt! Danke!

Solche „heimlichen Helden", die oft versteckt im Hintergrund arbeiten, aber alles am Laufen halten, gibt es viele. Um sie ein wenig sichtbarer zu machen, haben wir ihnen dieses Heft gewidmet.

Viel Spaß beim Blättern und Lesen!

S. 6
Im Gespräch – Teil 1
Hermann Simon gilt als Entdecker der Hidden Champions.

S. 10
Genau hingeschaut
Ein Blick in die Welt der Ampeln.

S. 14
Schon gewusst?
Den Souffleur findet man heute häufig im Publikum.

S. 16
Entdeckungsreise
Norman Schneider ist der Schöpfer skurriler und liebenswürdiger Puppen.

S. 24
Schon gewusst?
Sein heutiges Gesicht erhielt der Dübel im Jahr 1958.

S. 26
Gastbeitrag
von Vordenker und Neuromarketing-Experte Dr. Hans-Georg Häusel.

S. 32
Hinter den Kulissen
Gemeinsam mit DPD-Paketbote Jan Schmitz auf Tour.

S. 38
Andere Blickwinkel
Dank dem Fußhocker wird es erst richtig gemütlich.

S. 40
Genau hingeschaut
Manch einer bleibt sein Leben lang Nummer zwei.

S. 44
So kanns gehen
Die Hand hinter Asterix und Obelix ist nicht mehr die, die sie einmal war.

S. 48
Im Fokus
Den German Design Award haben wir nicht alleine gewonnen.

S. 50
Hinter den Kulissen
svh24.de ist einer der Wegbereiter für den Werkzeug-Online-Handel.

S. 54
Im Gespräch – Teil 2
Hermann Simon gilt als Entdecker der Hidden Champions.

S. 58
Im Fokus
Ohne Pilze gehts im Wald nicht.

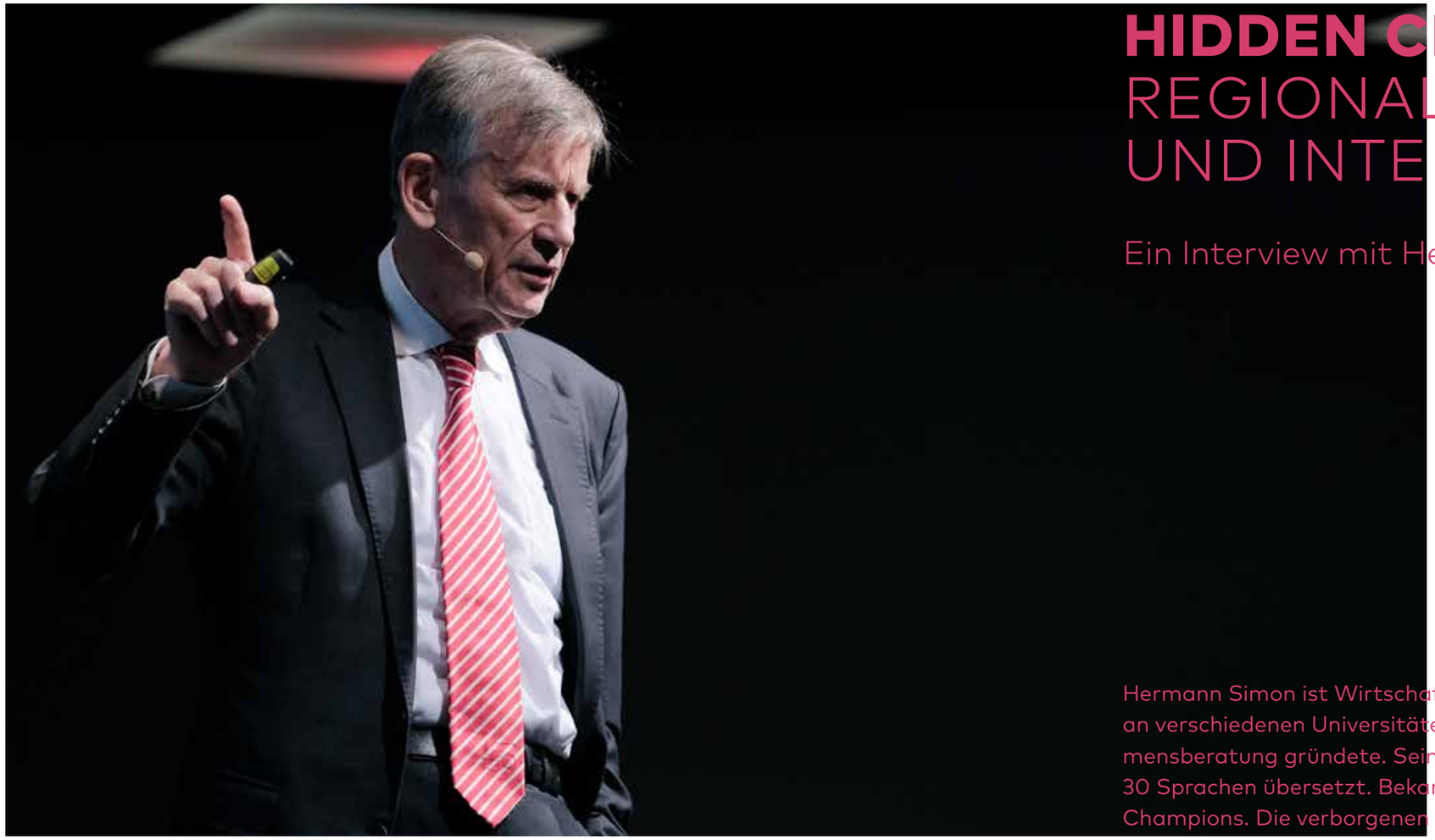
S. 60
Starke Partner
Unsere Praxis-Partner sind immer auch Problemlöser.

S. 66
Was geht?
Der Begriff Wasserträger kommt nicht von ungefähr.

S. 70
Nachgefragt
Johann Nieschwitz steht uns Rede und Antwort.

Kontakt und Abo bestellen

laura.raasch@list-ag.de
T +49 5921 8840-75



Hermann Simon brachte es auf den Punkt: 1990 hob er den Begriff „Hidden Champion“ aus der Taufe und setzte damit mittelständischen Weltmarktführern ein Denkmal, das bis heute Bestand hat.

Foto Hermann Simon

Teil 1

DIE FASZINATION DER HIDDEN CHAMPIONS: REGIONAL VERWURZELT UND INTERNATIONAL TÄTIG.

Ein Interview mit Hermann Simon.

Hermann Simon ist Wirtschaftswissenschaftler und hat als Professor an verschiedenen Universitäten gelehrt, bevor er seine eigene Unternehmensberatung gründete. Seine Bücher sind Bestseller und wurden in fast 30 Sprachen übersetzt. Bekannt wurde er als Entdecker der Hidden Champions. Die verborgenen Helden sind mittelständische Weltmarktführer, die kaum einer kennt. Wir haben mit Hermann Simon über die Erfolgsstrategien der Hidden Champions gesprochen, warum so viele von ihnen in Deutschland ihren Standort haben und ob ihnen der digitale Wandel gelingt.

„ES GIBT KEIN GEHEIMREZEPT. WAS DIE HIDDEN CHAMPIONS MACHEN, IST IM WESENTLICHEN GESUNDER MENSCHENVERSTAND."

Sie suchen seit Jahren nach mittelständischen Weltmarktführern. Sind Sie selbst immer wieder überrascht, was dabei für unbekannte Unternehmen auftauchen?
H. S.: Ja, das kann ich definitiv sagen. Wir entdecken immer wieder neue Firmen, obwohl ich das Feld ja seit Jahrzehnten abgrase. Vor einigen Monaten habe ich zum Beispiel eine Firma entdeckt, die heißt MK Technologies. Sie stellt Systeme her für komplizierte Gießverfahren, die eine Alternative zum 3D-Druck bieten. Mit diesen Systemen werden die Brennkammern für die Marsraketen des amerikanischen Raumfahrtunternehmens SpaceX produziert. MK Technologies hat sechs Systeme an SpaceX verkauft. Um die gleiche Leistung mit 3D-Druck zu erzielen, bräuchte SpaceX 1.000 große 3D-Drucker. Das ist absolutes Hightech von einer vergleichsweise kleinen Firma, die in einem Ort in der Eifel sitzt. So entdecken wir immer wieder Fälle, die geradezu spektakulär sind.

Wie entdecken Sie die Hidden Champions?
H. S.: Meist per Zufall. Ich lese etwas in der Zeitung, jemand erzählt mir etwas. Bei meinen Vorträgen kommt es häufig vor, dass Zuhörer zu mir kommen und von ihren Unternehmen berichten. Es gibt keine systematische Suche.

Die Hidden Champions haben überdurchschnittliche Wachstumsraten und gute Rendite. Was ist das Geheimrezept für ihren anhaltenden Erfolg?
H. S.: Es gibt kein Geheimrezept. Was die Hidden Champions machen, ist im Wesentlichen gesunder Menschenverstand: ambitionierte Ziele verfolgen, der Beste zu sein. Nur Fokus führt zu Weltklasse. Fokus aber macht den Markt klein. Wie mache ich ihn groß? Durch Internationalisierung. Weltmarktführer wird und bleibt man nicht durch Imitation, sondern nur durch beständige Innovation. Hohen Kundennutzen bieten. Qualifikation der Mitarbeiter. Das sind ja alles gesunde Menschenverstandsregeln. Aber diese Dinge konsequent über Jahre und Jahrzehnte durchzuhalten, das scheint nicht so einfach zu sein.

70 Prozent der mittelständischen Weltmarktführer sitzen nicht in großen Städten, sondern in ländlichen Regionen. Mehr als 50 Prozent kommen aus Deutschland. Woran liegt das?
H. S.: Das hat komplexe Ursachen. Deutschland war, anders als Frankreich, England oder Japan, bis vor 100 Jahren kein Nationalstaat. Durch diese dezentrale Struktur sind überall Kompetenzzentren entstanden, sogenannte Cluster. Ich nenne Ihnen mal zwei Beispiele: Im Schwarzwald gab es seit Jahrhunderten eine Uhrmacherindustrie. Diese ist weitgehend verschwunden, aber die feinmechanischen Kompetenzen der Uhrmacher wurden auf neue Branchen übertragen, zum Beispiel auf die Medizintechnik. Heute gibt es im Schwarzwald 450 medizintechnische Unternehmen. Oder nehmen wir Göttingen: Die Mathematische Fakultät der dortigen Universität war über Jahrhunderte führend in der Welt. In Göttingen gibt es heute 39 Messtechnik-Firmen. Die haben die Gesetze, die von den Mathematikern entdeckt wurden, mit ihren Produkten umgesetzt. Dadurch, dass die Staaten in Deutschland früher so klein waren, mussten die Firmen sehr schnell international werden, wenn sie wachsen wollten.

Regional verwurzelt und international tätig – diese Struktur prägt die Wirtschaft in Deutschland bis heute?
H. S.: Diese Verbindung von lokalen Kompetenzen und dem Zwang zur Internationalisierung, das steckt bis heute in der DNA deutscher Unternehmer. Einerseits lokal verwurzelt, andererseits die Welt als Markt betrachten, das leben die Hidden Champions. Gründer in Deutschland gehen viel schneller auf die internationalen Märkte als französische oder japanische Unternehmen. Heimatverbundenheit und Globalität sind für mich keine Widersprüche. Auch für mich persönlich nicht. Meine Autobiographie heißt „Zwei Welten. Ein Leben – Vom Eifelkind zum Global Player". Heute Morgen habe ich mit einem Bekannten gesprochen, der kommt aus unserem Nachbardorf, hat in Oxford studiert, sitzt heute in Singapur und ist trotzdem heimatverbunden.

Ein Kriterium der Hidden Champions ist, dass sie weitgehend unbekannt sind. Ist das nicht ein großer Nachteil bei der Suche nach Mitarbeitern?
H. S.: Jedes Ding hat zwei Seiten. Die geringe Bekanntheit und wenig Auffälligkeit kann natürlich sinnvoll sein: keine Konkurrenten anziehen, bescheiden auftreten, volle Konzentration auf das eigentliche Geschäft und nicht auf Show-Effekte. Aber sie hat auch zwei Nachteile. Erstens am Arbeitsmarkt und zweitens am Kapitalmarkt. Wenn man an die Börse gehen will, ist ein geringer Bekanntheitsgrad nicht von Vorteil.

Was raten Sie den Unternehmen, um Fachkräfte zu finden?
H. S.: Konzentriert euch auf eure Region. Fangt möglichst früh an, Kontakte zu Schulen herzustellen und, wenn es sie in der Nähe gibt, zu Fachhochschulen oder Universitäten. Holt die Leute in den Betrieb in Form von Praktika und Masterarbeiten. Wenn ihr in der Region ein attraktives Arbeitgeber-Image aufbaut, werdet ihr auch Talente finden, weil es in jeder Region Talente gibt. Dann müsst ihr die einstellen, aber auch zu Auslandseinsätzen schicken. Damit sie die Länder kennenlernen, in denen sie die Geschäfte betreiben. Es zeigt sich: Das funktioniert und es werden in der Regel sehr treue Mitarbeiter, die idealerweise lebenslang an Bord bleiben.

„BEI DEN HIDDEN CHAMPIONS VERSTEHEN DIE FÜHRUNGSKRÄFTE WIRKLICH ETWAS VON IHREM PRODUKT ODER IHREN DIENSTLEISTUNGEN."

Sie schreiben, dass es bei den Hidden Champions einen speziellen inneren Zusammenhalt gebe.
H. S.: Die Fluktuation bei den Mitarbeitern der Hidden Champions beträgt lediglich 2,7 Prozent. Das ist fast nichts. Die Fluktuation in Deutschland liegt im Schnitt bei 7,3 Prozent. Dahinter stecken mehrere Faktoren. Einmal macht es den Leuten mehr Spaß, bei einem Weltmarktführer oder Tabellenführer zu arbeiten als bei einem, der so rumkrebst. Allein die Tatsache, dass man Weltmarktführer oder Europamarktführer ist, bildet einen „Kitt", der die Leute ans Unternehmen bindet. In der Regel sind das ja ziemlich anspruchsvolle Produkte, so dass die inhaltliche Qualität ebenfalls ein wichtiger Bindefaktor ist. Hinzu kommt eine besondere Kultur. Das sind oft patriarchale Strukturen.

Die aber doch nicht jeder attraktiv findet.
H. S.: Mir sagte einmal ein Chef: „Leute, die bei uns nicht reinpassen, werden in der Probezeit ausgeschwitzt. Und danach haben wir praktisch keine Fluktuation mehr." Er brauche sich da überhaupt nicht drum zu kümmern, seine Mannschaft regle das allein. Er hat das mit einer Fußballmannschaft verglichen. Holt man einen schlechten Spieler, akzeptiert die Mannschaft ihn nicht, weil sie weiß, dass sie sich dadurch schwächt. Wenn die Leute aus der Region kommen, ist das ein zusätzlicher Klebefaktor. Und die Tatsache, dass es keine Alternativen vor Ort gibt. Meist ist der Hidden Champion in der Region der größte Arbeitgeber.

Welche Kompetenzen müssen die Führungskräfte der Hidden Champions mitbringen, um erfolgreich zu sein?
H. S.: Wir beobachten einen großen Unterschied zwischen der Gründergeneration in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg und den heutigen Unternehmern. Damals waren sehr viele Gründer Praktiker, die nicht studiert hatten und auch keine Fremdsprachen beherrschten. Die hatten trotzdem die Courage, international zu werden. Heute sind die Führungskräfte international versiert, haben in der Regel im Ausland studiert, dort auch gearbeitet und sprechen Fremdsprachen.

Unterscheiden sich die Geschäftsführer der Hidden Champions von denen in großen bekannten Unternehmen?
H. S.: Bei den Hidden Champions sind die Führungskräfte meistens Fachleute auf ihrem Gebiet. Das hängt auch mit dem engen Fokus zusammen. Die verstehen wirklich etwas von ihrem Produkt oder ihren Dienstleistungen. Während in großen Unternehmen eher General Manager arbeiten, die auch die Branche wechseln. Kasper Rorsted zum Beispiel ist jetzt Chef von Adidas. Er war vorher bei Henkel, einem Chemieunternehmen, und davor war er bei Hewlett Packard. Solche Karrieren, in denen von einer Branche in eine völlig andere gesprungen wird, kommen bei den Hidden Champions praktisch nicht vor. Wenn da einer einen Maschinenbauer leitet, hat er Ahnung vom Maschinenbau. Der Chef muss selbst mit den Kunden reden und qualifizierter Ansprechpartner für diese sein.

Beruht die Zurückhaltung der Hidden Champions nur darauf, dass sie Nischenprodukte herstellen, oder wollen die Unternehmen auch im Verborgenen bleiben?
H. S.: Beides trifft zu. Zum einen sind es meistens spezialisierte Nischenanbieter, deren Produkte nicht an den Endverbraucher gehen. Die sind natürlich bei ihren Kunden bekannt, aber nicht beim Endverbraucher. Der zweite Grund traf früher noch stärker zu als heute. Das ging sogar so weit, dass mir einige Unternehmen verboten haben, ihren Namen in meinen Publikationen zu nennen. Diese Haltung ist heute durch die Arbeitsmarktsituation und auch durch einen Generationenwechsel abgeschwächt worden. Aber es gibt nach wie vor viele, die extrem verschwiegen sind. Denen ist es am liebsten, wenn nichts über sie geschrieben oder verkündet wird.

Ein Kriterium für die Hidden Champions ist, dass sie unter fünf Milliarden Euro Umsatz im Jahr machen. Für mittelständische Unternehmen klingt das nach einer recht großen Zahl.
H. S.: Ja, aber das muss man im globalen Kontext sehen. Wenn ich die größten 500 Unternehmen der Welt betrachte, haben sie im Durchschnitt einen Umsatz von 60 Milliarden Euro. Das ist eine ganz andere Größenordnung. Wenn wir von unter fünf Milliarden Euro reden, sprechen wir von einer neuen Kategorie von Mittelständlern. Das sind große Mittelständler, die es früher so in den nationalen Volkswirtschaften nicht gab. Mit der Globalisierung sind sie möglich geworden. Insofern ist der Begriff Mittelstand nicht präzise definiert. Das fängt beim Bäcker an der Ecke an und geht dann bis zum Mehrere-Milliarden-Unternehmen. Wenn ich über die Hidden Champions spreche, spreche ich nicht über den gesamten Mittelstand, sondern über eine Elite.

TEIL 2 AUF SEITE 54 →

Die Helden der Straße.

Jeden Tag begegnet man ihnen. Egal, ob als Fußgänger, Auto- oder Busfahrer. Seit mehr als 100 Jahren regeln Ampeln den Verkehr. Doch selten macht man sich Gedanken darüber, was für ein komplexes technisches System hinter jeder Ampel steckt.

Fotos Siemens AG

Siemens stattete im Rahmen des diesjährigen Christopher Street Days insgesamt fünf Zebrastreifen mit zehn Fußgängersignalen in München mit schwulen, lesbischen und heterosexuellen Paaren aus.

Die erste Lichtsignalanlage in Berlin war 1924 ein acht Meter hoher Turm. Heute gibt es sehr viele unterschiedliche Systeme, eines aber haben sie alle gemeinsam: Sie sind aufregender als Kreisverkehre. Ampeln lösen Emotionen aus, man kann auf sie schimpfen und sich herrlich über eine grüne Welle freuen. Schließlich verbringt ein Mensch in Deutschland statistisch gesehen zwei Wochen seines Lebens damit, an roten Ampeln zu warten. Doch die Anlagen sind heute auch komplexe technische Systeme, die sich dem Verkehrsaufkommen anpassen und Signale von Fahrzeugen aufnehmen können. Und die Ampeln der Zukunft senden Informationen an die Autos.

Explosiver Start.

Mitte des 19. Jahrhunderts herrschte in London ein gewaltiges Chaos auf den Straßen. Fuhrwerke, Pferdeomnibusse und Fußgänger wuselten durcheinander und verursachten häufig schwere Unfälle. Der Ingenieur John Peake Knight erfand damals die erste Verkehrsampel der Welt. Der Signalmast mit den Farben Rot und Grün wurde 1868 vor dem Parlament aufgestellt. Doch bevor die Londoner sich mit der neuen Technik richtig anfreunden konnten, war sie auch schon explodiert.

An der Spitze der acht Meter hohen, gusseisernen Säule wurde eine drehbare Glaslaterne mit roten und grünen Lichtern installiert. Die Bedeutung der beiden Farben war damals schon bekannt, weil sie auch für Schiffe und Züge verwendet wurden. Ein Polizist bediente am Fuß der Säule einen Hebel. Betrieben wurde sie mit Gas. Doch das war auch das Problem. Es kam immer wieder zu schweren Gasexplosionen. Wenige Wochen nach der Inbetriebnahme wurde ein Polizist so schwer verletzt, dass die Ampel sofort wieder abgeschaltet wurde. Das Experiment war gescheitert.

Elektrische Ampel mit Glocke.

1914 wurde dann die erste elektrische Ampel im amerikanischen Cleveland in Betrieb genommen. Auch bei ihr gab es nur zwei Farben. Rot für Halten. Grün für Fahren. Eine Glocke kündigte den Farbwechsel an. Die wurde aber bald vom Lärm des Verkehrs übertönt.

Gemeinsam mit der Technischen Universität (TU) München hat Siemens in Marburg eine App, die für Fahrradfahrer bei Ampeln automatisch Grün anfordert, erfolgreich getestet.

In Berlin bliesen zu dieser Zeit noch Polizisten in Trompeten und Trillerpfeifen, um den Verkehr zu regeln. Bis 1924 auf dem Potsdamer Platz ein fünfeckiger und acht Meter hoher Ampelturm installiert wurde. Oben in einer Kabine auf dem neuen Ampelturm saß von da an ein Polizist und steuerte das Signal mit der Hand. Der berühmte fünfeckige Ampelturm blieb bis 1936 in Betrieb und wurde zum Wahrzeichen. Heute steht er wieder in Berlin: als Nachbau des historischen Turms auf dem Potsdamer Platz.

Intelligente Ampeln.

Äußerlich haben sich Ampeln in den vergangenen Jahrzehnten kaum verändert. Doch im Inneren hat eine technische Revolution stattgefunden. Ampelanlagen sind intelligenter geworden und haben sich längst zu hochkomplexen technischen Systemen entwickelt. Das fängt bei den Lampen an: Leuchteten früher Glühlampen in den Ampeln, die häufig ausgewechselt werden mussten, sind es heute stromsparende LED-Leuchten. Sie halten zehnmal länger als konventionelle Signallampen und fallen dadurch weniger aus. Wird trotzdem einmal eine zu schwach oder funktioniert nicht mehr, schaltet sich die gesamte Ampel aus Sicherheitsgründen ab und sendet ein Signal an die Verkehrszentrale.

Ampeln reagieren heute auch meist ganz direkt auf das Verkehrsaufkommen. Besonders in großen Städten steckt ein ausgeklügeltes System dahinter. Schließlich soll im Idealfall der Verkehr möglichst gut fließen. Aber wie funktioniert das System und von wo aus werden die Ampeln geschaltet? „Im Hintergrund regelt das in jeder Stadt eine große Verkehrsmanagementzentrale“, erklärt die Umweltingenieurin Olivia Köhler, die als Produktmanagerin für Verkehrstechnik bei Siemens arbeitet. Seit 1967 fertigt das Unternehmen Komponenten für die Straßenverkehrstechnik und produziert jährlich etwa 40.000 Ampeln und 2.500 Ampelsteuergeräte.

Induktionsschleifen, Sensoren, Radardetektoren oder Kameras, die an Kreuzungen installiert sind, messen das aktuelle Verkehrsaufkommen: wo wie viele Autos fahren, wo Stau ist, welche Strecken wenig befahren sind und wo es Baustellen gibt. Diese Informationen werden an die Verkehrsmanagementzentrale einer Stadt gesendet. Dort laufen alle Informationen auf einem Rechnersystem zusammen, das den gesamten Verkehr überwacht und lenkt. „Die Automatisierung unterstützt hier die Mitarbeiter in der Verkehrsmanagementzentrale bei ihren Entscheidungen“, sagt Köhler.

Die Verkehrsmanagementzentrale sendet dann Informationen an sogenannte Steuergeräte. „Das sind die grauen Kästen, die an jeder Kreuzung stehen“, so Köhler. Sie sind quasi die Vermittlerstelle zwischen der Verkehrszentrale und der Ampel. Von den grauen Kästen am Straßenrand, den Steuerungsgeräten, wird schlussendlich die Ampel gesteuert, so dass man sie rot, grün, gelb leuchten sieht. Die Grün- oder Rotphasen können verlängert oder verkürzt werden, um zum Beispiel den Verkehrsfluss durch eine grüne Welle zu verbessern oder Trambahnen, Busse oder Rettungsfahrzeuge vorzulassen.

Denn in vielen Städten können mittlerweile Busse, Straßenbahnen und Rettungsfahrzeuge die Ampelschaltungen beeinflussen. Teilweise funktionieren diese Systeme vollständig digital. „Eine kleine On-Board-Unit mit integrierter GPS-Antenne ist zum Beispiel im Bus installiert. Sie ermittelt die Position des Fahrzeugs und sendet diese an die Verkehrszentrale“, sagt Köhler. Wenn der Bus dann eine virtuelle Linie überfährt, schaltet die Ampel auf Grün. Und sobald der Bus die Kreuzung überquert hat, schaltet die Ampel wieder in den Normalbetrieb.

Ampeln der Zukunft.

Ampelanlagen werden immer smarter. In Zukunft sollen sie beispielsweise den Autos mitteilen, wann die Grünphase beginnt. Dadurch erfährt die Motorsteuerung des Autos die Zeit, die das Fahrzeug bis zum nächsten Anfahren hat. So kann der Motor genau zum richtigen Zeitpunkt starten und Lärm und Abgase einsparen. Die Informationen erhalten sie von einer sogenannten Road Side Unit (RSU). Das ist eine kleine Box, die an Masten befestigt wird und mit den Fahrzeugen kommunizieren kann.

„Wenn Sie auf die Kreuzung zufahren, erhalten Sie die Information, in wie viel Sekunden die Ampel von Grün auf Gelb umspringt“, sagt Verkehrsexpertin Köhler. Diese Information nennt sich Signal Phase and Timing (SPAT). „Der neue Golf beispielsweise hat dieses Tool schon und kann mit Ampeln kommunizieren.“ So können die Fahrzeuge auch Informationen über Staus, Gefahrenhinweise und Blitzer erhalten. Ziel sei es, den Verkehr so gut wie möglich zu steuern und Staus zu vermeiden, sagt Köhler.

Manche Verkehrsexperten sind überzeugt davon, dass Autos durch ihre Vernetzung untereinander irgendwann überhaupt keine Ampeln mehr brauchen. Andere sagen, es werde auch weiterhin eine Infrastruktur im Straßenraum geben, die alle Verkehrsteilnehmer miteinander koordiniert. Auch Fußgänger, Radfahrer und Blinde sind stark auf die Infrastruktur angewiesen. Mancherorts wurden Ampelkreuzungen auch bereits in Kreisverkehre umgewandelt. Kann der Kreisverkehr zur ernsthaften Konkurrenz für die Ampel werden? „Ein Kreisverkehr kann nie so einen hohen Effizienz-Grad erreichen wie eine gute Ampelschaltung, wenn viel Verkehr ist. Vor allem bei den Bedingungen, die heutzutage im städtischen Umfeld herrschen“, sagt Köhler.

Grüne Welle für Fahrräder.

Mit der grünen Welle durch die Stadt radeln. Das ist bereits installiert und daher keine Zukunftsmusik mehr. „Wir haben ein Produkt, Sitraffic SiBike, das läuft über eine Smartphone-App“, erklärt Verkehrsexpertin Köhler. Radler können sich die App auf ihr Smartphone laden. Fahren sie dann entlang der Strecke, an der die Stadt das System implementiert hat, fordert die App an Ampeln automatisch Grün an.

Das funktioniert so: Nähert sich ein Fahrradfahrer mit der aktiven SiBike-App einer Kreuzung, wird die Grünphase der Ampel nach Bedarf verlängert. Das Smartphone des Fahrradfahrers bestimmt die Position, Geschwindigkeit und Richtung mittels GPS. Wenn der Radfahrer eine virtuelle Linie mit einer definierten Geschwindigkeit passiert, wird eine Anmeldung ausgelöst. Dabei sendet die App eine Anmeldung des Fahrradfahrers an die Verkehrszentrale.

Diese schaltet die Fahrradampel, wenn es die Situation zulässt, direkt oder zumindest bis zu sechs Sekunden früher als für die Autos auf Grün und verlängert eine bestehende Grünphase ebenfalls um bis zu sechs Sekunden. So werden Fahrradfahrer priorisiert und der Fahrradverkehr wird beschleunigt. „Wir haben das zusammen mit der Technischen Universität (TU) München in Marburg erfolgreich getestet“, sagt Köhler. Derzeit werde die Technologie noch in weiteren Städten eingebaut. •

Foto dpa

Das Ampelmännchen.

Bei Rot stehen, bei Grün gehen. Wenn es nur so einfach wäre. Die Vielfalt der Ampeln, die sich in den vergangenen 150 Jahren entwickelt haben, ist immens. Das fängt bei den Ampelmännchen an, die in Form und Haltung variieren – und in wenigen Ausnahmen auch Ampelfrauen sind. In Berlin wurde das Ost-Ampelmännchen mit dem großen Kopf, den kurzen Beinen und dem markanten Hut wiederbelebt und zur Kultfigur. Heute ist es in ganz Deutschland zu finden, nur in Bayern ist es verboten. In Mainz wurde 2016 eine Mainzelmännchen-Figur auf einer Ampel montiert. Seitdem werden in der Heimatstadt der ZDF-Trickfiguren nach und nach die Fußgängerampeln umgerüstet. In Plauen, der Geburtsstadt des Zeichners Erich Ohser, haben Ampeln die Motive seiner Zeichnungen „Vater und Sohn“. In der ostfriesischen Stadt Emden gibt es eine Ampel mit Otto-Waalkes-Bild. Es zeigt den Emder Ehrenbürger in seiner Lieblingspose: als hüpfenden Otto. Als er gefragt wurde, wie die Menschen diese Ampel bei Grün überqueren sollen, sagte er: „So, wie es gezeigt wird.“

Reserviert für den Souffleur.

Der Souffleur sitzt nicht mehr immer in einem dunklen, eingelassenen Kasten am vorderen Bühnenrand. Er hat sich in einigen großen Theatern einen Platz in der ersten Reihe gesichert.

Bei einem Theaterbesuch gilt die Aufmerksamkeit den Künstlern auf der Bühne. Sollten Sie aber einmal in der ersten Reihe und mittig vor der Bühne gesessen haben, ist Ihnen Ihr Nachbar vielleicht doch in Erinnerung geblieben. Leise flüsternd. Mit den Fingern an einem ausgedruckten Text klebend. Dann haben Sie den Platz neben dem eines modernen Souffleurs erwischt. Häufig muss der Vorsager dabei nach wie vor das Kunststück meistern, so leise zu sprechen, dass kein Zuschauer etwas davon merkt. Und gleichzeitig so laut, dass der Darsteller auf Anhieb wieder in seinen Text zurückfindet. In größeren Theatern, wie zum Beispiel dem Wiener Burgtheater, ist man aber auch, was das angeht, einen Schritt weiter. Dort wird aus der ersten Reihe per Funk souffliert. Die Schauspieler tragen dazu einen kleinen Empfänger im Ohr. Taktgefühl ist somit mehr denn je gefragt. Denn wenn der Souffleur dem Schauspieler während einer strategisch gewählten Sprechpause direkt ins Ohr spricht, dann kann das Chaos schnell sehr groß werden. •

Foto Adobe Stock

Der Figuren-schneider.

Norman Schneider ist ausgebildeter Puppenspieler. Vor 14 Jahren wechselte er dann von der Bühne in die Werkstatt.

Norman Schneider entwirft und baut berühmte Puppen. Der Figurenschneider ist der Schöpfer skurriler, gruseliger, komischer und liebenswürdiger Wesen. Sie treten in Fernsehserien, TV-Shows, Musikvideos, Werbespots und auf Theaterbühnen auf. Immer wieder wird Schneider gefragt, ob man davon leben kann. „Ja", sagt er, „sehr gut sogar." Seine Auftragsbücher sind voll. Ein Besuch in seiner Werkstatt und ein Treffen mit Monstern, Kobolden und einem Dackel.

Fotos alwi sobott, Norman Schneider

Schneider entwirft, zeichnet, näht, bezieht, klebt, malt und modelliert jedes Jahr etwa 70 bis 80 Figuren in seinem Atelier in Sassenberg.

Einmal klingelte jemand an der Haustür und wollte den Raben Rudi sehen. So etwas passiert aber selten. Zum Glück, sagt Norman Schneider. Schließlich ist sein Atelier kein Filmstudio. Trotzdem sitzt Rabe Rudi, die bekannte Figur aus der ZDF-Kinderserie „Siebenstein“, auf dem Regalbrett in seinem Atelier. Wie so viele weitere bekannte Puppen hat Norman Schneider sie selbst geschaffen. Figuren mit außergewöhnlichen Charakteren, die in Filmen, Fernsehshows, Musikvideos, Werbespots oder auf Theaterbühnen auftreten. Alle handgemacht. Aus Schaumstoff, Federn, Samt, Baumwolle, Plastikaugen, Filz und Holz.

Norman Schneider ist Figurenschneider. Der 47-Jährige macht Filmpuppen, Klappmaulfiguren, Stab- und Handpuppen. Das klingt nach einem etwas antiquierten Beruf und er wird oft gefragt, ob man denn davon leben könne. „Ja“, sagt er, „sehr gut sogar.“ Voraussetzung ist natürlich, dass die Figuren professionell und qualitativ hochwertig sind, dass die Kunden sich auf ihn verlassen können. In der Figuren-Szene ist Schneider längst bekannt, kann sich seine Aufträge aussuchen.

Er entwirft skurrile, kauzige, schöne, gruselige, komische und liebenswürdige Wesen. Figuren, die an der Seite von Schauspielern oder Bauchrednern auftreten, die im Scheinwerferlicht auf Theaterbühnen tanzen oder seit Jahren eine Hauptrolle in bekannten Fernsehserien spielen.

Schneider baut jedes Jahr 70 bis 80 Figuren.

Ein Einfamilienhaus in Sassenberg, einem kleinen Dorf im Münsterland. Schneider bittet hinein in sein Atelier, es geht die Treppe hinauf in den ersten Stock. In den hellen Raum fällt von mehreren Seiten Sonnenlicht herein, ein großes Fenster erstreckt sich vom Fußboden bis hinauf unter das Dach. Zwei Wände sind in warmen Gelbtönen gestrichen. Auf einer Arbeitsplatte stehen Nähmaschinen. Farben, Nähgarn, Knöpfe und Plastikaugen, alles ordentlich sortiert und aufgeräumt. Auf dem großen Tisch ein Becher voll mit Pinseln. Daneben liegt die Figur, an der Schneider derzeit arbeitet. Eine Klappmaulfigur für die Niedersächsischen Landesforsten. Der Kiefernkobold soll die Waldpädagogen bei der Arbeit mit Kindern zum Thema Naturschutz begleiten.

Auf der anderen Seite des Raums hängt ein großes, leuchtend rotes Monster mit hellgrünen Hörnern, in seinem breiten Maul sind schiefe Zähne, sein Körper besteht aus feinen Federn. Schneider steckt seine Arme hinein, reißt das Maul auf, verstellt seine Stimme und erweckt das Monster zum Leben. Was ein menschlicher Schauspieler mit wenigen Gesten zum Ausdruck bringt, muss er mit starken Farben, breiten Mäulern, großen Augen und überzeichneten Gesichtsmerkmalen nachahmen.

Schneider entwirft, zeichnet, näht, bezieht, klebt, malt und modelliert jedes Jahr etwa 70 bis 80 Figuren. Meist sind es seine eigenen Kreationen, manchmal auch Kopien berühmter Originale. Auf Regalbrettern und Tischen hängen, liegen und sitzen einige von ihnen. Astrid Lindgren, Kater Kurt, der Rabe Rudi, ein Monster mit scharfen Zähnen, ein grünes Wesen mit einer sehr langen Nase, ein Kobold mit spitzen Ohren und ein Dackel. Wobei der Dackel das einzige Wesen ist, das sich von allein bewegt. Es ist Schneiders Hund Pelle, der aus seinem Körbchen springt, um die Besucher zu begrüßen.

Vier Meter große Bären für Atze Schröders Bühnenshow.

Als die Fernsehsender rbb, MDR und KiKA beschlossen, neue Folgen der Pittiplatsch-Geschichten für die Sandmännchen-Sendung zu drehen, erhielt Schneider den Auftrag für die Neugestaltung der Puppen. Seit 1991 liefen nur noch Wiederholungen der beliebten Abendserie, die in der DDR gedreht worden war. Und die Originalpuppen waren nicht mehr im Fundus. Schneider hat sie noch einmal neu geschaffen und an die heutige Zeit angepasst, ohne sie allzu sehr zu verändern. Es war ein langer Prozess, ein Jahr dauerte es, bis 2019 der braune Kobold Pittiplatsch, der Hund Moppi und die Ente Schnatterinchen fertig waren.

In der Regel vergehen vom Entwurf bis zur Fertigstellung einer Figur zwei bis drei Monate. Manchmal auch weniger. Wie bei den Bären, die Schneider für die Bühnenshow des Comedians Atze Schröder genäht hat. Für sie hatte er kaum zwei Wochen Zeit. Drei Tiere je vier Meter groß, die mit einem Gebläse in Form gebracht wurden. Für die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung hat Schneider fünf Monster entworfen, darunter Feig Feigwarze, Trippo Tripper und Philis Syphilis. Mit den Monstern hat die Bundeszentrale dann Werbespots ▸

Rabe Rudi,
aus der ZDF-Kinderserie „Siebenstein“.

In der Regel vergehen zwei bis drei Monate, bis die Figuren von Schneider bereit für die große Bühne sind.

gedreht, um über sexuell übertragbare Krankheiten zu informieren. Schneider selbst war auch als Puppenspieler daran beteiligt.

Von der Bühne in die Werkstatt.

Seit er denken kann, wollte er Puppenspieler werden. Schon als Kind hat er selbst Figuren geschneidert und Marionetten gebastelt. Seine Eltern rieten ihm, nach der Schule eine Banklehre zu machen. Etwas Solides. Als er darauf beharrte, Puppenspieler zu werden, hatten sie sein finanzielles Fiasko vor Augen. Der Kompromiss war schließlich eine Schreinerlehre. Direkt im Anschluss bewarb Schneider sich bei der Niekamp Theater Company in Bielefeld und ließ sich dort zwei Jahre lang zum Puppenspieler ausbilden. Vier weitere Jahre blieb er im Ensemble. Es war eine tolle Zeit, sagt er. Aber irgendwann war es zu viel, manchmal spielte er fünf Vorstellungen am Tag. Er wollte die Puppen nicht mehr nur führen und ihnen eine Stimme geben. Er wollte sie vor allem selbst bauen. Und hatte auch schon reichlich Erfahrungen beim Reparieren der Puppen gesammelt.

14 Jahre ist es her, dass Schneider sich selbstständig machte und sein eigenes Atelier gründete. Klar, es war ein Sprung ins kalte Wasser. Er hat sich anfangs auch gefragt, ob es wohl klappen würde. Hat sieben Tage in der Woche gearbeitet. Doch dann hat er sich einfach bei Theatern und Filmproduktionen vorgestellt, ist in die USA geflogen und hat seine Figuren dem bekannten Unterhaltungsunternehmen Jim Hensen Company angeboten. Und es hat funktioniert. „Ich hatte noch nie Leerlauf“, sagt er. Die Auftragsbücher für die kommenden Monate sind voll. „Wichtig ist es, als Figurenschneider seine eigene Handschrift zu finden“, sagt er. „Es macht keinen Sinn, nur seine Meister zu kopieren.“

Für den Igel brauchte er über 380 Arbeitsstunden.

Schneider hat eine Mitarbeiterin fest angestellt und arbeitet mit einem weiteren freiberuflichen Puppenbauer zusammen, außerdem mit drei Schneidern, die die Puppen einkleiden. Zwischen 1.000 und 10.000 Euro kostet eine Figur, wenn sie fertig ist. In der Regel braucht er für eine Puppe 60 bis 80 Stunden. Die Figur des Märchens Hans mein Igel war eine der aufwendigsten Puppen. Über 380 Arbeitsstunden arbeiteten Schneider und seine Mitarbeiter daran, bis aus Schaumstoffplatten die Klappmaulfigur wurde. Für sein Stachelkleid mussten sie 1.500 Holzspieße lackieren und anschließend patinieren.

An der Wand hängt ein großes Bild mit Zeichnungen, alles Figuren, die Schneider schon gebaut hat. Für das Berliner Museum für Film und Fernsehen hat er Tiffy aus der Sesamstraße geschaffen. Eine bekannte Figur nachzubauen, sei eine der schwersten, schönsten und undankbarsten Aufgaben, sagt er. Schließlich muss sie genauso aussehen wie ihr Original. Meist dauert es schon sehr lange, die passenden Materialien dafür zu finden, alles muss genau stimmen.

Manchmal ist Schneider froh, wenn er sich von seinen Figuren trennen muss. Wenn der Bau ein langer und komplizierter Prozess war. Manchmal schmerzt es ihn aber auch, sie ziehen zu lassen. Und wenn er sie dann im Fernsehen oder auf der Bühne sieht? „Das ist seltsam“, sagt er, „meine Puppen in einem fremden Umfeld zu sehen.“ Manche Figuren sind aber auch zu treuen Mitbewohnern geworden. Schneider holt die Figur mit dem breiten Mund und den spitzen, abstehenden Ohren hervor, die an den Kobold Griphook aus der Harry-Potter-Geschichte angelehnt ist. Es ist eine der wenigen Figuren, die Schneider nicht als eine Auftragsarbeit gebaut hat, sondern für sich selbst. Wenn er zwischendurch noch einmal Zeit hätte, würde er sich noch mehr Figuren ausdenken. Am liebsten baut er ganz skurrile Charakter. Zum Beispiel eine Hexe mit 1.000 Warzen. •

Sehen Sie selbst:
www.figurenschneider.de

Hans mein Igel,
Größe: 95 cm, Gewicht: 5 kg.

Die Bücher des Figurenschneiders sind voll. Zwischen 1.000 und 10.000 Euro kosten seine Schöpfungen.

Der Schwerkraft zum Trotz – kleine Helfer, große Wirkung.

Ob Deckenlampe, Gardinenstange, Garderobe, Dunstabzugshaube, Toilette oder mittlerweile auch so manch ein Fernseher – sie alle haben eines gemeinsam: Sie sind mithilfe eines Dübels fest in der Wand oder Decke verankert. Die kleinen Helfer sind für uns eine Selbstverständlichkeit, es gibt sie in der heutigen Form aber noch gar nicht so lange, wie man vielleicht meint.

Bei großzügiger Betrachtungsweise liegt der Ursprung des Dübels, wie wir ihn heute kennen, in einem Stück Holz. Mithilfe von Mörtel wurde dieses kleine Stückchen in ein Wandloch geklebt. So entstand ein Untergrund, in dem Holzschrauben Halt fanden. Aufgrund des notwendigen Trocknungsprozesses etwas zeitaufwendig, aber effektiv. Die erste Dübel-Revolution löste das erste Patent für einen Spreizdübel im Jahr 1911 aus. John Joseph Rawlings wickelte damals eine Hanfschnur auf und presste sie in ein Röhrchen. Als Klebstoff kam Schweineblut zum Einsatz. Klingt skurril, aber entspricht schon dem heute weit verbreiteten Prinzip des Spreizdübels. Durch das Eindringen der Schraube wurde die Hanfschnur gespreizt und gegen die Innenwand des Bohrlochs gedrückt. In den 1920er Jahren entwickelte die Firma Niedax das Produkt weiter. Sie verzichtete auf das Schweineblut und verwendete eine Blechhülse. Sein heutiges Gesicht erhielt der Dübel allerdings erst im Jahr 1958. Da brachte der Erfinder Artur Fischer den ersten Spreizdübel aus Polyamid auf den Markt. Die zweite Revolution der Dübel-Geschichte, die dafür gesorgt hat, dass wohl jeder von uns mindestens ein Tütchen mit Dübeln für den sicheren Halt griffbereit zu Hause hat. •

Foto Adobe Stock

Im Netz findet man viele Heimwerker-Tipps zur Entfernung von Dübeln aus der Wand. Einer davon: Wer gerade keine Zange zur Hand hat, kann auf einen Korkenzieher zurückgreifen.

Dr. Hans-Georg Häusel zeigt mit seiner Hirnforschung, wie Entscheidungen im Gehirn wirklich fallen: weitgehend unbewusst und immer emotional.

Foto Dr. Hans-Georg Häusel

Der Mensch ist kein rationales Wesen!

Die unterschätzte Supermacht im Kopf.

Gastautor Dr. Hans-Georg Häusel

Wir Menschen sind in den vergangenen Jahrzehnten zum Mond geflogen, haben Schafe geklont und Herzen transplantiert. Quantensprünge. Wissenschaftlich wie technologisch. Ein Siegeszug unseres Verstandes, könnte man meinen. Aber da muss ich Sie enttäuschen. Denn der Verstand ist nicht mehr als ein Sklave unserer Emotionen. Nicht unser Bewusstsein, sondern unser Unterbewusstsein gibt uns den Takt vor. Eine Erkenntnis, die ganz neue Potenziale auch für Unternehmen offenbart – für die Führung, die Zusammenarbeit und für den eigenen Markterfolg.

Was gibt den Ausschlag für unsere Reaktionen? Und worauf reagieren wir überhaupt? Vor rund 25 Jahren habe ich festgestellt, dass es disziplinübergreifend kein einheitliches Modell zum menschlichen Verhalten gibt. Psychologen, Soziologen, Philosophen und Hirnforscher postulierten in Teilen sogar widersprüchliche Ansätze. Aber die Übereinstimmungen und Schnittstellen offenbarten eine echte Revolution: Wir können und müssen uns von der Vorstellung verabschieden, dass wir Menschen in der Lage dazu sind, rein rational zu handeln. Denn anders, als wir lange glaubten, sind Emotionen und das limbische System die wahren Herrscher in unserem Kopf. Unser aller Großhirn ist lediglich so etwas wie eine Output-Orientierungsmaschine, die Chancen und Risiken abschätzt, die mit der Erfüllung unserer emotionalen Vorgaben verbunden sind. Eine These, die zumindest unter Hirnforschern und Psychologen schon zum Allgemeingut zählt.

Ein Leben im Autopilot.

Der Neocortex, das Großhirn, ist so etwas wie das Markenzeichen der Menschen. Er ist das, was uns aufgrund seines Wachstums immer stärker vom Affen unterscheidet. Und dieser – sagen wir mal – Speichererweiterung haben wir verschiedenste „Errungenschaften“ zu verdanken: Der Mensch macht Musik, er geht zum Arzt und wirft mitunter aber auch Bomben auf seine Artgenossen ab. Sprich: Wir können komplexen Zusammenhängen immer besser begegnen. Was sich aber nicht verändert hat, ist unsere grundsätzliche Zielsetzung. Warum hören wir Musik, gehen wir zum Arzt und werfen wir vereinzelt tatsächlich Bomben? Und damit kommen wir zur Revolution zurück: Die Antwort finden wir nicht im Neocortex, sondern ein Stockwerk tiefer im limbischen System, in dem wir sämtliche Emotionen verarbeiten. Und zwar anhand von drei Emotionssystemen: Wir hören Musik aufgrund der Stimulanz-Kraft. Gehen zum Arzt aufgrund der Balance-Kraft. Und werfen Bomben aufgrund der Dominanz-Kraft. Verabschieden Sie sich von dem Gedanken, dass Sie zum Beispiel Investments aufgrund von Zahlen und Fakten tätigen. Selbst bei scheinbar vollkommen rationalen Vorgängen wie diesem sind Sie emotionsgesteuert.

Das alles ist schwer nachvollziehbar, schließlich bleibt uns diese unbewusste Beeinflussung meist verborgen. Folgender Vergleich verdeutlicht das Ganze aber sehr gut: Die Funktionsweise der limbischen Steuerung kann man sich so vorstellen wie Leitstrahl und Autopilot in der Luftfahrt. Weicht der Pilot da nur ein kleines Stück vom Kurs ab, dann wird das durch ein Blinken signalisiert. Und was das Blinken beim Autopiloten ist, verspüren wir in Form von Gefühlen wie zum Beispiel leichter Unlust. Mehr passiert in unserer Wahrnehmung aber nicht. Zwar können wir uns über den Autopiloten hinwegsetzen und unseren limbischen Kurs verlassen, das kostet aber enorm viel Kraft. In etwa so, als würde man auf einer Rolltreppe umkehren und sich entgegen der Laufbandrichtung bewegen. Einfacher ist es natürlich, mit der Rolltreppe ins nächste Stockwerk hochzufahren oder eben seinem Autopiloten zu vertrauen. Also machen wir das in großen Teilen auch. Steht „nur“ noch die Frage im Raum, welchen Weg die drei bereits genannten Kräfte Stimulanz, Balance und Dominanz unserem Autopiloten denn vorgeben.

Balance: Sicher ist sicher.

Die Hauptaufgabe der Balance-Kraft ist es, ein Höchstmaß an Sicherheit, Stabilität und Konstanz in unserer äußeren Lebensumwelt, in unserem Denken und in unserem Körper zu erreichen. Ganz konkret bedeutet das zum Beispiel, dass wir im Unterbewusstsein beim ersten Kennenlernen uns bislang unbekannter Personen unbewusst die „Freund oder Feind“-Frage beantworten. Um die Unsicherheit in dieser Situation möglichst gering zu halten, scannen wir unser Gegenüber erst einmal nach Merkmalen ab, die es mit uns gemeinsam hat. Gibt es viele, dann wird diese Person wohl ein Freund und kein Feind sein. Von alldem bekommen wir nichts mit, aber das Ergebnis zeigt sich in unserem Verhalten: Wir zeigen uns unserer neuen Bekanntschaft offen und freundlich. Das erklärt zum Beispiel, warum so viele Männer im Business-Umfeld gerne Anzug tragen – denn Gleich und Gleich gesellt sich gern oder wie sagt man so schön? Auch Veränderungen haben viel mit Sicherheit beziehungsweise Unsicherheit zu tun. Hier sorgt die Balance-Kraft dafür, dass wir uns vor zu viel Wandel wehren und auf Altem beharren.

Dominanz: Volle Kraft voraus.

Die Dominanz-Kraft ist mit Sicherheit die ideologisch umstrittenste, weil sie im Kern auf Verdrängung des Konkurrenten abzielt. Aber wir müssen der Wahrheit ins Auge sehen: Diese Kraft ist fest im limbischen System verankert. Setze dir große Ziele. Setze dich durch. Erweitere dein Territorium. Diese und weitere Befehle zählen zu den Anweisungen des Dominanz-Systems. Aber es gibt natürlich ebenso die positive Seite dieser Kraft. Sie ist der Motor des Fortschritts. So verdanken wir unser angenehmes und im Vergleich zu unseren Vorfahren bequemes Leben diesem Emotionssystem. Ohne die Dominanz-Kraft gäbe es keine Autos, keine Flugzeuge, keine Antibiotika und keine Computer. Dieser Fortschritt basiert letztlich darauf, dass Einzelne an die Spitze ihrer Zunft wollen. Und um an die Spitze zu kommen, müssen wir uns mit außerordentlichen Leistungen durchsetzen.

Stimulanz: Je nach Lust und Laune.

Haben Sie schon den nächsten Urlaub gebucht und sind voller Vorfreude? Freuen Sie sich auf den nächsten Besuch in einem guten Restaurant? Oder steht ein Konzert- oder Theaterbesuch an? Dann haben Sie das Ihrer Stimulanz-Kraft zu verdanken. Sie gibt uns vor, nach neuen Reizen zu suchen. Ihre Befehle sind klar und deutlich: Sei neugierig. Vermeide Langeweile. Und sei anders als alle anderen. Das macht den Weg für Kreativität und Innovationen frei, ist aber oft auch mit einem gewissen Risiko verbunden. Es spielt dabei keine Rolle, ob wir eine neue Sportart ausprobieren oder uns auf die Suche nach einem neuen technischen Verfahren begeben. Offensichtlich wird nicht nur das Neue, sondern auch das damit verbundene Einhergehen von beherrschbaren Risiken zusätzlich als lustvoll empfunden, denken wir dabei nur an Glücksspiele.

Die drei Kräfte in mir.

Zusammen ergeben diese drei Kräfte das intelligenteste Kräftesystem der Natur. Aber Sie werden gemerkt haben: Die Ziele unserer Emotionssysteme sind durchaus auch widersprüchlich. Wie kann das funktionieren, ohne dass es uns zerreißt? Keine Sorge: Wir sind nicht von Haus aus schizophren. Und verschieden sind wir auch alle. Das liegt daran, dass jeder Mensch zwar mit allen drei Emotionssystemen, aber in unterschiedlicher Ausprägung ausgestattet ist. Sprich: Wir folgen jeweils einem individuellen limbischen Kurs. Man könnte auch von Schwerpunkten sprechen. Denken Sie nur einmal an die Leute in Ihrem Umfeld. Da gibt es mit Sicherheit den wortstarken Anführer, der gerne mal mit dem Kopf durch die Wand will. Den kreativen Chaoten mit ständig neuen Ideen. Das zurückhaltende Organisationstalent, das anderen die Bühne bereitet. Und – das darf man bei allem Schubladendenken nicht vergessen – viele verschiedene Persönlichkeiten, die irgendwo zwischen diesen Extremen ihren Platz haben. ▸

Fotos Adobe Stock

Potenzial für Führung und Zusammenarbeit.

Für Unternehmen resultieren daraus ganz konkrete Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung und die Zusammenarbeit. Denn Umfeldbedingungen, Vorgesetzte und Arbeitsinhalte müssen so sein, dass sie die Emotionssysteme der Mitarbeiter ansprechen. Individuell zugeschnitten, versteht sich – denn was den einen motiviert, kann bei dem nächsten schon Angst auslösen. Starken Ausprägungen der Balance-, Dominanz- und Stimulanz-Kräfte können Sie beispielsweise wie folgt begegnen:

Wenn Sie in Ihrem Unternehmen größere Veränderungen planen, budgetieren Sie mindestens 60 Prozent für Maßnahmen zur Mentalitätsveränderung!
Die Balance-Kraft kann mit ihrem Widerstand gegen alle Veränderungen Grund dafür sein, dass Transformationsprozesse scheitern. Für einen Mentalitätswandel brauchen Sie Geduld und Geld.

Fördern Sie die, die an Ihrem Stuhl sägen!
Alle Leistungsträger haben eines gemeinsam: eine überdurchschnittlich hohe Dominanz-Kraft. Und diese Kraft ist es, die etwas bewegt. Aber sie will womöglich sogar bis auf Ihren Stuhl. Nutzen Sie diese ungestüme Kraft intelligent und lenken Sie sie durch klare Vorgeben auf den Markt um.

Ersticken Sie Ihr Unternehmen nicht in Bürokratie!
Regeln müssen sein, aber denken Sie daran, dass jede Regelung und jedes Formular in einem Unternehmen immer auch Innovation und Neugier verhindert und somit auch als Gegenspieler der Stimulanz-Kraft zu verstehen ist.

Kämpfen Sie täglich bewusst gegen Ihren wachsenden Alltagsstarrsinn!
Wir selbst bemerken nicht, dass wir aufgrund der Balance-Kraft jeden Tag ein Stück starrer und unbeweglicher werden. Genauso wie Sie Ihre Muskeln durch Sport fit halten, können Sie auch etwas für die Fitness Ihres Gehirns tun.

Hüten Sie sich vor der Performer-Falle!
In fast allen Unternehmen sind gradlinige und durchsetzungsfähige Mitarbeiter mit einer stark ausgeprägten Dominanz-Kraft besonders beliebt. Diese sogenannten Performer hassen allerdings Abweichungen vom geraden Weg und vernichten somit leicht jede Art der Kreativität und Innovation.

Vergessen Sie das Lachen nicht!
Die Stimulanz-Kraft, die uns zum Lernen und innovativen Denken antreibt, sehnt sich nach Unterhaltung. Gegenseitige Macht- und Grabenkämpfe zerstören dieses Klima.

Die Liste könnte ich jetzt unendlich weiterführen. Wichtig ist aber vor allem erst einmal die Erkenntnis, dass verschiedene Kräfte in einem Unternehmen wirken, auf die im Einzelnen eingegangen werden muss. Spannend jedoch ist noch die Frage, wie wir übergreifend auf die Emotionssysteme in ihrer Gesamtheit reagieren können:

Machen Sie eine Dynamik-Aufstellung Ihres Unternehmens und pflegen Sie die Unterschiede Ihrer Mitarbeiter!
Zeichnen Sie einfach mal auf ein Blatt Papier, wie Sie die innere Dynamik-Struktur Ihres Unternehmens einschätzen. Wie stark ist die Balance-Kraft? Wie stark sind Bindung und Fürsorge? Wie stark ist die Stimulanz- und wie stark die Dominanz-Kraft? Versuchen Sie, Schwächen zu minimieren und einen guten, gleichmäßigen Mix sicherzustellen.

Verdeutlichen Sie Ihren Mitarbeitern und Kollegen die unterschiedlichen Sichtweisen!
Unsere Persönlichkeitsstruktur bestimmt maßgeblich unsere Werte und unsere Ziele. Menschen mit einer anderen Struktur unterscheiden sich darin oft fundamental. Hier liegt oft die Ursache von Konflikten. Machen Sie sich und Ihren Mitarbeitern klar, dass es meist kein Richtig oder Falsch gibt, sondern alle Sichtweisen ihre Berechtigung haben.

Potenzial für die eigene Marke.

Noch ein letzter Gedanke, den ich Ihnen mit auf den Weg geben möchte: Auch Ihre Marke steht in einem sehr engen Zusammenhang mit dem limbischen Ansatz. Und zwar gleich in zweifacher Hinsicht. Nur Botschaften, die möglichst direkt die Emotionssysteme ansprechen, haben die Chance auf einen Logenplatz im Kopf des Geschäftspartners. Deshalb kann ich Ihnen nur wärmstens empfehlen, sich sehr genau mit Ihrer Zielgruppe auseinanderzusetzen. Sie sollten wissen, welche Zielgruppen Sie haben und durch welches limbische Profil die Gruppen jeweils gekennzeichnet sind. Und dann gilt es, die Werbebotschaften genau darauf auszurichten. Nehmen Sie sich etwa ein Beispiel an Sixt. Als Zielgruppe des Unternehmens wurden überwiegend Männer und Manager mit hoher Dominanz-Kraft ausgemacht. Und Sixt ist es mit Werbebotschaften wie zum Beispiel „Ab sofort vermietet Sixt die linke Fahrspur“ gelungen, die richtigen Emotionen anzusprechen.

Außerdem haben nicht nur Mitarbeiter und Kunden, sondern auch die eigene Marke selbst eine Persönlichkeit. Und diese sollte vor allem nicht wie ein Fähnchen im Wind wehen. Wir Menschen wollen wissen, mit wem wir es zu tun haben. Also: Positionieren Sie Ihre Marke entsprechend ihrem Charakter limbisch und schärfen Sie das Profil immer weiter. Sie werden sehen: Das Vertrauen in Sie und Ihre Marke wird wachsen. •

Durch die Hirnforschung wissen wir: Wir haben im Gehirn ein Belohnungssystem, das darauf gepolt ist, immer mehr zu bekommen. Der Verstand gibt bei vielen Entscheidungen nicht den Ausschlag.

QUICKTEST:

Welche Emotionen treiben Sie an?

Sich selbst richtig zu erkennen und einzuschätzen ist ziemlich schwierig. Wir sind in uns selbst gefangen, können uns nicht objektiv mit anderen vergleichen und merken nichts von dem Einfluss unserer Emotionssysteme auf unser Verhalten. Wenn Sie trotzdem herausfinden möchten, wie Ihr limbisches Profil aussieht, dann liefert Ihnen dieser Quicktest einen ersten Hinweis: **www.haeusel.com/limbic-test**

Typische limbische Profile.

Der Performer.
Einmal auf die Spur gesetzt, setzt er alle Vorgaben gnadenlos durch. Aber offen für Neues ist er nicht (hohe Dominanz-Kraft).

Der Pionier.
Autonomiebestreben und Durchsetzungswille treffen auf eine gewisse Neugier und relative Linientreue (mittlere Stimulanz- + mittlere Dominanz-Kraft).

Der Kontrolleur.
Er ist ehrgeizig und will nach oben, verliert sich aber oft im Detail (hohe Balance- + mittlere Dominanz-Kraft).

Der Bewahrer.
Die Ruhe in Person. Auf ihn kann man sich verlassen. Aber nur solange alles bleibt, wie es ist (hohe Balance-Kraft).

Der Unterstützer.
Tolerant, offen, gelassen und manchmal auch Mitläufer (mittlere Stimulanz- + mittlere Balance-Kraft).

Der Kreative.
Ein kreativer Stimmungsmacher, der immer auch droht, in seinem Chaos zu versinken (hohe Stimulanz-Kraft).

Und – erkennen Sie jemanden darin wieder?

Illustration Adobe Stock

Mit schnellen Schritten.

Schon ab 05:30 Uhr morgens herrscht im Paketsortierzentrum von DPD in Hamm reges Treiben. Auch **Jan Schmitz** ist schwer mit dem Beladen seines Wagens beschäftigt.

Fotos a|w|sobott

Schmitz kennt sich in seinem Bezirk genau aus und kennt jede Straße. Er plant die Routen in seinem Kopf und sortiert die Pakete entsprechend.

Für Jan Schmitz beginnt die Arbeit, symbolisch betrachtet, wenn andere auf den Bestell-Button im Internet klicken. Um 05:30 Uhr morgens fährt er ins bundesweit größte Paketsortierzentrum von DPD. Gegen acht Uhr hat der Paketzusteller seinen Wagen voll beladen und seine Tour beginnt. Schmitz kennt nicht nur die meisten seiner Kunden, sondern auch die Schleichwege und Abkürzungen, die Hintereingänge und Wege durch labyrinthische Flure. Wer ihn einen Tag lang begleitet, versteht, wie komplex die Logistik und wie aufwendig die Arbeit hinter jeder Paketzustellung ist.

Autoreifen, frische Lebensmittel, Schubkarren, unverpackte Kanus. Alles haben sie hier schon gesehen. „Sogar Weihnachtsbäume werden verschickt“, sagt Jan Schmitz. Der 35-Jährige trägt Brille, Sicherheitsschuhe und eine rot-schwarze Jacke mit dem DPD-Logo. An seiner Hüfte baumelt eine Tasche, in der ein Handscanner steckt. Jan Schmitz ist Paketzusteller. Für ihn beginnt die Arbeit, wenn andere auf den Bestell-Button im Internet klicken.

Ein Vorort von Hamm in Nordrhein-Westfalen. In der frühmorgendlichen Dunkelheit sieht man schon von Weitem die hell erleuchteten Hallen. Innen sind das gleichtönige Rattern der Förderbänder und die Stimmen der Mitarbeiter zu hören. Es herrscht Hochbetrieb. In der Mitte der etwa 500 Meter langen Halle rollen Pakete über Förderbänder wie Koffer bei der Gepäckausgabe im Flughafen. Die hochtechnologische Sortieranlage erstreckt sich über zwei Etagen und wird von dicken, roten Stahlträgern getragen. Auf dem Boden stapeln sich Pakete in allen Formen und Größen, dazwischen laufen Mitarbeiter hin und her.

80.000 Pakete – jeden Tag.

Um 05:30 Uhr morgens läuft das Förderband an und Schmitz’ Schicht beginnt. Er ist einer von 200 Zustellern in dem Sortierzentrum in Hamm, die zunächst die Pakete sortieren, die sie wenige Stunden später ausliefern. Dienstags und mittwochs haben sie die meiste Arbeit, denn an den Wochenenden ist die Kauflaune im Internet am größten. Online genügt ein Klick, um Hemden, Smartphones, Bücher oder Möbel zu bestellen. Der Käufer lehnt sich bequem zurück und wartet auf seine Ware, nachdem er eine komplexe logistische Kette in Gang gesetzt hat.

DPD eröffnete das neue Sortierzentrum in Hamm im September 2019, errichtet wurde es von LIST Bau Nordhorn. Der Gebäudekomplex besteht aus vier langen Hallen und ist bundesweit das größte DPD-Paketsortierzentrum. Auf 122.000 Quadratmetern werden täglich mehr als 80.000 Pakete ein- und ausgeliefert, mithilfe von etwa 7,5 Kilometer Förderbändern. Und DPD will das Zentrum noch vergrößern. In Zukunft sollen hier täglich 200.000 Pakete umgeschlagen werden. „Es ist ein hochdynamischer Prozess, der beginnt, sobald man etwas bestellt“, sagt Matthias Bauhus, Leiter der Abteilung für den Nahverkehr im DPD-Zentrum in Hamm. „Wie ganz viele Zahnräder, die ineinandergreifen.“

Die Route entsteht im Kopf.

Auf dem Förderband nähert sich das nächste Paket. Ein kurzer Blick auf den Adressaufkleber genügt. Schmitz weiß sofort, ob die Straße in seinem Gebiet liegt. Schützenstraße. Für die ist einer seiner Kollegen zuständig. Schmitz schiebt ihm das Paket zu. Der nächste Karton rollt heran, ein Expressversand. Die Ware muss vor zwölf Uhr ausgeliefert werden. Massener Straße. Sein eigener Zustellbezirk. Der Kunde hat frische Lebensmittel bestellt, wie das Label der Absenderfirma erkennen lässt. Schmitz zieht es vom Förderband, scannt den Aufkleber und legt das Paket auf einen der vielen Stapel auf dem Boden. Es ist wichtig, die Pakete direkt zu sortieren, damit er sie später in der richtigen Reihenfolge in den Wagen einladen kann.

Schmitz kennt sich aus. Er hat seine Straßen, seine gesamte Route im Kopf. Und er weiß, welche komplexe Logistik und wie viel Arbeit dahinterstecken, damit eine Bestellung innerhalb von zwei oder drei Tagen ausgeliefert wird. Nach seiner Ausbildung als Fachlagerist fing er an, als Paketzusteller zu arbeiten. 16 Jahre ist das her. „Es ist eine sichere Branche, die boomt“, wie er sagt. Der Online-Handel wächst. Doch sein Ruf ist nicht der beste. In Medienberichten wird die Arbeit der Paketzusteller oft negativ dargestellt: schlecht bezahlt, enormer Druck, keine Absicherung. Eine Darstellung, die viel zu einseitig sei, sagt Schmitz.

Er fühlt sich wohl in seinem Job, ist fest und in Vollzeit angestellt bei einem Unternehmen, das für DPD die Pakete ausliefert. Ja, klar, das frühe Aufstehen sei nicht schön. „Aber man ist viel unterwegs, immer an der frischen Luft.“ Es sei halt ein Fehler zu denken, jeder könne einfach so Pakete austragen, sagt Schmitz. „Natürlich dauert die Arbeit viel länger, wenn jemand ohne Erfahrung irgendwo eingesetzt wird“, davon ist er überzeugt. Und wer Schmitz einen Tag lang bei seiner Arbeit begleitet, versteht, was er damit meint.

Acht Uhr: In der Halle kehrt Ruhe ein.

Die ganze Nacht über sind Lastwagen aus allen Ecken Deutschlands in dem Sortierzentrum in Hamm eingetroffen. Sie haben Pakete angeliefert, die für Adressaten im weiten Umkreis bestimmt sind. Von Steinfurt im Norden bis zum Sauerland im Süden. Um fünf Uhr morgens beginnen dann die Förderbänder, die Pakete in das Innere der Halle zu transportieren. Anhand ihres Aufklebers wird ihr Barcode sofort gescannt, ihre Adresse automatisch gelesen und nach Postleitzahlen sortiert. Auf dem oberen Förderband fahren die Pakete anschließend quer durch die Halle. Ist eines für einen Kunden in der Kleinstadt Unna bestimmt, schiebt die Maschine das Paket automatisch auf die Rutsche mit der ▸

Schmitz kennt nicht nur seine Kunden, die meisten von ihnen sogar mit Namen, sondern auch die Wege, Flure, die Postzimmer und Hintereingänge.

Nummer D154. So rutscht es eine Etage tiefer und landet auf dem Förderband von Schmitz und seinen Kollegen, die für den Bezirk zuständig sind.

Draußen am Horizont hat die Sonne den Himmel bereits gelbrot gefärbt, als um kurz vor acht Uhr in der Sortierhalle plötzlich Ruhe einkehrt. Alle Pakete sind verteilt. Die Förderbänder werden angehalten. Vereinzelte Kartons werden noch richtig zugeordnet. Schmitz räumt die Pakete in seinen Lastwagen, der mit offener Rückseite direkt vor dem Hallentor parkt. Die Reihenfolge ist wichtig. Es kann immer auch mal vorkommen, dass er in zweiter Reihe parken muss, und dann muss jeder Karton griffbereit sein. Da bleibt ihm keine Zeit, lange zu suchen.

150 Pakete für 72 Kunden.

Schmitz überträgt schließlich noch die Daten von seinem Scangerät an den Server. Von einem Kollegen, der in der Mitte der Halle an einem Computer arbeitet, erhält er eine ausgedruckte Liste seiner Pakete. Letzter Abgleich, ob alle Kartons auch eingescannt wurden. 150 Pakete hat er an diesem Tag geladen, für 72 Kunden. Schmitz geht die Tour auf dem Scanner noch einmal durch und sortiert einige Adressen neu. Um kurz nach acht Uhr schließt er die Türen seines Wagens und fährt los.

Sein Bezirk liegt in der Innenstadt von Unna, 15 Kilometer vom Sortierzentrum entfernt. Seit fünf Jahren fährt Schmitz die Tour. Er kennt die meisten Kunden. Die erste Station ist der Bahnhof in Unna. Schmitz springt aus der Fahrerkabine, klettert hinten in den Wagen, stapelt fünf Pakete auf seiner Sackkarre und überquert mit schnellen Schritten die Straße. „Morgen“, ruft er freundlich, als er den Bahnhofskiosk betritt. Einmal scannen, eine Unterschrift, er überreicht ein Paket. „Schönen Tag noch.“ Und weiter geht es.

„Guten Morgen“, scannen, Unterschrift und weiter.

Das zweite Paket bringt er in das Hotel gegenüber. „Guten Morgen“, scannen, Unterschrift, dann hinüber zum Rathaus. Mit dem Fahrstuhl in das erste Obergeschoss. Schmitz eilt zielstrebig einen schmalen Flur entlang, einmal rechts abbiegen. Vor Zimmer 120 bleibt er stehen, klopft an. „Morgen!“ Drei Pakete scannen. Unterschrift. Schmitz kennt nicht nur seine Kunden, die meisten von ihnen sogar mit Namen, sondern auch die Wege, Flure, die Postzimmer und Hintereingänge. Er weiß, bei wem er in Institutionen die Pakete abgeben muss und wo er Abkürzungen nehmen kann. Für den Rückweg durchs Rathaus dauert der Fahrstuhl zu lange. Schmitz klemmt sich die leere Sackkarre unter den Arm und läuft die Treppe hinab.

Während er seinen Wagen zwei Straßen weiterfährt, piept der Scanner. Eine Mitteilung von einem Kunden, der im Internet die Erlaubnis erteilt hat, dass Schmitz sein Paket auch ohne Unterschrift abgeben darf. Die nächste Adresse ist eine Shisha-Bar. Hinter den großen Fensterscheiben ist alles dunkel, die Tür ist verschlossen. Schmitz klopft an, aber niemand kommt. Er füllt eine Postkarte aus. Es gibt keinen Briefkasten, also klemmt Schmitz die Karte in die Tür und nimmt die Pakete wieder mit. Es folgen eine Tierarztpraxis, ein Bürogebäude, ein Päckchen für die Postbank. Dann eilt er in eine Apotheke, scannen, Unterschrift, auf der anderen Seite durch die Tür weiter ins Ärztehaus. Ein Paket für den Zahnarzt. Scannen, Unterschrift und durch den Seitenausgang wieder raus.

Schritt für Schritt – bis zu 20 Kilometer.

Um zehn Uhr kurzer Blick auf sein Scangerät: An 26 Kunden hat er bereits 51 Pakete ausgeliefert. Schmitz hält keinen Augenblick inne, er braucht sich nicht zu orientieren. Nächste Station ist ein Altenheim, durch den Haupteingang, rechts abbiegen, den Flur entlang und noch einmal links abbiegen. Bei einem Einfamilienhaus soll er das Paket in der Garage hinterlassen. Am Krankenhaus hält er an der Schranke. „DPD, guten Morgen“, ruft er in die Sprechanlage, die Schranke geht hoch, er fährt bis zur Anlieferung. Dort holt er zwei blaue Rollwagen aus dem Eingangsbereich der Klinik, stapelt zehn Pakete darauf und rollt sie durch ein Labyrinth von Fluren zur Paketannahmestelle. „Moin.“ Scannen. Unterschrift. Pakete, die er nicht ausliefern konnte, hinterlässt er unterwegs im Paketshop.

Gegen zwölf Uhr ist sein Wagen leer. 150 Pakete sind ausgeliefert. Schmitz macht eine gute Stunde Mittagspause – bevor die zweite Tour folgt. Er liefert nicht nur aus, er holt anschließend auch Pakete und Päckchen von Unternehmen, Behörden oder Privatkunden ab. Kunden, die etwas nach Hamburg, Süddeutschland oder ins Ausland schicken wollen. So kommt Schmitz nachmittags wieder voll beladen ins Sortierzentrum zurück. Mit täglich etwa 120 bis 200 Paketen.

Wenn Schmitz gegen 15 Uhr dann Feierabend hat, beginnt im Sortierzentrum in Hamm die nächste Schicht. Am Nachmittag sortieren andere Mitarbeiter die Pakete für den Fernverkehr, damit sie über Nacht quer durch Deutschland gefahren und im Idealfall am nächsten Morgen in einem anderen Paketzentrum sortiert werden. Dann liefert ein Paketzusteller in Berlin, Frankfurt oder München sie aus. Schmitz fährt derweil nach Hause. Bewegung braucht er nicht mehr. „Es ist ein sportlicher Job“, sagt er und lacht. Einmal hat er sich bei der Arbeit einen Schrittzähler umgebunden. 15 bis 20 Kilometer läuft er am Tag. Zu Hause legt er sich erst einmal aufs Sofa. •

„Recognizing the need is the primary condition for design.“

Charles Eames

Charles und Ray Eames haben Kultstatus unter Möbeldesignern und Fans. Sie entwarfen zeitlose Klassiker. So auch diesen Lounge Chair, den Vitra seit 1959 für Europa und den Mittleren Osten herstellt. Ein eleganter Sessel mit ultimativem Komfort – wie ihn Vitra selbst beschreibt. Der eigentliche Star kommt dabei aber eindeutig zu kurz. Charles Eames’ Anspruch war es, mit seinen Möbeln auch einen tatsächlichen Bedarf zu decken. Und ist es nicht der Ottoman (allgemein auch unter Fußhocker bekannt), der den Lounge Chair überhaupt erst zum Lounge Chair macht? •

Foto Vitra International AG

Die ewigen Zweiten – **vier Leben, vier Geschichten.**

Manch einer bleibt sein Leben lang die Nummer zwei. Wie der Astronaut Buzz. Er hat als zweiter Mensch den Mond betreten. Oder der Entdecker Robert F. Scott. Als er am Südpol ankam, wehte bereits eine Fahne über dem Eis. Dabei ist der erste Platz auch nicht immer erstrebenswert. Bringt er zwar oft Ruhm und Ehre mit sich, aber nicht immer ein glücklicheres Leben. Mitunter lebt es sich als Zweiter sogar viel angenehmer. Wäre Charles nicht mehr Prinz, sondern König, hätte er weniger Zeit, sich seinen Bio-Hühnern und seltenen Fröschen zu widmen. Und Raymond Poulidor gewann zwar nie die Tour de France, radelte sich aber in die Herzen vieler Franzosen. Denn auch ewiger Zweiter wird man nicht einfach so.

Astronaut **Buzz Aldrin**

Es war ein spektakulärer Augenblick, den weltweit etwa eine halbe Milliarde Menschen vor ihren Fernsehern mitverfolgten. Am 21. Juli 1969 betrat der Commander Neil Armstrong als erster Mensch den Mond. Sein Name ist Legende und bis heute unvergessen. Dass 19 Minuten nach ihm noch ein zweiter Mensch die Mondlandefähre verließ, daran erinnert sich kaum jemand. Es war Buzz Aldrin. Der Astronaut sollte die Rolle des ewigen Zweiten nie wieder loswerden. Dabei zeigen die Fotos, auf denen ein Astronaut im weißen Raumanzug die Leiter heruntersteigt, um aus der Landefähre auf die Mondoberfläche zu gelangen, sogar Buzz Aldrin. Fotografiert von Neil Armstrong, der bereits auf dem Mond stand. Und es hätte Buzz Aldrin auch noch blöder treffen können. Schließlich war noch ein dritter Kollege mit dabei. Michael Collins drehte an diesem 21. Juli 1969 in der Kommandokapsel Warteschleifen um den Mond, während seine zwei Kollegen über den Himmelskörper spazierten. Nach der Mondlandung verließ Buzz Aldrin die amerikanische Raumfahrtbehörde NASA. Doch so richtig losgelassen hat den heute 90-Jährigen das Thema offenbar nie. 2015 postete der pensionierte Astronaut eine Spesenabrechnung, aus der hervorgeht, dass die NASA ihm für seine Fahrt zum Mond 33,31 US-Dollar erstattete. Als er aus dem Weltraum zurückgekehrt war, hatte Aldrin ein Spesen- und Zollformular ausgefüllt. Schließlich hatte es sich um eine Geschäftsreise außer Landes gehandelt. ▸

Foto picture alliance/TopFoto

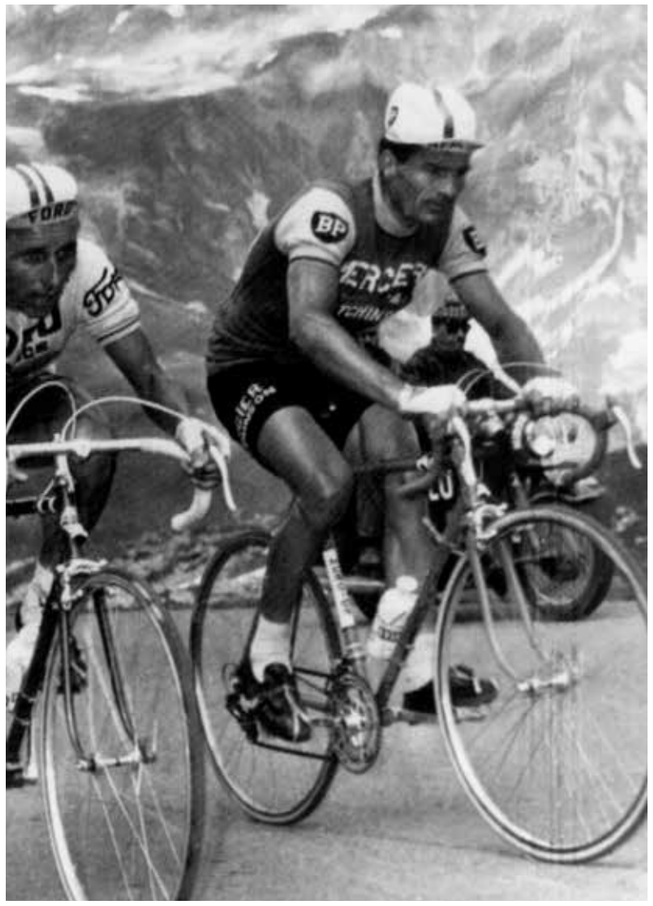
Prinz **Charles**

Andere Menschen in seinem Alter genießen längst den Ruhestand. Prinz Charles ist bereits 71 Jahre alt, doch die wohl wichtigste Aufgabe seines Lebens steht ihm noch bevor: endlich König zu werden. So lange wie er hat noch nie jemand in der britischen Geschichte auf den Thron gewartet. Ja, darf man den immerwährenden Prinz Charles überhaupt noch britischen Thronfolger nennen, ohne dabei zynisch daherzukommen? Seine Mutter, die rüstige Dauer-Queen, will bekanntlich nicht so recht abdanken. Sie hat die Zügel fest in der Hand und erfreut sich offenbar bester Gesundheit. In den vergangenen Jahren wurden zwar immer wieder Spekulationen laut, dass eine über 90-Jährige doch Entlastungen von ihren Pflichten brauche. Doch der Tag X, an dem die Queen ihrem Sohn das Regiment überlässt, ist dabei weiter in die Ferne gerückt. Und Prinz Charles selbst? Ist er wirklich not amused darüber, immer nur der Zweite zu sein? Die Krone würde ihm Zeit rauben, seine Interessen zu verfolgen, wurde er einmal zitiert. Schließlich widmet er sich auf seinem ökologischen Landgut mit Hingabe Pflanzen und Hühnern, mit denen er gelegentlich sogar Zwiegespräche halten soll. Säße er auf dem Thron, würden ihm die täglichen Pflichten des Königshauses wohl deutlich weniger Zeit für solche Plaudereien lassen. Zudem ist es tröstlich zu wissen, dass man nicht nur als König auf dieser Welt Spuren hinterlässt. In Ecuador ist sogar ein kleiner Frosch nach Prinz Charles benannt worden. Die seltene Amphibie, braun und mit orangefarbenen Flecken, heißt nun „Hyloscirtus princecharlesi“.

Entdecker **Robert Falcon Scott**

Foto picture alliance/Photoshot, United archives/kpa, dpa

Zwei Jahre dauerte das Wettrennen zwischen dem Norweger Roald Amundsen und dem Briten Robert Falcon Scott. Die beiden Polarforscher waren im Jahr 1910 aufgebrochen. Wer von ihnen würde als Erster den Südpol erreichen? Ursprünglich hatte Amundsen vorgehabt, als erster Mensch zum Nordpol zu gelangen. Doch nachdem zwei andere Abenteurer verkündet hatten, sie seien bereits dort gewesen, schwenkte der Norweger um, reiste Richtung Südpol und wurde zum bittersten Rivalen von Scott. Amundsen verließ sich auf bewährte Methoden, reiste mit Schlitten und Hunden. Scott dagegen entschied sich für Ponys und Motorschlitten. Beide Expeditionen kämpften sich wochenlang durch Eisspalten, Nebel und Schneestürme. Scotts Motorschlitten versagten in der enormen Kälte. Und als der Brite nach einer harten Reise am 18. Januar 1912 endlich den Südpol erreichte, wehte dort bereits die norwegische Fahne. Scott wurde nur Zweiter. Amundsen hatte das Ziel über einen Monat früher erreicht und ging somit als erster Mensch am Südpol in die Geschichte ein. Und es wurde für Scott noch viel tragischer. Auf dem Rückweg gerieten er und seine vier Gefährten in einen Schneesturm und starben im Eismeer. Erst im Jahr 2012 fand ein internationales Forscher-Team vor Grönland das Wrack des Schiffes, mit dem Scott 1910 Richtung Südpol in See gestochen war. Aber auch wenn Scott nur als Zweiter den Südpol erreichte, ist sein Name bis heute bekannt. Und seine dramatische Expedition wurde in zahlreichen Filmen und Büchern nachgezeichnet. •



Rennradfahrer **Raymond Poulidor**

Er soll jedes Jahr im Sommer täglich etwa 3.000 Briefe erhalten haben. Post von seinen Fans. Dabei hat Raymond Poulidor nie das gelbe Trikot getragen. Der Rennradfahrer war zwar oft bei der Tour de France dabei. Sieben Mal gewann er eine Etappe und errang acht Podiumsplatzierungen. Drei Mal wurde er Zweiter und fünfmal Dritter. Aber nie wurde Poupou, wie ihn die Franzosen liebevoll nannten, der Gesamtführende der Tour de France. Einer seiner größten Rivalen war in den sechziger Jahren Jacques Anquetil. Als legendär gilt ihr sogenanntes „Duell der Ellenbogen“ während der Tour 1964. Es war ein spannendes Rennen, Anquetil führte, dann begann er zu schwächeln. Doch Poulidor griff ihn zu spät an. Bei der Schlussankunft in Paris fehlten ihm lediglich 55 Sekunden zum Sieg. Seiner Popularität hat das jedoch nicht geschadet. Ganz im Gegenteil. Seine Beliebtheit hatte gerade mit seinem Ruf als „ewiger Zweiter“ zu tun. Die Franzosen liebten ihn auch noch nach dem Ende seiner 18-jährigen Profikarriere. Er galt immer als ein Champion zum Anfassen, ein unkomplizierter Mensch, der mit jedem plauderte. 2019 ist Poulidor im Alter von 83 Jahren gestorben und auch nach seinem Tod für viele Radsportfans noch ein unvergessliches Idol.

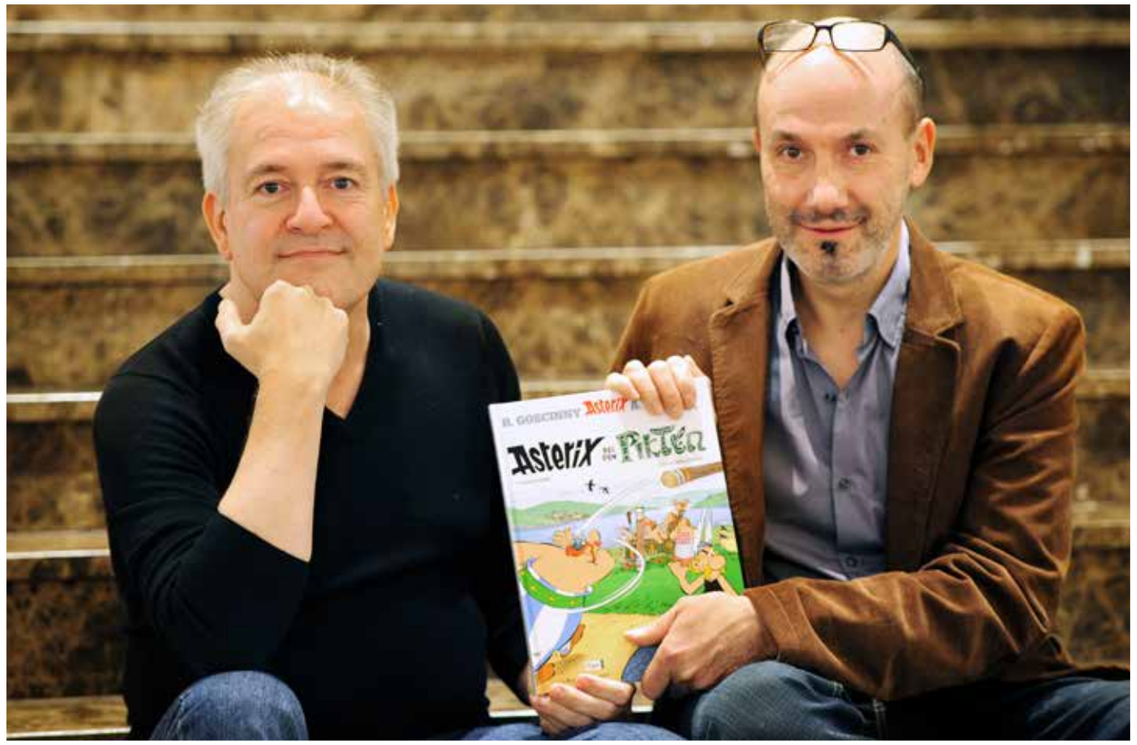
Asterix und Obelix haben Grund zum Lachen: Cäsar wurde besiegt.

Foto picture alliance/United Archives, picture alliance/akg-images, dpa

Die Hand hinter Asterix & Obelix.

Zwei tapfere Krieger, die römische Soldaten vermöbeln, Wildschweine jagen und Hinkelsteine tragen. Die Geschichten von Asterix und Obelix aus ihrem gallischen Dorf sind weltweit bekannt. Über 60 Jahre ist es her, dass der Comic-Autor René Goscinny und der Zeichner Albert Uderzo die außergewöhnlichen Helden mit den dicken Knollnasen erfunden haben. Die beiden Franzosen ahnten damals wohl kaum, was für einen großen Erfolg ihre Figuren einmal haben sollten. Die Hefte sind inzwischen in 80 Ländern und 111 Sprachen erschienen. Mehr als 380 Millionen Bände wurden verkauft, 130 Millionen davon allein in Deutschland. Mehrere Generationen sind bereits mit den Comics und ihren Verfilmungen aufgewachsen.

Albert Uderzo (links) bei der Arbeit im Atelier des Herausgebers Dargaud. **René Goscinny** (rechts) mit einem Foto der Comic-Figur „Asterix, der Gallier“.



Autor **Jean-Yves Ferri** (links) und Illustrator **Didier Conrad** (rechts) posieren mit ihrem Comic-Album „Asterix bei den Pikten“.

Der jüngste Asterix-und-Obelix-Band erschien im Herbst 2019 mit dem Titel „Die Tochter des Vercingetorix“. Allein die Startauflage betrug fünf Millionen Exemplare. Gezeichnet und geschrieben haben die Geschichte allerdings nicht mehr die ursprünglichen Schöpfer Goscinny und Uderzo. Es ist bereits der vierte Band, den der Zeichner Didier Conrad zusammen mit dem Texter Jean-Yves Ferri gestaltet hat. Nicht immer überleben Comic-Helden auch ihre Schöpfer. Bei anderen beliebten Figuren, wie beispielsweise Tim und Struppi, durften nach dem Tod ihres Schöpfers Hergé die Geschichten nicht fortgeführt werden. Wie konnte es gelingen, die Hand und den Kopf hinter Asterix und Obelix zu ersetzen?

Auch dem kleinen gallischen Dorf drohte einst fast das Ende. Goscinny und Uderzo hatten bereits fast 20 Jahre zusammen an den Geschichten von Asterix und Obelix gearbeitet, als 1977 Goscinny plötzlich mit nur 51 Jahren starb. Es war ein Schock für die Comic-Szene. Das damals aktuelle Album „Asterix bei den Belgiern“ lag bis Blatt 37 vor. Uderzo wollte nach dem Tod seines Kollegen die Arbeit am liebsten sofort einstellen. Doch der Verlag zwang ihn, das nächste Heft trotzdem fertigzustellen. Von da an zeichnete Uderzo nicht nur, sondern versuchte auch, Goscinny zu ersetzen, und schrieb die Texte. Er gründete einen eigenen Verlag, der die Comics veröffentlichte. Bei der Arbeit erhielt er Unterstützung von den beiden Brüdern Frédéric und Thierry Mébarki. Über Jahrzehnte hinweg setzte er so die Geschichten von Asterix und Obelix fort.

Mit zunehmendem Alter jedoch fiel Uderzo das Zeichnen schwerer. So übergab er mit 85 Jahren die Arbeit schließlich an seine Nachfolger. Der Texter Jean-Yves Ferri wurde ausgewählt, um die Geschichte zu konzipieren, und in einem internen Wettbewerb des Verlags wurde unter mehreren Zeichnern der mit den besten Illustrationen ausgewählt: Didier Conrad. Im Jahr 2013 erschien ihr erstes gemeinsames Album. Seitdem hat die Begeisterung für Asterix und Obelix nicht abgenommen. Jean-Yves Ferri und Didier Conrad ist es offenbar gelungen, das Leben dieser raufenden, saufenden und Wildschwein fressenden Gallier auch nach mehr als sechs Jahrzehnten weiterzuspinnen. Übrigens immer noch ganz analog. Didier Conrad zeichnet alles mit der Hand. •

Fotos picture alliance/dpa, picture alliance/United Archives

In „Asterix in Amerika“ befreien **Asterix, Obelix** und **Idefix** Miraculix aus den Händen Cäsars.

Das Geheimnis des gallischen Dorfes.

Wo liegt eigentlich das Dorf von Asterix und Obelix? Klar, im Nordwesten Frankreichs. Daran gibt es keinen Zweifel. Aber der genaue geografische Standort des fiktiven Dorfes ist umstritten. Seit 60 Jahren suchen Asterix- und Obelix-Fans in der Bretagne nach dem legendären Ort. Im Laufe der Jahrzehnte tauchten dabei immer wieder neue Theorien und Beweise auf, die angeblich den wahren Standort des gallischen Dorfes belegen würden.

So gab es beispielsweise 2009 Aufregung in dem kleinen bretonischen Fischerdorf Erquy. „Asterix“ Dorf ist hier!“, behaupteten einige Einwohner. Drei Felsbrocken neben einem Fluss sollten als Beweis dienen, dass sich die Comic-Zeichner auf Erquy bezogen hatten. Die drei Steine seien die gleichen, die man in den Asterix-Comics unter der Lupe sehe, behaupteten die Hobbyarchäologen aus Erquy. Und nicht nur das. Auch der Leuchtturm am Ende der Mole sehe unzweifelhaft aus wie der Leuchtturm in einem der Asterix-Bände, so ihr Argument. Im vergangenen Jahr, als der neue Band erschien, meldete sich dann ein Historiker in Frankreich mit einer anderen Theorie zu Wort. Das Dorf liege am Mont-Saint-Michel. Die Insel in der Normandie ist berühmt für ihren Klosterberg im Meer, der zum UNESCO-Weltkulturerbe zählt. Natürlich hatte auch dieser Asterix-Forscher handfeste Beweise für seine Theorie.

Wer sich in der Bretagne umsieht, findet noch einige Orte, die sich gerne als das Dorf von Asterix und Obelix stilisieren. Selbst wenn sie geografisch deutlich anders platziert sind als die legendäre Heimstätte von Asterix und Obelix. Wie beispielsweise das Städtchen Guerlesquin. Dort wird jedes Jahr die Weltmeisterschaft im Hinkelsteinwerfen ausgetragen. Der Ort liegt zwar in der Bretagne, aber noch nicht einmal direkt am Meer.

Und was haben die Schöpfer einst selbst dazu gesagt, wo sich das von unbeugsamen Galliern bevölkerte Dorf wirklich befindet? Der Zeichner Uderzo soll erklärt haben, dass das gallische Dorf ein reines Zufallsprodukt sei. Als er und René Goscinny beim ersten Band überlegt haben, wo sie die kleinen Helden ansiedeln, hätten sie sich für einen fiktiven Ort am Meer entschieden. Der Seezugang sollte Asterix und Obelix das Reisen erleichtern. Und weil Uderzo außer Paris nur eine Region in Frankreich kannte, nämlich die Bretagne, hat er die Geschichte dort angesiedelt.

LAURA | THORE
JENS | INGA

Die Bauwerk ist
Winner des German Design Awards .
Wir sollen uns dafür feiern.
Das machen wir aber lieber im Hintergrund.
Also hier nur kurz und schmerzlos ;-)

Wir feiern lieber die, die uns dabei helfen,
die Bauwerk zu dem zu machen, was sie ist.
Allein in dieser Ausgabe haben uns 36
weitere Personen auf unterschiedliche
Art unterstützt.

Das sind unsere heimlichen Helden.

DANKE!

Alexander Schmidt nahm 2018 mit seinem Team in Bochum die erste eigene Logistikimmobilie für den Online-Handel von Werkzeugen in Betrieb.

Wachstum im Werkzeug-Online-Handel – svh24.de arbeitet an seiner Rolle auf der großen Bühne.

Im Bereich Baumarktartikel und Werkzeuge steckt das Thema E-Commerce noch in den Kinderschuhen. Verschiedene Marktteilnehmer haben die Potenziale aber erkannt und wollen diese ausschöpfen – darunter unter anderem der Online-Shop für Werkzeuge svh24.de. Genauso wie die komplette Werkzeugbranche auf dem digitalen Markt Fuß fassen möchte, befindet sich die SVH Handels-GmbH auch viele Jahre nach ihrer Gründung noch in einer Wachstumsphase. Aber das Unternehmen bleibt am Ball, meistert die täglichen Herausforderungen des Online-Handels und trägt damit dazu bei, dass die kleine Bühne, die Werkzeuge im Netz bislang nur haben, immer größer wird.

Fotos SVH Handels-GmbH

Heute verlassen täglich 2.000 Sendungen ihren Regalplatz.

Was ist der Unterschied zwischen Heimwerkern und Handwerkern? Aus Sicht des Handels sind die einen B2C- und die anderen B2B-Kunden. Heimwerker bewegen sich hauptsächlich in der Do-it-yourself-Welt (kurz: DIY) der Baumärkte. Handwerker sind Kunden des Fachhandels. Dennoch gibt es eine Sache, die beide Zielgruppen eint: Sie kaufen nach wie vor meist offline. Das Thema E-Commerce steckt noch in den Kinderschuhen. Aber der Change-Prozess bahnt sich auch in dieser noch nahezu E-Commerce-freien Handelszone seinen Weg. So prognostizieren beispielsweise die Beratungsfirma KPMG und das Kölner Handelsforschungsinstitut EHI in ihrem Branchenszenario „Trends im Handel 2025“, dass in der Kategorie „Baumarktartikel“ bis zum Ende des Prognosezeitraums ein Wachstum im E-Commerce von neun Prozent zu verzeichnen sein wird.

Auf dem Weg

Eine Entwicklung, auf die die meisten Baumärkte bereits vorbereitet sind: Von toom und Hornbach über OBI und BAUHAUS bis hin zu hagebaumarkt hat ein Großteil der Baumarkt-Ketten einen eigenen Online-Shop erfolgreich an den Start gebracht. Der Fachhandel hingegen ist zögerlich. Eine Chance, die mit Würth sogar ein namhafter Hersteller, der sich eigentlich über seinen starken Außendienst und Direktvertrieb definiert, für sich nutzt – und das, ganz ohne dass wir davon etwas mitbekommen. Seit 2013 gehört die SVH Handels-GmbH zur Würth-Gruppe, wächst seitdem kontinuierlich und generiert von Jahr zu Jahr zunehmend größere Umsätze. Um den sportlichen Anforderungen des E-Commerce-Geschäfts gerecht werden zu können, eröffnete das Unternehmen im Sommer 2018 sein erstes eigenes Logistikzentrum in einer von LIST Bau Nordhorn errichteten Immobilie in Bochum. Heute verlassen täglich 2.000 Sendungen ihren Regalplatz. 3.000 sind das nächste Ziel. Diese Leistung wird sich svh24.de hart erarbeiten müssen, weiß Geschäftsführer Alexander Schmidt: „Das Erreichte übertreffen zu wollen, nehmen wir als Ansporn, unsere Ärmel hochzukrempeln und anzupacken.“

Alexander Schmidt, der das Vorgängerunternehmen der SVH Handels-GmbH bereits 1998 gegründet hat, sieht sich in keinem Konkurrenzkampf, sondern als Teil des Wettbewerbs der Werkzeugbranche: „Worauf es ankommt, ist auf die Wünsche und Probleme des Kunden zu reagieren und diese ganz klar in den Fokus unseres täglichen Handelns zu stellen. Während der DIY-Heimwerker also seinen Bedarf eher im Baumarkt abdeckt, der klassische Würth-Kunde seit Jahren einen engen Kontakt zu seinem Außendienstmitarbeiter hat, füllen wir die noch im Markt freien Plätze.“ Dabei haben sich Schmidt und sein Team wie Würth auch auf professionelle Handwerker mit wiederkehrendem Bedarf spezialisiert. Eine Zielgruppe, die Schmidt mit einem großen Marken-Sortiment und einem unkomplizierten und schnellen Bestell-, Liefer- und Retouren-Prozess überzeugen will.

Klick, klick, fertig.

„Die knappste Ressource von Handwerkern ist Zeit. Wenn Werkzeug fehlt, muss aber tatsächlich jemand ins Auto steigen und Zeit dafür aufbringen, für Nachschub zu sorgen. Das ist doch Mist. Zumal das Risiko bleibt, dass alle Parkplätze besetzt sind, das benötigte Material nicht vorrätig ist oder der Händler womöglich mittags für eine Stunde geschlossen hat“, zeigt sich Schmidt kritisch. Das Online-Angebot von svh24.de könne genau an dieser Stelle punkten. Bestellungen sind mit wenigen Klicks in kürzester Zeit erledigt und werden bei Bestellung bis 14:00 Uhr am nächsten Tag geliefert. Same Day Delivery ist dabei bislang noch kein Thema: „Ich hatte anfangs Bedenken, ob die Lieferung am nächsten Tag überhaupt ausreichend ist und wir uns eventuell noch mehr strecken müssen, aber das Feedback unserer Kunden war eindeutig: Den einen Tag bekommen sie überbrückt, Hauptsache der Bestellprozess verschwendet keine Zeit.“ ▸

Aller Anfang ist schwer.

Die Logistik ist und bleibt eines der entscheidenden Steckenpferde des Online-Shops und die Inbetriebnahme eines eigenen Logistikzentrums eine logische Schlussfolgerung. „2018 hatten wir eine gewisse Umschlagsmenge erreicht, die den hauseigenen Logistikbetrieb nun auch wirtschaftlich rechtfertigte. Der Vertrag mit dem externen Dienstleister lief aus und wir mieteten bekanntermaßen eine Unit in der von LIST Bau Nordhorn für die Dietz AG gerade fertiggestellten Logistikimmobilie in Bochum. Aber ich muss zugeben: Aller Anfang ist schwer. Logistikkompetenz bekommt man nicht über Nacht“, gibt Schmidt einen Einblick. Er erinnert sich noch genau an die ersten Wochen – ohne Hochregallager mit Paletten, die auf dem Boden gelagert werden mussten. „Die Regale sind ein gutes Beispiel für die ersten Herausforderungen, die wir meistern mussten“, führt Schmidt weiter aus. „Aber wir haben uns der Herausforderung gestellt und sind dabei, jede neue Challenge täglich zu meistern.“

Zwei Jahre nach Inbetriebnahme besteht das Bochumer Logistikcenter aus 17.000 Paletten-Stellplätzen, verteilt auf neun Etagen Hochregallager. Auch eine Fachbodenanlage mit 32.000 Kleinteil-Plätzen ist installiert. Die Kommissionierung läuft systematisch, die Packplätze sind voll ausgestattet und ein eigener Bürobereich für die Retouren-Annahme wurde nachträglich auch eingerichtet. Und die Inbetriebnahme des DHL-Mega-Paketzentrums in der Nachbarschaft Ende letzten Jahres hat die Prozesse noch einmal verbessert. Im vergangenen Jahr verzeichnete das Unternehmen einen Umsatz von 45,7 Millionen Euro. 47,5 Prozent Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Und auch für die kommenden Jahre sind die Ziele groß. Für 2020 strebt das Unternehmen einen Umsatz von 58,6 Millionen Euro an. Der nächste Meilenstein ist dann für 2025 gesetzt: 239,7 Millionen Euro Umsatz will das Team von svh24.de bereits in fünf Jahren machen. Ambitionierte Pläne eines Unternehmens, das sich in einer Nische bewegt, die – so ist sich Schmidt sicher – keine Nische bleiben wird. Und die Bühne dafür gestaltet er gerade selbst mit. •

Im vergangenen Jahr verzeichnete das Unternehmen einen Umsatz von 45,7 Millionen Euro.

In den nächsten fünf Jahren will svh24.de den eigenen Umsatz verfünffachen.

Über die SVH Handels-GmbH.

Die SVH Handels-GmbH besteht seit 1998 und wird von Alexander Schmidt als Geschäftsführer geleitet. Das Sortiment des Online-Shops umfasst Arbeitsschutz, Baugeräte, Beschläge, Betriebseinrichtungen, Eisenwaren, Elektro- und Gartenwerkzeuge, Handwerkzeuge, Messtechnik, Reinigungsgeräte, Schleiftechnik, Sicherheits- und Schweißtechnik, Spanntechnik, technische Produkte, Werkstattbedarf und Zerspanung. Kunden können bei svh24.de auf Rechnung mit einem Rechnungsziel von bis zu 30 Tagen bestellen. Registrierte Geschäftskunden erhalten zwei Prozent Rabatt auf das gesamte Sortiment. Alle Bestellungen ab einem Bestellwert von 50 Euro werden versandkostenfrei innerhalb Deutschlands geliefert – entweder zur Werkstatt oder direkt zum Einsatzort.

Über die Logistikimmobilie.

Im Mai 2018 hat LIST Bau Nordhorn das rund 33.000 qm große Logistikzentrum nach rund einem Jahr Bauzeit an die Dietz AG schlüsselfertig übergeben. Für die Technische Gebäudeausrüstung zeichnete sich LIST Ingenieure verantwortlich. In dem Objekt befinden sich auf rund 2.500 qm Zwischengeschosse für Büro- und Sozialräume sowie Lagerflächen. Die befestigten Außenanlagen umfassen eine Fläche von rund 37.000 qm. Aufgeteilt ist das Logistikzentrum in vier Units, die allesamt von der guten Lage in Autobahnnähe profitieren.

LIST Bau Nordhorn

E-Commerce: Herausforderung Logistik.

Der Online-Handel ist branchenübergreifend auf dem Vormarsch. Dabei wird vielfach die entscheidende Rolle der Logistik unterschätzt. Denn sie ist es, die laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) die Entwicklung zurzeit ausbremst. „Die Logistik ist der Flaschenhals des Online-Handels“, so die Erklärung von IW-Studienautorin Barbara Engels. Die Endkunden müssten noch häufig damit leben, dass Produkte nicht so schnell und präzise ankommen wie von ihnen erwartet. Und das sorge für Unzufriedenheit.

Teil 2

DIE FASZINATION DER HIDDEN CHAMPIONS: REGIONAL VERWURZELT UND INTERNATIONAL TÄTIG.

Ein Interview mit Hermann Simon.

Hermann Simon ist im September 2019 als erster Deutscher in die „Thinkers50 Hall of Fame“ der weltweit wichtigsten Managementdenker aufgenommen worden.

Deutschen Unternehmen wird oft vorgeworfen, dass sie den digitalen Wandel verpassen. Ein Vorwurf, den Hermann so nicht unterschreibt, weil er in seinen Augen nur für die Digitalisierung auf Konsumentenseite zutrifft. In der Industrie sind mittelständische Weltmarktführer hingegen sehr erfolgreich mit digitalen Produkten, Prozessen und Dienstleistungen. Im zweiten Teil unseres Interviews sprechen wir mit ihm über dieses und weitere Themen.

Fotos Hermann Simon

„DIESE FIRMEN BRINGEN DINGE ZUSTANDE, DIE MAN FÜR ERSTAUNLICH, WENN NICHT GAR FÜR UNMÖGLICH HÄLT."

Schaffen es diese Unternehmen in Deutschland auch, ihre globale Marktführerschaft in der Digitalisierung zu verteidigen?
H. S.: Wenn wir die Digitalisierung von industriellen Prozessen nehmen und nicht die konsumorientierte Digitalisierung wie Facebook, sind viele Hidden Champions dort führend. Das liegt daran, dass industrielle Prozesse Nischenmärkte sind. Die sind uninteressant für die Großen. Wenn Apple 300 Milliarden Dollar Umsatz macht, dann sind die nicht an einem Markt interessiert, der 500 Millionen Potenzial hat. Industrielle Prozesse sind wesentlich komplexer als konsumorientierte Prozesse, erfordern demnach tieferes Know-how. Sie können nicht die Organisation einer Fabrik Universitätsabsolventen überlassen. Dazu brauchen Sie langjährige, tiefe Industrieerfahrung. Genau die haben die Hidden Champions und sind deshalb in der Lage, solche Lösungen anzubieten. Ein Beispiel: Die Technologie hinter Siri auf dem iPhone ist das Long Short-Term Memory, abgekürzt LSTM. Diese Software ist auf mehr als drei Milliarden Smartphones installiert. Wo kommt das her? Aus Deutschland. Das weiß kein Mensch. Oder DeepL, das beste Übersetzungsprogramm der Welt, kommt aus Köln.

Oft wird kritisiert, Deutschland verpasse gerade den digitalen Wandel. Dem stimmen Sie also nicht zu?
H. S.: Das trifft bei der Konsumentenseite zu. Aber nicht bei der industriellen Digitalisierung. Da sind wir gut aufgestellt. Obwohl man natürlich die Konkurrenz auch nicht unterschätzen darf. Die schärfste Konkurrenz auf diesem Gebiet sind die Chinesen.

Macht Spezialisierung nicht auch verwundbar und begrenzt das Wachstum?
H. S.: Wenn Sie das weltweit machen, sind die Wachstumsmöglichkeiten kaum begrenzt. Weltweit gibt es keine gesättigten Märkte.

Wo sehen Sie dringenden Verbesserungsbedarf in Deutschland?
H. S.: Wir haben ein massives Demografie-Problem. Wir müssen die Einwanderung viel aktiver managen. Es ist mir unerklärlich, wie ein Land, das seit 40 Jahren so eine geringe Geburtenrate hat und gleichzeitig eine massive Einwanderung, so lange leugnen konnte, ein Einwanderungsland zu sein. Und das teilweise immer noch leugnet. Und der Klimawandel: Unsere gesamte Infrastruktur hängt auch mit dem Klimawandel zusammen. Ich fahre oft auf der Autobahn, die von Rotterdam und Antwerpen nach Süddeutschland führt. Dort gibt es über hunderte von Kilometern eine geschlossene LKW-Schlange. Es müsste sich jemand hinsetzen und ein europäisches System für eine Güterbahn konzipieren. Wir fahren Güter auf einem Bahnsystem, das 150 Jahre alt ist – gemischt mit Personennah- und -fernverkehr. Das ist absoluter Wahnsinn. Und niemand unternimmt etwas. Wir brauchen ein völlig neues Güterbahnsystem. Das würde vielleicht 100 Milliarden kosten und es würde 50 Jahre dauern, bis man es gebaut hat. Die Chinesen machen genau das. Da setzt sich einer hin und zeichnet den Plan und dann wird in zehn Jahren gebaut.

Was fasziniert Sie persönlich an den Hidden Champions, dass Sie so lange dabeigeblieben sind?
H. S.: Es ist erstaunlich, dass das Interesse an diesem Phänomen nach wie vor ungebrochen ist. Ich könnte jede Woche in China einen Vortrag dazu halten. Zudem beobachte ich, wie diese Unternehmen sich in den vergangenen 30 Jahren weiterentwickelt haben. Viele dieser Unternehmen sind heute in 70, 80, manche in mehr als 100 Ländern mit eigenen Tochtergesellschaften vertreten. Sie sind zehnmal so groß wie vor 20 Jahren. Die Hidden Champions waren auch Vorbild für meine eigene Strategie. Bei der Gründung unserer Unternehmensberatung sind wir eins zu eins der Hidden-Champions-Strategie gefolgt und selbst Weltmarktführer in der Preisberatung geworden. Wenn ich die Hidden Champions besuche, bin ich von ihnen fast immer stärker beeindruckt als von Großunternehmen.

Warum?
H. S.: Diese Firmen haben sehr eigenständige Kulturen und bringen Dinge zustande, die man für erstaunlich, wenn nicht gar für unmöglich hält. Auch die Führungskräfte der Hidden Champions sind sehr beeindruckende Persönlichkeiten. Spezialisierte, fokussierte Genies. Die Menschen sind gewissermaßen ihre Produkte. Zum Beispiel Dr. Gerhard Neumann: Er war lange Chef von General Electric Aircraft Engines, dem Weltmarktführer bei Düsentriebwerken. Neumann war selbst ein Düsentriebwerk. Wenn man ihn nachts um zwei Uhr geweckt und gefragt hätte: Woran denkst du gerade? Dann hätte er bestimmt gesagt: an Düsentriebwerke, an was sonst. Totale Identifikation mit dem, was sie tun, kennzeichnet diese Typen. Sie sind absolut fokussiert auf das, was sie tun. Das findet man ja auch bei Wissenschaftlern oder bei Künstlern. Das beeindruckt mich immer wieder.

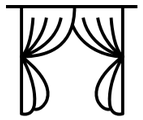
Vielen Dank für das Interview. •

Beispiele versteckter Helden:

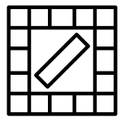
Rollleinen von Flexi
Flexi hat bei Rollleinen für Hunde einen Weltmarktanteil von rund 70 Prozent, fertigt ausschließlich in einer Manufaktur in Deutschland und exportiert mehr als 90 Prozent seiner Produkte in über 50 Länder. Alle Versuche chinesischer Konkurrenten, Flexi den Markt wegzunehmen, verliefen bisher im Sande. Im Gegenteil, Flexi greift in Asien mit voller Kraft an. Für dieses Jahr ist ein Umsatz von 100 Millionen Euro geplant.

Heftzwecken von Gottschalk
Die Firma Gottschalk aus Arnsberg im Sauerland ist der einzige Hersteller von Heftzwecken in Europa. Und es gibt nur einen weiteren Hersteller in der ganzen Welt, eine chinesische Firma. Gottschalk und seine Mannschaft produzieren täglich zwölf Millionen dieser Kleinartikel, die unter 300 verschiedenen Markennamen weltweit verkauft werden.

Röntgenapparate von Smiths Heimann
Das Wiesbadener Unternehmen Smiths Heimann ist Weltmarktführer bei Röntgenapparaten für Gepäck und Fracht. In mehr als 150 Ländern identifizieren die Apparate von Smiths Heimann Rauschgift, Waffen oder Sprengstoff und sorgen so für mehr Sicherheit im Flugverkehr. Zum Programm zählen auch Geräte für Poststellen, riesige Apparate zur Durchleuchtung von Lastwagen und mobile Systeme für Zollbehörden.



Bühnenvorhänge von Gerriets
Dieses Unternehmen stellt Theatervorhänge und Bühnenausstattungen her. Es ist der einzige Hersteller von großen Bühnenvorhängen auf der Welt, so dass der Weltmarktanteil in diesem Segment 100 Prozent beträgt. Egal, ob in der Metropolitan Opera in New York, in der Scala in Mailand oder in der Opéra Bastille in Paris, die Vorhänge stammen von Gerriets.



Gesellschaftsspiele von Ludo Fact
Ludo Fact ist ein reiner Produzent und stellt als solcher Spiele her, die von Verlagen konzipiert und vermarktet werden. In diesem Geschäft ist Ludo Fact die Nummer eins in Europa. Die Firma ist von 34 Mitarbeitern im Jahr 1995 bis heute auf mehr als 600 gewachsen. Pro Tag verlassen 70.000 Gesellschaftsspiele die Produktionshallen, pro Jahr sind es 17 Millionen.

Illustrationen Adobe Stock

Zur Person.

Hermann Simon ist Wirtschaftswissenschaftler, seine Bücher sind Bestseller und wurden in fast 30 Sprachen übersetzt. Bekannt wurde er als Entdecker der Hidden Champions. Die verborgenen Helden sind mittelständische Weltmarktführer, die kaum einer kennt. Simon wurde 1947 in der Eifel geboren, wuchs dort auf einem Bauernhof auf und studierte Volks- und Betriebswirtschaft. Als Professor hat er an verschiedenen Universitäten im In- und Ausland gelehrt, bis er 1995 seine Universitätslaufbahn beendete, um die von ihm gegründete Unternehmensberatungsfirma Simon-Kucher & Partners zu führen, bei der er heute „Honorary Chairman" ist. Die Firma hat mehr als 1.500 Mitarbeiter, ist mit 39 Büros in 25 Ländern vertreten und gilt als Weltmarktführer in der Preisberatung. Simon ist der erste Deutsche, der in die „Thinkers50 Hall of Fame" der weltweit wichtigsten Managementdenker aufgenommen wurde.

Was sind Hidden Champions?

Als Hermann Simon Ende der 1980er Jahre verstehen wollte, was das Exportwunder Deutschland ausmachte, stieß der Wirtschaftswissenschaftler auf Unternehmen, die kaum jemand kannte, die mit ihren Produkten oder Dienstleistungen aber Weltmarktführer waren. Weitgehend verborgen vor der Öffentlichkeit sind diese Firmen sehr erfolgreich und innovativ. Sie haben in den letzten zehn Jahren 1,5 Millionen neue Arbeitsplätze geschaffen und sind aus den vergangenen Wirtschaftskrisen gestärkt hervorgegangen. Die Hidden Champions müssen drei Kriterien erfüllen: in ihrem Markt zu den Top Drei weltweit zählen oder die Nummer eins auf ihrem Kontinent sein. Weniger als fünf Milliarden Euro Umsatz machen. Und in der breiten Öffentlichkeit weitgehend unbekannt sein. Simon hat mehr als 1.500 solcher Firmen ausfindig gemacht und aufgelistet.

Recycling-Künstler und Symbiosepartner – Pilze ernähren den Wald.

Vor allem im Ökosystem Wald sind sie allgegenwärtig und augenscheinlich doch kaum vorhanden: Pilze. Sie gehören weder zum Reich der Pflanzen noch zum Reich der Tiere und sorgen mit ihren besonderen Fähigkeiten dafür, dass Wälder überhaupt bestehen können.

Zersetzung und Symbiose – das sind die Fähigkeiten, mit denen sich Pilze unersetzbar für das Ökosystem Wald machen. Was sich dahinter verbirgt, ist ganz grob schnell erklärt, aber natürlich trotzdem eine phänomenale Leistung. Von Holz über vertrocknete Blätter bis hin zu Früchten bauen Pilze in ihrer Rolle als Zersetzungsorganismus das ab, was seine besten Tage bereits hinter sich hat. Dabei führen sie Stickstoffverbindungen und andere Stoffe in den Boden zurück, die dadurch Pflanzen und Tieren erneut zur Verfügung stehen. Eine Recycling-Aufgabe, die sie unverzichtbar macht. Aber auch ihre Rolle als Symbiosepartner ist nicht zu unterschätzen. Die meisten unserer Bäume leben im Wurzelreich in einer Partnerschaft mit Pilzen. Dabei umkleiden die Pilze die Feinwurzeln des Baumes, sammeln Nährstoffe und leiten diese zusammen mit Wasser den Pflanzen zu. Im Gegenzug erhält der Pilz die für ihn erforderlichen Stoffe wie Zucker, Eiweiße und Vitamine vom Baum zurück.

Übrigens: Das, was wir gemeinhin häufig als Pilze bezeichnen und für den Verzehr pflücken wie zum Beispiel den Steinpilz, ist lediglich der Fruchtkörper des Pilzes – wie der Apfel beim Apfelbaum. •

Foto Adobe Stock

Der Steinpilz lebt mit zahlreichen Laub- und Nadelbäumen wie zum Beispiel Fichten in Symbiose.

Wir verbeugen uns und ziehen den Bauhelm: Unsere Praxis-Partner sind für uns echte Problemlöser.

Chapeau!

Eine Hommage an unsere Praxis-Partner.

Der Bau von Immobilien ist immer mit ganz bestimmten Ansprüchen verknüpft. Nutzer und Betreiber haben Bedürfnisse, die es mit den richtigen Lösungen zu erfüllen gilt. Der Herstellungsprozess als solches rückt dabei in den Gesprächen unserer Kollegen aus dem Schlüsselfertigbau mit ihren Auftraggebern häufig in den Hintergrund. Im Raum stehen ganz andere Fragen: Können die Flächen wie geplant genutzt werden? Wann kann die Eröffnung gefeiert werden? Und passen die Kosten? Im Idealfall sind Begründungen und Erklärungen überflüssig. Denn dann erfüllen wir in der Praxis, was in der Theorie geplant wurde.

„Haben unsere Kunden keinen Gesprächsbedarf, stimmt unsere Leistung. Ziel erfüllt, könnte man meinen. Ganz so einfach ist das aber nicht“, erklärt Andreas Brockhaus, geschäftsführender Gesellschafter von LIST Bau Nordhorn und LIST Bau Bielefeld. „Der Umkehrschluss wäre ja, dass unsere ausführenden Partnerunternehmen immer nur genau dann Thema werden, wenn es Probleme gibt. Und das wird ihnen nicht gerecht. Denn sie tragen einen sehr wichtigen Teil dazu bei, dass die Lösung überhaupt zur Lösung wird.“ Und die Unternehmen, mit denen LIST Bau zusammenarbeitet, sind alles andere als austauschbar. Denn beispielsweise eine Baugrube ist eben mehr als nur ein Loch. Das weiß auch Marco Schütz, geschäftsführender Gesellschafter von LIST Bau Rhein-Main: „Auch wenn wir alle Profis in dem sind, was wir täglich tun, gibt es keinen typischen Baualltag. Die Herausforderungen und damit auch die Geschichten, die geschrieben werden, sind immer wieder andere. Vor allem dann, wenn das Ergebnis stimmt, lohnt es sich, einmal hinter die Kulissen zu schauen.“ Gesagt, getan. Die folgenden vier „Fälle“ zeigen beispielhaft, warum unsere Praxis-Partner für uns und damit auch für unsere Kunden echte Problemlöser sind. ▸

Foto a|w|sobott

Fall 1

Platzkünstler.

Gemeinsames Projekt Büro- und Geschäftshaus Hannover-Vahrenwald

Gewerk Verbau

Partner BodemBouw, das in den Niederlanden ansässige Unternehmen hat sich auf das in Deutschland noch nicht weit verbreitete, aber innovative Bodenmischverfahren Cutter-Soil-Mixing (kurz: CSM) spezialisiert.

Größte Herausforderung Verankerung der CSM-Wand

Problem kein Platz dafür

Problemlösung

Eigentlich wird der Verbau nach außen abgesichert. Aber in Hannover keine Chance. Das Absichern der CSM-Wand musste im Inneren der Baugrube stattfinden. Aber wie? Dort war auch kein Platz für Aussteifungen oder Ähnliches. Viele Fragezeichen. Fachwissen und Ideenreichtum waren gefragt. Also steckte BodemBouw die Köpfe mit dem Statiker und auch dem Betonbauer zusammen. Mit einer ungewöhnlichen und ebenso hervorragenden Lösung: Langfristig wird „einfach“ auf das Abstützen der Wände verzichtet. Klingt wahnsinnig, ist es aber nicht. Der Keller wurde erst um die Streben herum gebaut, bevor diese nach Fertigstellung der Kellerdecke zurückgebaut wurden. Dass die CSM-Wand dadurch ihre Funktion verloren hat, stellt deshalb kein Problem dar, weil der zusätzliche Druck in der Statik berücksichtigt wurde. Heute ist es allein die Massivbaukonstruktion des Kellers, die den Druck des nachrutschenden Erdreichs abfängt.

Ralf Geisen,
Technischer Leiter von BodemBouw

„Wo kein Platz ist, muss man sich Platz schaffen. Und in Hannover erforderte das eben eine Sonderlösung, mit der wir unsere eigene Leistung am Ende überflüssig gemacht haben. Aber damit leben wir gut und gerne. Es ging schließlich nicht um unsere Befindlichkeiten, sondern um die beste Gesamtlösung für das Projekt.“

Benno Berkemeyer,
Bereichsleiter von LIST Bau Nordhorn

„Der U-Bahn-Schacht direkt nebenan, die bestehende Rückverankerung im Grundstück, enorm viele Findlinge im Boden und vom Grundwasser möchte ich gar nicht erst anfangen – die Geologie des Grundstücks war ein echtes Monster. Und dann musste aus Platzgründen auch noch eine individuelle Sonderlösung für die Absicherung der CSM-Wand her. Da braucht es dann schon echte Spezialisten.“

Fall 2

Ein Partner für alle Fälle.

Gemeinsames Projekt Erweiterung eines Zentrallagers in Unna

Gewerk Schlosserarbeiten (im Rohbau)

Partner Heinrich Remme GmbH

Größte Herausforderung Nachrüsten von Hammerköpfen im Anfahrtsbereich der Rampe

Problem die Fertigteile wurden ohne Anfahrschutz geliefert und gestellt

Problemlösung

Der Rohbau war fast fertig. Die Stützen gestellt. Die Sohle gegossen. Und dann das. Die im Anfahrtsbereich an den Stützen eingeplanten Hammerköpfe fehlten. Und keinem war es aufgefallen. Und nun – alles wieder zurückbauen und austauschen? Auf keinen Fall. Ein Plan B musste her. Irgendwann kam sie dann, die glorreiche Idee: ein Stahlbauteil, das mit Beton ausgegossen wird. Aber funktioniert das? Und wer macht so etwas? Theorie und Praxis sind ja immer noch zwei verschiedene Paar Schuhe. Aber es gab Rettung in der Not. Das Schlosserunternehmen Heinrich Remme war zur Stelle. Erst eine CAD-Zeichnung. Dann sogar ein Muster. Und alles war schon berücksichtigt. Denn man muss bedenken: In einem Bauteil aus Stahl muss jede einzelne Schraube genau vorgeplant sein. Keine Selbstverständlichkeit, aber eine echte Lösung. Das Bauteil war genau das, was benötigt wurde. Es ging in Produktion. Innerhalb weniger Tage waren die kahlen Betonstützen mit den notwendigen Hammerköpfen bestückt.

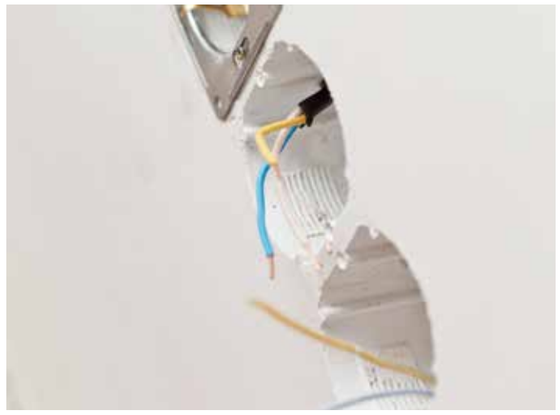
Markus Remmel,
Geschäftsführer von der Heinrich Remme GmbH

„Das Projekt hat mir ganz persönlich echt Spaß gemacht. Wir waren mit den Arbeiten rund um die Verladetechnik beauftragt, haben aber auch gerne an anderen Stellen ausgeholfen. Denn der Umgang stimmt und die Geschäftsbeziehung ist auch wirtschaftlich tragfähig. Das ist für mich enorm wichtig. Wenn ich für LIST Arbeiten erledige, weiß ich, dass ich dafür auch fair bezahlt werde.“

Lothar Lühr,
Projektleiter von LIST BiB Bielefeld

„Ich kann jedem Projektleiter nur einen Schlosser wie Heinrich Remme wünschen. Hier nochmal ein kleines Geländer, da die Anpassung eines Türschlitzes – Herr Remmel und sein Team sehen diese Kleinigkeiten und erledigen sie ganz selbstverständlich. Eine Haltung, die man sich nicht kaufen kann. Und das hat man auch beim Anfahrschutz gesehen.“

Fotos LIST Gruppe



Fall 3

Die Möglichmacher.

Gemeinsames Projekt	Produktionshallen in Karlstein
Gewerk	Elektro
Partner	SPIE GfT GmbH
Größte Herausforderung	fristgerechte Umsetzung der Elektroanlagen
Problem	viele kurzfristige Planungsänderungen

Problemlösung

Unmengen an Kabel mussten verlegt werden. Unzählige Steckdosen und Schalter gesetzt. Ein Großprojekt für SPIE GfT. Das war schon vor Start der Arbeiten klar. Aber dass es noch viel größer wurde, konnte vorab keiner ahnen. Erst war es eine Änderung. Dann folgte die nächste. Und dann noch viele weitere. Alles nur Kleinigkeiten wie zum Beispiel die Platzierung einer Steckdose. Aber das summierte sich. Und blieb deshalb natürlich auch nicht ohne Folgen. Nicht ein Schaltschrank konnte wie geplant und größtenteils sogar schon vorbereitet bleiben. So war das nicht gedacht. Aber alles abblocken und dichtmachen? Nicht mit SPIE GfT. Drauf einlassen und möglich machen war deshalb die ganz klare Devise. Offene Kommunikation. Klare Koordination. Und Manpower. In Spitzenzeiten war das Unternehmen über zwei Monate hinweg mit siebzehn statt der eigentlich geplanten sechs bis zehn Personen vor Ort.

SPIE GfT GmbH

Baki Aslan,
Projektleiter von der SPIE GfT GmbH

„Das Projekt war für uns eine echte Herausforderung, aber daran kann man ja nur wachsen. Anpassungen auch im laufenden Prozess gehören dazu und haben ja nichts mit der persönlichen Ebene zu tun. Es meint niemand böse, wenn eine unserer Leistungen wieder zurückgebaut werden soll. Am Ende geht es uns allen doch immer darum, den Nutzen der Immobilie so groß wie möglich zu machen."

LIST Bau Rhein-Main

Roland Wolf,
Projektleiter von LIST Bau Rhein-Main

„Gerade im Segment hochtechnischer Produktionsimmobilien sind die Immobilien, die wir erstellen, ganz individuelle Lösungen. Logisch, dass da auch noch im Bauprozess an den letzten Details der Planung gefeilt wird. Und auch logisch, dass wir diese Planungsänderungen dann auch noch versuchen eins zu eins umzusetzen. Aber das geht eben nur, wenn Partner wie SPIE GfT mitziehen."

Fall 4

Mit aller Kraft.

Gemeinsames Projekt	Logistikimmobilie in Köln
Gewerk	Trockenbau
Partner	Hiller Akustikbau GmbH
Größte Herausforderung	Anbringen der Rigipsplatten in großer Höhe
Problem	Hindernisparcours aus bereits geschlossener Halle, langen Wegen, weichen Knien und einem Rohrnetz auf halber Höhe

Problemlösung

Es nützte alles nichts. Muskelkraft war gefragt. Die Halle war von schwerem Gerät zum Zeitpunkt der Trockenbau-Arbeiten nicht befahrbar. Also mussten die Rigipsplatten per Hand auf das Zwischengeschoss für die Büroflächen getragen werden. Aber da ging es dann natürlich erst richtig los. Ab in die Höhe. Selbst die Zwischenebene der Logistikimmobilie erstreckte sich über mehr als sieben Meter. Da muss man selbst einmal gearbeitet haben, bevor man nachvollziehen kann, was das bedeutet. Aber wenn schon Herausforderung, dann auch richtig. Da gab es ja auch noch dieses ungeliebte Rohrsystem der Lüftungsanlage. Kniffelig. Die Arme zitterten doch schon vor Anstrengung und die Knie machten aus Respekt vor der Höhe gleich mit. Aber da können die Wände, die erstellt werden mussten, ja nichts für. Maßanfertigungen waren jetzt gefragt. Also wurden sie auch gemacht. Jedes Rohr bekam seine eigene Auslassung. Ganz präzise. In Anbetracht der Tatsachen: eine echte Spitzenleistung.

hiller AKUSTIKBAU

Frank Hiller,
Geschäftsführer von der Hiller Akustikbau GmbH

„Das können wir so nicht immer leisten, das möchte ich meinen Leuten gar nicht zumuten. Aber Ausnahmen bestätigen die Regel. In einer guten und fairen Partnerschaft sind mein Team und ich gerne bereit für besondere Leistungen."

LIST Bau Bielefeld

Stephan Langer,
Bereichsleiter von LIST Bau Bielefeld

„Bei der Erstellung von Logistikimmobilien kommt es für unsere Kunden ganz besonders auf das Timing an. Jeder Tag zählt. Und um einen möglichst frühen Fertigstellungstermin zu realisieren, gehen wir in der Praxis Kompromisse ein. In diesem Fall haben wir andere Gewerke vorgezogen, die es Frank Hiller und seinen Jungs nicht gerade leichter gemacht haben. Deshalb ein dickes Lob an das Team."

Fotos Spie GfT GmbH, alwisobott, Adobe Stock

Der Wasserträger.

Er übernimmt die ruhmlosen Aufgaben, um anderen zum Erfolg zu verhelfen, und bleibt dabei selbst oft im Hintergrund. Dabei erledigt der Wasserträger meist die unverzichtbaren Arbeiten, auf die die anderen angewiesen sind. Historisch geht der Begriff zurück auf einen alten Beruf. Einer, der im 19. Jahrhundert sauberes Trinkwasser in die Haushalte brachte, war der Hamburger Hans Hummel. Heute ist er eine Kultfigur in der Hansestadt.

Foto picture alliance/arkivi

Mit dem Hummelbrunnen bekam das Hamburger Original **Johann Wilhelm Bentz** 1938 von Bildhauer Richard Emil Kuöhl ein Denkmal gesetzt.

Sie arbeiten im Hintergrund, stehen nicht im Scheinwerferlicht, kaum einer kennt ihre Namen. Wasserträger, so werden Menschen bezeichnet, die ihre Aufgaben meist im Verborgenen verrichten. Was allerdings nicht bedeutet, dass ihre Arbeit weniger bedeutsam wäre. Der unbekannte Politiker, auf dessen Zuarbeit der Parteivorsitzende nicht verzichten kann. Der eigentliche Komiker, der die Pointen schreibt, die anschließend der im Scheinwerferlicht gefeierte Comedian vorträgt. Oder der Rennradfahrer, der dem Spitzensportler seiner Mannschaft Windschatten spendet, sein Team mit Getränken versorgt und ihm so erst zum Erfolg verhilft.

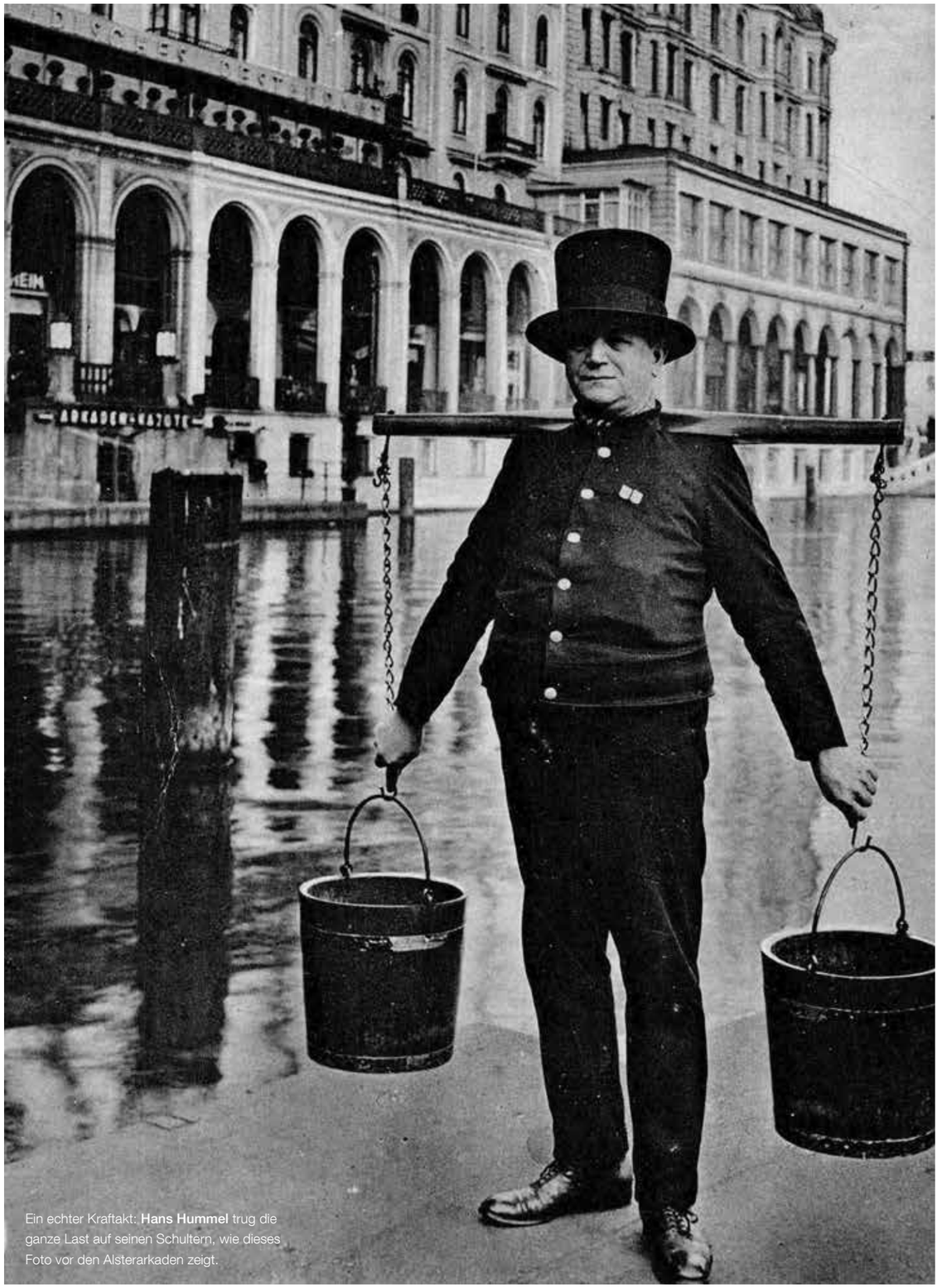
Der Begriff des Wasserträgers geht zurück auf einen Beruf, den es in vergangenen Jahrhunderten tatsächlich gab. Zu einer Zeit, als die Haushalte noch nicht an eine zentrale Wasserversorgung angeschlossen waren und die Menschen sich das Wasser aus Brunnen holen mussten. Damals boten Wasserträger ihre Dienstleistung an. Sie übernahmen die tägliche Schlepperei. Einer der heute wohl noch bekanntesten ist der Hamburger Hans Hummel, dem seine norddeutsche Heimatstadt sogar ein Denkmal gewidmet hat.

Wasserträger wie Hans Hummel waren unverzichtbar für die Menschen Anfang des 19. Jahrhunderts. Sie waren es, die täglich sauberes Trinkwasser in die einzelnen Haushalte brachten. Auch Hans Hummel verdiente sich seinen Lebensunterhalt damit. Er schleppte die vollen Eimer vom Brunnen am Hamburger Gänsemarkt zu den einzelnen Häusern seiner Kunden. Mit richtigem Namen hieß er Johann Wilhelm Bentz, doch während er die vollen Wassereimer durch die Straßen Hamburgs trug, liefen ihm die Kinder hinterher, riefen ihn mit Spitznamen „Hummel, Hummel“ und zeigten ihm ihre nackten Hintern. Der Wasserträger fühlte sich verhöhnt und reagierte missmutig auf diesen Spott. Weil er aber mit der schweren Last der Eimer beladen war, konnte er sich nur mit Worten wehren und rief ihnen „Mors, Mors!“ hinterher. Mors ist das plattdeutsche Wort für Hinterteil. Bis heute ist in Hamburg der Gruß bekannt: Auf „Hummel, Hummel“ folgt „Mors, Mors!“.

Der Wasserträger Johann Wilhelm Bentz starb einsam und mittellos 1854 im Armenhaus. Denn als die Hamburger Wasserwerke 1848 die Haushalte an die zentrale Versorgung anschlossen, verlor auch er seinen Job. Um Menschen wie ihn, die diese für die Stadtbewohner so lebenswichtige Arbeit geleistet hatten, wenigstens posthum zu würdigen, gestaltete der Bildhauer Richard Kuöhl ein Denkmal in der Hamburger Neustadt, das Hans Hummel gewidmet ist. Wenige Meter entfernt hat Kuöhl noch eine weitere Figur platziert. An der Hausecke streckt ein Junge dem Wasserträger seinen nackten Hintern entgegen. Damit wurde der Wasserträger zur Hamburger Symbolfigur und an seine Arbeit wird heute bei jeder Stadtführung erinnert. •

Für den guten Zweck.

Der Wasserträger Hans Hummel ist nicht nur ein Teil der Hamburger Stadtgeschichte, sondern er lässt sich auch als Kultfigur gut vermarkten. Das Hamburger Original ziert heute Postkarten, Kaffeepötte, Badetücher und Schlüsselanhänger. Und nicht nur das. Im Jahr 2003 gab es eine Kunstaktion, bei der über 100 große Wasserträger-Figuren aus Kunststoff in der Hamburger Innenstadt verteilt wurden. Bunt bemalt hatten sie verschiedene Künstler und Kunststudierende. Eigentlich sollten die Wasserträger ein Jahr lang das Hamburger Straßenbild bunter gestalten. Weil die Aktion aber auf große Begeisterung stieß, ließ die Stadt die Figuren zwei Jahre länger als geplant stehen. Im Juni 2006 wurden die Kunstwerke dann zugunsten eines Projektes für Obdachlose versteigert. Etwa 340.000 Euro kamen dabei zusammen. Das Mindestangebot für einen der Kunststoff-Wasserträger betrug 500 Euro. Doch kaum eine Figur wurde für weniger als 3.000 Euro verkauft. Ein Wasserträger, der mit Hamburgs Silhouette bei Nacht bemalt und der vom Bürgermeister signiert worden war, brachte allein 11.000 Euro ein. Einige der bunten Figuren sind heute noch an öffentlichen Orten in der Hansestadt zu sehen.



Fotos Arnold Schott, picture alliance/arkivi

Ein echter Kraftakt: **Hans Hummel** trug die ganze Last auf seinen Schultern, wie dieses Foto vor den Alsterarkaden zeigt.

Lieber Johann*, bist du eigentlich gerne das „Mädchen für alles“?

Klar. Das ist zwar provokant formuliert, aber beschreibt mich jobtechnisch ganz gut. Ich bin jetzt in meinem 25. Jahr bei LIST und gelernter Maurer. Anfangs haben wir als Gewerbliche noch die Arbeiten übernommen, für die wir heute andere Praxis-Partner beauftragen. Wir konnten uns nicht allein aufs Mauern konzentrieren, sondern mussten überall mal mit anpacken. Und während unsere Projektteams im Schlüsselfertigbau heute vor allem das Management verantworten, bin ich der, der bei handwerklichen Aufgaben einspringt. Mal bin ich mehrere Wochen auf einer Baustelle, mal nur wenige Tage. Je nachdem, was liegen geblieben ist. Es gibt immer eine Wand, die noch verspachtelt werden muss, obwohl der Maler schon nicht mehr vor Ort ist. Dann fehlt an der einen Stelle ein bisschen Beton und an anderer Stelle müssen Fußleisten nachmontiert werden. Dafür möchten wir unsere Partner aber nicht extra wieder auf die Baustelle berufen. Also bin ich gefragt. Ich freue mich, wenn ich den Projekten den letzten Feinschliff verpassen und meinen Teil beitragen kann. Ich komme viel rum, arbeite mit den verschiedensten Kollegen zusammen und habe einen super vielfältigen Arbeitsalltag. Genau mein Ding. Und meine Familie und Freunde unterstütze ich auf ihren größeren oder kleineren Baustellen natürlich auch immer gerne – das versteht sich von selbst. •

* + Johann Nieschwitz
+ Baustellenleiter bei LIST Bau Nordhorn
+ wird auf acht bis zehn verschiedenen Baustellen im Jahr eingesetzt
+ seit dem 11. März 1996 bei der LIST Gruppe
+ hat vier erwachsene Söhne, die sich freuen, wenn Papa beim Umzug mit anpackt

Foto alwlsobott

Heimliche Helden aufzuspüren ist nicht immer leicht, aber die Mühe lohnt sich. Denn jeder Star hat immer auch ein gut funktionierendes Team im Hintergrund. Und allein die Fähigkeit dieses Teams, im Brecht‘schen Sinn auch ohne Licht auszukommen, ist große Anerkennung wert.

Applaus, Applaus!

LIST AG
Hagenstraße 41
48529 Nordhorn

T +49 5921 8840-0
F +49 5921 8840-40
info@list-ag.de
www.list-gruppe.de

Redaktion/Layout:
LIST AG, Marketing

**real people –
real estate**