

Selbständig: Depesche

Nachrichtendienst für inhabergeführte Unternehmungen | ASU/BJU - Regionalkreis Berlin | Ausgabe 06/2009

DIE FAMILIEN
UNTERNEHMER ASU

DIE JUNGEN
UNTERNEHMER BJU

Neuer Unternehmer des Jahres: Traditions-Juwelier Jens Lorenz

Schon vor der Gründung vieler Welt-Uhrenmarken wurden die Türen des Familienunternehmens Juwelier Lorenz in Friedenau geöffnet. Das war 1874. Am 8. November 2009 erhielt Jens Lorenz, der das Haus in mittlerweile fünfter Generation leitet, für seine Leistungen die Auszeichnung „Unternehmer des Jahres“.

Juwelier Lorenz ist längst weit über die Grenzen Berlins hinaus bekannt. Spätestens seit dem 9. November 1989. Da nämlich haben der Juwelier Jens Lorenz und sein Vater ihre drei Meter hohe Kunst-Uhr mit der Inschrift „Zeit sprengt alle Mauern“ enthüllt. Die Zeit holte die Botschaft sehr schnell ein. Am gleichen Abend fiel in Berlin die Mauer. Seitdem trägt die Uhr den Namen „Friedensuhr“. Fast auf den Tag genau 20 Jahre später bekam nun der Juwelier Jens Lorenz die Auszeichnung „Unternehmer des Jahres“ verliehen. Damit ehren „Die Familienunternehmer – ASU“ zum 18. Mal einen Berliner Unternehmer, der durch sein unternehmerisches Tun,

sein Produkt, seine Dienstleistung und seine Person herausragt. „Das ‚Produkt‘ Juwelier Lorenz entspricht



Marcus Volk / Volksmedia

in herausragender Weise unseren Maximen nach Freiheit und Verantwortung und dem Streben nach Nachhaltigkeit“, betonte Laudatorin Bettina Mützel, RK-Vorsitzende der Familienunternehmer. Jens Lorenz sei für sie Feingeist und Visionär zugleich.

Für die Verleihung öffnete der Preisträger seine Privaträume, die über dem Juwelierladen in der Rheinstraße liegen. Die schöne Atmosphäre wurde durch eine kleine Einlage komplet-

tiert. Jens Lorenz bedankte sich nicht nur mit Worten für den Preis, sondern überraschte die Gäste, indem er

gekonnt ein paar musikalische Zwischentöne an seinem Flügel anschlug. Nach einer Stärkung am Buffet ging es für die Gäste hinab ins mittelalterlich anmutende Kellergewölbe.

Hier befindet sich ein kleines, liebevoll gestaltetes Privatmuseum, das 3.000 Jahre Geschichte der Zeitmesstechnik vereint – von frühen Sonnenuhren aus vorchristlicher Zeit über erste mittelalterliche Räderuhren bis hin zu äußerst kunstvoll gearbeiteten Taschenuhren der beginnenden Neuzeit sowie Exemplaren des 20. Jahrhunderts.

Die Laudatio befindet sich auf Seite vier.

Aktuelles:

Jahresversammlung

Datum: 19.11.2009

Zeit: 18.15 h

Ort: Haus am Waldsee
Argentinische Allee 30
14163 Berlin
(mehr s.u.)

Verbands-Stammtisch

Datum: 02.12.2009

Ort: Park Café, Fehrbelliner Platz
Neue Interessenten werden um kurze Anmeldung unter Tel. 030/85 99 46 0 gebeten.

Neujahrsempfang

Im Januar wird wieder der alljährliche Neujahrsempfang stattfinden. Nähere Einzelheiten zu Ort, Gastredner und Thema werden demnächst bekannt gegeben.

Vorstandswahl im Regionalkreis

In diesem Jahr stehen wieder die Wahlen des Vorstandes für die Familienunternehmer – ASU und die Jungen Unternehmer – BJU an. Vor der obligatorischen Vorstandswahl wird Katja Blomberg, die Leiterin des Hauses am Waldsee, in die aktuelle Ausstellung und die Geschichte des Hauses einführen. Natürlich ist nach dem offiziellen Teil die Gelegenheit, sich am Buffet zu stärken und die

Ausstellung in aller Ruhe zu genießen. Folgende Tagesordnungspunkte sind vorgesehen:

1. Rechenschaftsbericht des Vorstandes,
2. Wahl des Vorstandes,
3. Sonstiges

Datum: 19.11.2009

Zeit: 18.15 h

Ort: Haus am Waldsee, Argentinische Allee 30, 14163 Berlin

20 Jahre Mauerfall

Die Friedensuhr von Jens Lorenz (s. Laudatio) zeigt, wie sehr gerade auch Berliner Unternehmer den Mauerfall herbeigesehnt haben. Durch die deutsche Einheit und ein Berlin wurde vieles möglich, was vorher undenkbar war. Die fallende Grenze mit ihrer Aufbruchstimmung bot Unternehmern hier wie da auf einmal die Möglichkeit neuer Absatz-

märkte und Produktionsstandorte und führte zusammen. „Die Mauer war weg, und plötzlich schien alles möglich. Manchmal wünsche ich mir heute die Stimmung des Aufbruchs zurück“, erinnert sich RK-Vorsitzender Sven Fietkau. Doch auch nach 20 Jahren fällt in Berlin die Bilanz eher positiv aus, selbst wenn einiges mühevoller ist als ursprünglich gehofft.

IMPRESSUM

Herausgeber:
DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU
Tuteur Haus | Charlottenstr. 24
10117 Berlin
Tel: 030 300 65-0
www.familienunternehmer.eu
kontakt@familienunternehmer.eu
www.bju.de, bju@bju.de

Versand:
BFB BestMedia4Berlin GmbH
www.bfb.de
www.gelbseiten.de

Chefredaktion/V.i.S.d.P.:
Heike Dettmar
redaktion@selbstaendig-magazin.de

Kontakt & Anzeigenvertrieb:
selbständig:depesche
c/o die-unternehmensdienstleister.de
Marburger Straße 2
10789 Berlin
www.die-unternehmensdienstleister.de
anzeigen@selbstaendig-magazin.de

Produktion:
bildbau ag neue medien
Posthofstraße 8
14467 Potsdam
Tel.: 0331/50 58 400
www.bildbau.de
welcome@bildbau.de

Initiiert und konzipiert von:
bildbau ag neue medien
www.bildbau.de

tts office support
Telefon, Termine, Sekretariat
zweimal eins werbeagentur alexander stendel
www.zweimal eins.de

Deutsche Bank in Berlin weitet Kreditvolumen für den Mittelstand aus

Krise hinter sich lassen: Unternehmer investieren in Kundenbindung und neue Produkte

Eine bundesweite Umfrage der Deutschen Bank in Kooperation mit den beiden Verbänden Die Jungen Unternehmer (BJU) und Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) hat ergeben, dass die Verbandsmitglieder selbstbewusst und optimistisch in die Zukunft blicken.

92 Prozent der Befragten besinnen sich dabei auf ihren Unternehmergeist und treiben ihre Themen aktiv voran, trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds. 84 Prozent sind der Meinung, dass sie bei ihren unternehmerischen Vorhaben erfolgreich sein werden. Und 64 Prozent der Unternehmerinnen und jungen Unternehmer sind der Meinung, dass sie genug von der Krise gehört hätten, jetzt gelte es, sie hinter sich zu lassen.

Die Umfrage belegt, dass die Unternehmerinnen und jungen Unternehmer dem Sturm trotzen. Sie setzen auf noch intensivere Kundenbindung sowie neue Produkte und Dienstleistungen. Auf dem Weg aus der Krise brauchen sie auch eine Hausbank, die mit Kreditmitteln zur Verfügung steht. Die Deutsche Bank in Berlin hat trotz der Finanzkrise die Kreditvergabe für ihre mittelständischen Kunden erweitert; nämlich

im ersten Halbjahr dieses Jahres um plus 11,7 Prozent gegenüber der ersten Jahreshälfte 2008. Insgesamt hat das Kreditvolumen für den Mittelstand in Berlin per Juni 2009 rund



Frank Tanaka und Harald Eisenach sind regionale Ansprechpartner im Rahmen der Kooperation von ASU, BJU und Deutscher Bank.

1,734 Milliarden Euro betragen. Zudem konnte der Anteil der Kredite, die über öffentliche Förderprogramme finanziert werden, deutlich gesteigert werden.

Um erfolgreich zu sein, setzen die Verbandsmitglieder momentan vor allem auf die drei

folgenden Instrumente der Unternehmensführung: 63 Prozent rücken das Kundenbindungsmanagement ins Zentrum ihres Handelns und investieren in die Kundenbetreuung. 48

Prozent erachten Liquiditätssteuerung als entscheidend. Innovationsmanagement wird von 43 Prozent als wichtig eingestuft.

Sie investieren in neue Produkte, Dienstleistungen und Vertriebswege. Dagegen werden Fusionen und Akquisitionen sowie Outsourcing laut Umfrage jeweils nur von vier Prozent der Unternehmer als wichtig erachtet. Im Rahmen der Umfrage wurden 255 Mitglieder der Jungen

Unternehmer und des Verbands deutscher Unternehmerinnen befragt.

e-Mail-Kontakt:

frank-a.tanaka@db.com oder

harald.eisenach@db.com

Unternehmer informieren über Berufswelt

Am 15. 10. 2009 zeigten Berliner Unternehmer auf der Schülermesse „Fit für die Ausbildung“ in der Zitadelle Spandau, was Unternehmertum bedeutet.

So wurde trotz eisiger Temperaturen in einer offenen Runde angeregt diskutiert, was ein Unternehmer den ganzen Tag so tut und wie man einer werden kann. Unter anderem erzählten David Kastner, Geschäftsführender Gesellschafter der Firma PentaNex, und Hannes Doppler, Gründer der Firma Rotfuchs, von ihrem Werdegang und den zahlreichen Erfahrungen, die sie auf ihrem Weg als Unternehmer gesammelt haben. Darüber hinaus wurde das Projekt „Schüler im Chefsessel“ vom Bezirksbürgermeister Konrad Birkholz (CDU) vorgestellt und gelobt. Mehr Infos zum Bildungsprojekt „Schüler im Chefsessel“ finden Sie hier: <http://www.schueler-im-chefsessel.de>.

Auch Bezirks-Bildungsstadtrat Gerhard Hanke betonte: „Maßnahmen, die dazu dienen, die



Berufs- und Arbeitswelt für Schüler transparent zu machen, unterstütze ich gern.“ So begrüße er es, dass Schülerinnen und Schüler aus Spandau die Gelegenheit bekämen, den unternehmerischen Alltag kennenzulernen.

Volker Karstens, Geschäftsführer der Sozialkulturellen Netzwerke Casa e.V., die die

Zusammenführung von Schülern und Unternehmern maßgeblich unterstützt haben, unterstrich die Bedeutung von beruflichen Praxiserfahrungen während der Schulzeit: „Wir wissen um die Bedeutung der Schnittstelle zwischen Schule und Beruf.“ Im Frühjahr 2010 wird Spandau daher die Aktion wieder unterstützen. Karstens ermunterte alle Anwesenden, sich schon jetzt über die geplanten Aktivitäten zu informieren.

Mehr Informationen zum Thema Berufsorientierung in Spandau finden sich unter: www.casa-ev.de.

K O L U M N E

Fern-Coaching bringt nichts

Von Wolf-Dietrich Groß *



Findige Leute haben – in Analogie zum Fernstudium – das Coaching per Internet erfunden, weil im Netz alles so easy ist. Man kann sich sehen, hören, chatten, und schon wird's konkret. Und kostet deutlich weniger als das aufwändige Zusammentreffen mit dem Coach. So kann man sich zwischen Tür und Angel Ideen, Anregungen und Hilfen holen, ohne den heimischen Schreibtisch verlassen zu müssen.

So weit, so gut – sollte man meinen. Schließlich bedient sich der Coachee modernster Kommunikation, die direkte Begegnung überflüssig macht und eine Menge Zeit spart. Effizienter lässt sich vermutlich kaum lernen.

Ob genau dies tatsächlich gelingt, erscheint jedoch fraglich. Nehmen wir das Beispiel einer Führungskraft im Management eines mittelständischen Unternehmens, dessen Mitarbeiter alle gut ausgebildet und fachlich kompetent sind. Die Kommunikation von einem Arbeitsplatz zum anderen läuft meist über Mails; denn Einzelgespräche bedeuten eine unliebsame Unterbrechung. Auch Konfrontationen sind elektronisch-anonym leichter durchzustehen. Und pflichtgemäßes Schulterklopfen lässt sich per E-Mail in einem Abwasch bei der ganzen Mannschaft abladen. Teamgefühl kommt bei den Einzelkämpfern allerdings nicht auf, Wertschätzung wird vermisst. Statt miteinander wird vielfach aneinander vorbei oder gar gegeneinander gearbeitet. Stress und Angstklima sind die Folge.

Dieser Situation sieht sich die Führungskraft hilflos gegenüber. Ein Coach kann helfen, wenn die wichtigste Voraussetzung erfüllt ist: eine vertrauensvolle Atmosphäre, die stets aus persönlichem Kontakt erwächst. Elektronisch wird sich der Coachee schwer auf den Coach einlassen können. Denn Coaching ist eine sehr individuelle und intime Angelegenheit, die nur von Angesicht zu Angesicht zum Erfolg führen kann. Wer als Führungskraft diesem direkten Kontakt ausweicht, spart zwar Zeit und Kosten, wird aber in seiner Ratlosigkeit stecken bleiben. Schade.

* In dieser Kolumne schreibt Wolf-Dietrich Groß regelmäßig über Coaching. Groß arbeitet als Kommunikationstrainer und Coach in Berlin, E-Mail: wdg@cmi-berlin.de

OPEL: neues Spiel – neues Glück?

Sven Fietkau, Regionalkreisvorsitzender der Jungen Unternehmer, zum Hin und Her bei Opel

General Motors sieht eine Chance, OPEL weiter selbst zu betreiben. Dies wäre doch ein gutes Zeichen, wenn nicht zu befürchten wäre, dass wir Steuerzahler erneut das Risiko tragen sollen. Das unternehmerische Risiko liegt nun wieder da, wo es hingehört – nämlich beim Eigentümer GM. Neue Staatshilfe an GM darf es nicht geben.

Es wäre auch unverständlich, wenn Steuergeld für ein gescheitertes Großunternehmen zur Verfügung stünde, die benötigten Erleichterungen für Arbeitnehmer und Familienunternehmen jedoch nicht finanzierbar wären.



Hier muss die Politik Prioritäten setzen.

Wenn wir, wie zuletzt geplant, 4.500 Mio. Euro für OPEL-Hilfen aufwenden würden, um knapp 30.000 Arbeitsplätze eventuell zu erhalten, wären das ca. 150.000 Euro pro Arbeitsplatz – eine unvorstellbare Summe. Die meisten mittelständischen Unternehmer

könnten mit 150.000 Euro Kapital, wenn es ihnen nicht wegbesteuert würde, mindestens zwei neue, zukunftssichere Arbeitsplätze schaffen. Diese zusätzlichen Arbeitsplätze wären auf viele Familienunternehmen in Deutschland verteilt und damit erheblich nachhaltiger. Wenn unsere Kanzlerin feststellt, die Krise wäre noch nicht vorbei, sollten wir uns für den nachhaltigen Erhalt von Arbeitsplätzen in den vielen kleinen Unternehmen interessieren.

Alles auf eine Karte, auf ein Unternehmen zu setzen, wäre „Kasino-Subventionspolitik“.

Wo bliebe auch die Gleichbehandlung, wenn große Unternehmen eine Vorzugsbehandlung bekämen? Lehrt uns die Banken- und Wirtschaftskrise nicht, dass eine mittelständisch geprägte Wirtschaft stabiler ist als global agierende Großunternehmen? Die Gelegenheit für unsere neue Bundesregierung ist gut, die in Sonntagsreden immer wieder angeführte Mittelstands-Freundlichkeit zu belegen. Ich hoffe sehr, dass unser neuer Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle der Versuchung widersteht und zu seinen ordnungspolitischen Prinzipien steht.

BJU-Mann Niko Böhning wird Design-Professor

BJU-Mitglied und „Past President“ des RK-Berlin Nikolaus Böhning wird Professor für Mediendesign und stellvertretender Studiengangsleiter am MHMK-Campus Berlin.

Nikolaus Böhning ist Gründer und Vorstand der Agentur bildbau ag neue medien, die sich seit 1996 als kreativer Dienstleister für multimediale, interaktive Kommunikation etabliert hat. 2004 gründete der Berliner Unternehmer darüber hinaus das iDoc – Institut für Telemedizin und Gesundheitskommunikation, welches sich auf innovative Kommunikation und Anwendungen im Gesundheitswesen spezialisiert hat.

Nikolaus Böhning initiiert und realisiert regelmäßig Forschungs- und Entwicklungsprojekte, juriert bei Wettbewerben und unterrichtete an der UdK Berlin sowie an der

FH Brandenburg, bevor er Mitte 2009 dem Ruf der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation im Studiengang Mediendesign folgte. Zu den Aufgaben gehört neben der Lehre auch der Aufbau des neuen „Hauptstadt-Campus“ in Berlin.

Alle ASU- und BJU-Unternehmer sind bei Interesse an Kooperationen herzlich eingeladen, als Partner/Initiator für Studentenprojekte und/oder bei freien Jobs oder Praktikumsplätzen sich direkt mit Nikolaus Böhning in Verbindung zu setzen: n.boehning@macromedia.de.



Berlins Traditionsjuwelier

Jens Lorenz zum Unternehmer des Jahres gekürt

Fortsetzung von Seite 1

(Laudatio von Bettina Mützel)

Geboren ist Jens Lorenz am 2. November 1957 in Dortmund. Musik spielt in der Familie schon immer eine sehr große – wie Jens Lorenz sagt – „Nebenrolle“, so dass er mit sechs Jahren an das Klavier herangeführt wird. Anlässlich eines Steinway-Klavierwettbewerbs wird Professor Hans Reichert vom Julius-Stern-Institut auf ihn aufmerksam. Jens Lorenz wird mit knapp neun Jahren zum jüngsten Studenten am Julius-Stern-Institut der staatlichen Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Berlin und ist dort von 1966 bis 1973 mit dem Hauptfach Klavier immatrikuliert. Mit 16 Jahren jedoch hält Jens Lorenz der Doppelbelastung Schule und Musik nicht mehr stand und gibt das Studium des Klavierspiels auf. Nach dem Weggang aus dem Gymnasium erfolgen, da das Berufsbild recht komplex ist und viel Fingerspitzengefühl verlangt, verschiedene berufliche Ausbildungen u.a. zum Gemmologen (Edelsteinfachmann).

1980 stellen sich erste Zweifel im beruflichen Werdegang ein, Jens Lorenz fängt ein Musikstudium an der Musikhochschule in Köln an. Doch er spürt den Druck der zwei Seelen in seiner Brust und entscheidet sich für das Familienunternehmen. 1984 tritt er in das elterliche Familienunternehmen ein und heiratet auch im gleichen Jahr. Er und seine Frau haben heute drei Kinder. Am 9. November 1989 zum Mauerfall findet der offizielle Generationenwechsel bei Juwelier LorenZ statt. Jens Lorenz wird Geschäftsführer.

Niemals in all den Jahren war Welt-Zeit dichter in Lorenz-Zeit eingewoben als an diesem Datum: Ihre Botschaft, ihre Gestalt und ihre Geschichte machen die Berliner Friedensuhr zur ersten Zeitzeugin des 9. November. Die Mauer fällt genau in dem Moment, in dem das Pendel der Uhr „Zeit sprengt alle Mauern“ erstmalig angestoßen wird. Miniatur-Nachbildungen gingen seitdem beispielsweise an Gorbatschow, Reagan und Kohl, aber auch an Mutter Theresa oder Papst Johannes-Paul II. für ihre Verdienste um die Wiedervereinigung und den Weltfrieden. Nach vielen Jahren der Eigeninitiative durch Jens Lorenz wird regelmäßig

eine verkleinerte Form des drei Meter großen und zwei Tonnen schweren Originals vom Berliner Komitee für UNESCO-Arbeit als Preis verliehen. In Jens Lorenz habe ich einen Feingeist gefunden,



der auf der Suche nach dem richtigen Klang ist, dessen Unternehmen klingen muss, damit er sich wohlfühlt. Einen hochbegabten Pianisten, der sich entgegen seiner ursprünglichen Intention, seiner Begabung für die Musik zu folgen, in den Dienst der Familie gestellt hat und sich damit der Verantwortung des Unternehmertums gestellt hat und nun seinen Wunsch nach Wohlklang und



Marcus Volk / Volksmedia

Harmonie auf sein Unternehmen überträgt. Ich habe einen Visionär gefunden, der ein unglaubliches Gespür für die Zeichen der Zeit hat. Aber wie ist nun der Unternehmer Jens Lorenz? Er beeindruckte mich einst mit dem Satz „Ich muss an das Wohl meiner Mitarbeiter denken, hinter jedem Mitarbeiter steht auch eine Familie,

für deren Wohlergehen ich mich verantwortlich fühle.“ Und tatsächlich scheint eine unbeschreibliche Konstanz im Mitarbeiterstamm zu herrschen. Aber das größte Werk, die größte Passion ist die Berliner Friedensuhr. Sie verkörpert alles, wofür Jens Lorenz steht, und ist durch die unglaubliche Parallelität der Ereignisse zu einem unglaublichen Symbol geworden.

Nun zur offiziellen Begründung: Das Produkt: Juwelier Lorenz ist das älteste und traditionsreichste Juweliergeschäft Berlins. Trotz aller Widrigkeiten wird das Unternehmen an fast immer demselben Standort geführt. Das „Produkt“ Juwelier LorenZ entspricht in herausragender Weise unseren Maximen nach Freiheit und Verantwortung und dem Streben nach Nachhaltigkeit. Jede Generation hat das Unternehmen mit der Maßgabe des Wachstums und Fortbestands geführt. Bis heute machen ein einzigartiges Warenangebot und ein einzigartiger Dienst am Kunden zusammen aus, was Lorenz heute ist: einzigartig – aus Tradition. Juwelier LorenZ ist in den Köpfen ein fester Begriff für Qualität und Dienstleistung. Es ist gelungen, eine ganz eigene Atmosphäre zu schaffen. Nie ein lautes Wort, nie das Gefühl von Stress. Lorenz nimmt sich Zeit für seine Kunden. Fünf Lorenzgenerationen haben sich seit 135 Jahren durch nichts von ihrem Familienunternehmen trennen lassen.

Und so zählt Lorenz heute zu den angesehensten Feinuhmachern und Juwelieren Berlins. Ein Unternehmer, wie er ein besseres Vorbild nicht sein könnte. Wir sind stolz, dass Jens Lorenz unseren Preis angenommen hat und wünschen ihm und uns noch viele Visionen.