ZEITEN
WENDE
Alles bleibt anders.

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2020 war für uns alle ein außergewöhnliches – eines, das weltweit Menschen, Unternehmen und Staaten in Krisen gestürzt oder zumindest vor große Herausforderungen gestellt hat. Wir wissen bis heute nicht, wann und wie die Corona-Pandemie ausgestanden sein wird. Der Jahreswechsel ist allerdings ein guter Zeitpunkt, um auf die Dinge zurückzuschauen, die in der Krise gut funktioniert haben, und gleichzeitig nach vorne zu blicken und Lehren aus den Ereignissen der letzten Monate zu ziehen.

Deshalb haben wir unser RP-Forum „Zeitenwende“ genannt und in der Vorweihnachtszeit Persönlichkeiten auf die Bühne geholt, die in ihren jeweiligen Branchen für Kompetenz und Weitblick stehen. Sieben Expertenrunden haben wir per Video dokumentiert, auf Seite 6 und 7 lesen Sie die Zusammenfassung dieser Gespräche und finden dort auch die Links zu den Videos. Diskutiert haben wir über Wandel, Gastronomie, Immobilien, Finanzen, Bildung, Kultur und Kunst. Wir meinen: Es sind kurzweilige, interessante Gesprächsrunden geworden, die uns nachdenklich machen, aber auch Zuversicht vermitteln.

Denn eines zeigt die Corona-Pandemie: Wohlstand und Gesundheit sind nicht selbstverständlich. Gleichzeitig fragen sich viele Menschen, wie die Zukunft nach Corona sein wird. Wie werden etwa unsere Innenstädte in Zukunft aussehen? Muss die Digitalisierung noch schneller vorangebracht werden? Wie verändert sich unsere Arbeit, wenn Home Office zum neuen Standard wird? Was muss in der Bildungspolitik geschehen?

Kein Zweifel, diese Pandemie beschleunigt nachhaltige Veränderungen, aber sie hat zudem gezeigt: Mut, Zusammenhalt, schnelles Handeln, gute Ideen und Innovationen motivieren die Menschen, ihre Zukunft weiterhin selbst zu gestalten.

Unser RP-Forum „Zeitenwende“ ist daher eine hilfreiche und gleichsam unterhaltsame Plattform. Lassen Sie die Ideen und Gedanken auf sich wirken – und bleiben Sie gesund!

Ihr

Hans Peter Bork
Geschäftsführer
Rheinische Post
Verlagsgesellschaft

Matthias Körner
Geschäftsführer
Rheinische Post
Verlagsgesellschaft

das Jahresende bedeutet zwar keine Zeitenwende, aber in aller Regel bietet der Jahreswechsel die passende Gelegenheit, einen Moment innezuhalten, zurückzuschauen und einen Blick auf das Kommende zu wagen. 2020 gilt dies noch viel mehr: Das Jahr war außergewöhnlich und natürlich vor allem von Corona bestimmt. Wir können hoffen, dass die Wende allmählich kommt, die beginnenden Impfungen und der Lockdown zu helfen vermögen. Aber das Virus und alle Herausforderungen, die es mit sich bringt, werden uns wohl noch lange begleiten und weit ins neue Jahr hinein fordern.

Gerade jetzt, in den besinnlichen Tagen – die diesmal noch stiller sind als gewöhnlich –, sollten wir an alle denken, die große Herausforderungen zu bewältigen haben, vielleicht größere als man selbst: Die berufliche und existenzielle Sorgen haben. Die an Corona erkrankt sind. Und – ganz besonders – an diejenigen, die um ihre Angehörigen trauern.

Wir können dennoch dankbar sein, für das, was diese Zeit auch hervorgebracht hat: Zusammengehörigkeitsgefühl und ein starkes Miteinander – und das wunderbarerweise trotz aller Distanz. In Düsseldorf hat sich die Bürgerschaft hilfsbereit, rücksichtsvoll und solidarisch gezeigt.

Das RP-Forum „Zeitenwende“ gibt den unterschiedlichen Sichtweisen auf die Pandemie Raum und bringt Stimmen aus verschiedenen gesellschaftlichen Feldern zusammen. Vielfach wird Außerordentliches geleistet, um Wege aus der Krise zu finden. Es ist beeindruckend, wie kreativ die Bürgerinnen und Bürger in diesen Zeiten sind und alles in allem zuversichtlich bleiben.

Auch Ihnen wünsche ich Optimismus, Kraft und ganz besonders Gesundheit für 2021!

Ihr

Dr. Stephan Keller
Oberbürgermeister der
Landeshauptstadt Düsseldorf

www.bahners-schmitz.com
www.caspar.archi
www.castenow.de
www.donner-reuschel.de
www.ey.com/de
www.lebox.the-g-group.de
www.geuer-geuer-art.de
www.hausundgrundddf.de
www.jll.de
www.wohnraum.ag
www.piepenburg.legal
www.preventicum.de
www.rudas-studios.com
www.schwan-restaurant.de
www.waterisright.org
www.sos-kinderdoerfer.de
www.sskduesseldorf.de
www.tonhalle.de
www.walserprivatbank.com/nordrhein-westfalen
www.organicgarden.de

Impressum

Verlag:
Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Zülpicher Straße 10,
40196 Düsseldorf
Geschäftsführer: Johannes Werle, Patrick Ludwig, Hans Peter Bork, Matthias Körner (verantwortl. Anzeigen)

extra Zeitenwende

Druck:
Rheinisch-Bergische Druckerei GmbH, Zülpicher Straße 10,
40196 Düsseldorf
Anzeigen:
Leitung Finanz- und Wirtschafts-Extras: Pia Kemper,
Rheinische Post Medien GmbH,
0211 505-2054, E-Mail: pia.kemper@rheinische-post.de

Redaktion:
Rheinland Presse Service GmbH, Monschauer Straße 1,
40549 Düsseldorf, José Macias (verantwortlich), Jörg Mehl, Mario Emonds, Jürgen Grosche, Patrick Jansen, Christian Hensen, Deniz Karius
Mitarbeit: Anja Kühner, Prof. Dr. Patrick Peters
Fotos: Alois Müller (RP-Forum), Firmen, Gettyimages; Titelfoto: Castenow
Kontakt: 0211 528018-0, redaktion@rheinland-presse.de

WENN ALLE IHR BESTES GEBEN

Ein Jahr geht zu Ende, das alle extrem herausgefordert hat – auch die Stadtsparkasse Düsseldorf. Die Mitarbeiter gaben alles, ihre Privat- und Geschäftskunden zu unterstützen. Nun blicken sie nach vorn, und die Themen der Zukunft zeichnen sich bereits deutlich ab.

Die Pandemie hat im abgelaufenen Jahr auch die Stadtsparkasse Düsseldorf herausgefordert. Die Mitarbeiter unterstützten Privat- und Geschäftskunden dabei, gut durch die Krise zu kommen.

Karin-Brigitte Göbel
VORSTANDSVORSITZENDE DER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF

Als führendes Regionalinstitut ist die Stadtsparkasse Düsseldorf ihren Kunden in der Region besonders verbunden – Privatkunden ebenso wie Unternehmen. Unter ihnen finden sich viele Mittelständler, die in Folge der Krise dringend auf Unterstützung angewiesen waren und sind. „Allein bis Ende Juli sind im Soforthilfeprogramm bei rund 800 Anträgen über 145 Millionen Euro geflossen“, erklärt Karin-Brigitte Göbel, Vorstandsvorsitzende der Stadtsparkasse Düsseldorf.

Die Mitarbeiter des Geldinstitutes unterstützten in diesem Jahr von Beginn der Krise an die Unternehmen mit dem Einsatz aller ihrer Kräfte. Insbesondere bei der Weiterleitung der staatlichen Hilfskredite waren ihre Leistungen gefordert. Ein Beispiel aus den ersten Tagen, das Karin-Brigitte Göbel noch heute vor Augen hat: „In der Taskforce Coronahilfe der Stadtsparkasse Düsseldorf entwickelten 60 Mitarbeitende in 59 Stunden eine digitale Antragstrecke und bereits nach 99 Stunden konnten die ersten Auszahlungen auf die Kundenkonten erfolgen.“

In der zweiten Jahreshälfte ließ die hohe Dynamik bei der Beantragung zwar etwas nach – Stand November: 1100 Anträge mit 310 Millionen Euro –, aber wie der aktuelle Lockdown zeigt, wird sich zukünftig zusätzlich die Frage nach einer schnellen Rekapitalisierung der Unternehmen stellen.

„Es gab und gibt keine Blaupausen für die richtige Vorgehensweise in einer derartigen Pandemie“, sagt die Vorstandsvorsitzende. „Wir haben in Windeseile die technischen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen und haben aus eigenen Mitteln die KfW-Kredite über Kontokorrent bevorschusst. Dies hat sehr gut funktioniert und die regionale Wirtschaft hat nach dem Lockdown schnell wieder Tritt gefasst. Jetzt, in der zweiten Phase sind wir vorbereitet, um unsere Kunden zu unterstützen.“

„Die Überbrückungshilfen II und III sowie die November-Hilfen sind aber keine eigentlichen Bankthemen“, erklärt Karin-Brigitte Göbel. „Die Anträge laufen über öffentliche Stellen.“

Die Pandemie betrifft ja alle – Unternehmen, aber, wie man jetzt im Lockdown wieder spürt, auch alle Menschen in ihrem privaten Umfeld. Kontaktvermeidung ist das Gebot der Stunde. Die Stadtsparkasse Düsseldorf trägt auch hier dazu bei, dass die Bürger ihre alltäglichen Dinge regeln können: Über die Sparkassen-App, die mediale Filiale oder das Online-Banking sind alle Bankangelegenheiten komfortabel von zu Hause aus zu erledigen. Immer häufiger sind Einkäufe kontaktlos bezahlbar. Dies wird von Kunden sehr geschätzt und die Initiativen werden gewürdigt.

Zeitenwende – der Jahreswechsel lädt nicht nur zum Rückblick ein, sondern auch dazu, Erwartungen für das neue Jahr zu formulieren. „Ein Hauptfaktor, der bleibt, ist der digitale Quantensprung“, beschreibt Karin-Brigitte Göbel eine Wirkung der Krise. Auch die Produktwelt der Banken werde immer digitaler. Nicht nur, aber insbesondere junge Kunden erledigen alles online. Dies wirkt sich auf die Angebote der Sparkasse aus: Sicheres Einkaufen per Klick, App-basierte Helfer im Alltag und leicht verständliche Beratungslösungen für die eigene Finanzplanung und Anlageberatung wie zum Beispiel Fyndus werden den Trend zum Multi-Banking weiter beschleunigen, prognostiziert die Finanzexpertin.

Nicht nur wegen Corona sind also die Besuchszahlen in Filialen rückläufig. Die Sparkasse betrachtet dieses Thema allerdings sehr differenziert. „Bei Privatkunden“, erklärt Karin-Brigitte Göbel die Herausforderung für das öffentlich-rechtliche Institut, „sind wir für die Digital Natives, also die jungen Menschen, die in der digitalen Welt aufwachsen, genauso da wie für die Bürger, die mit einer langen Lebenserfahrung auf vertraute Ansprechpartner und Strukturen setzen.“ Damit stellt die Vorstandsvorsitzende auch eines klar: „Filialen gehören zur DNA der Sparkassen – daran soll und wird sich so schnell nichts ändern, selbst wenn die digitalen Kanäle schon wesentlich intensiver genutzt werden als die analogen.“

Wie geht Karin-Brigitte Göbel, Vorstandsvorsitzende einer der größten Sparkassen Deutschlands, persönlich mit dieser außergewöhnlichen Lage um? Was bewegt sie in diesen Tagen? Wie hat sie das zurückliegende Jahr erlebt? „Persönlich habe ich mich über jede gute Nachricht aus dem Kreis der Familie, der Freunde, Geschäftspartner sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefreut“, sagt sie im Rückblick. Und: „Uns geht es gut, ich bin gesund. Das ist schon ein großes Glück.“ Begeistert war sie davon, „wie gut wir teamübergreifend gearbeitet haben, um diese Krise beherrschbarer zu machen: Mit größtmöglichem Einsatz wurden Hygienekonzepte flächendeckend umgesetzt, digitale Lösungen in Rekordzeit auf den Weg gebracht, Arbeitsplätze ins Mobile Office verlegt, tausende Kunden angerufen, um zu fragen, wie wir helfen können.“

Eine Pandemie macht mit Blick auf besondere Zukunftswünsche bescheiden. „Gesund bleiben – das ist das Wichtigste“, sagt Karin-Brigitte Göbel, „der Rest kommt von selbst. Und wenn alle weiter ihr Bestes geben, werden wir irgendwann darauf zurückblicken und mit den Ergebnissen zufrieden sein.“ Immerhin – damit wäre ja in der Tat schon viel erreicht.

»Gesund bleiben – das ist das Wichtigste

Beim RP-Forum Zeitenwende, das aufgrund der Corona-Schutzmaßnahmen nur in Form von Video-Runden stattfinden konnte, diskutierte Karin-Brigitte Göbel mit Vertretern der Wirtschaft und der Stadt über die Auswirkungen der Krise und die Perspektiven für die Zukunft.

ZUKUNFT: „ICH BIN OPTIMISTISCH“

Die größten Investmentfehler passieren in Zeiten großer Marktschwankungen, wenn Emotionen die Oberhand gewinnen, betont Gregor Neuhäuser von der Walser Privatbank. Daher habe sich die Bank als Partner für Mandanten positioniert, die in der Geldanlage längerfristig nach vorne schauen.

Nach dem Covid-Jahr stehen 2021 die Zeichen auf neues Wachstum. Anleger können sich schon jetzt dafür positionieren.

» Aktien bleiben für langfristig orientierte Investoren unverzichtbar

Es war ein Jahr wie kaum ein anderes: 2020 wird nicht nur als Jahr der globalen Corona-Pandemie mit vielen Toten und schweren Krankheitsverläufen in Erinnerung bleiben, sondern auch als das historisch nie gesehener Kursverläufe an den Börsen. Bei Ausbruch der ersten Welle im März haben die internationalen Indizes in rasanter Geschwindigkeit bis zu 40 Prozent an Wert verloren, die Verzweiflung war groß. Mitte Dezember dann ein anderes Bild: Die US-Leitindizes Dow Jones und Nasdaq stehen deutlich über ihren früheren historischen Höchstständen, und auch der Dax hat sich in Richtung Spitze zurückgekämpft. Es fehlen (trotz des harten Lockdowns) nur wenige Prozent, um die Marke von 13.800 Punkten zu erreichen.

Gregor Neuhäuser sieht diese Entwicklungen entspannt. „Natürlich sind Verluste immer ärgerlich. Aber das Jahr hat einmal mehr gezeigt, dass sich die Börsen auch nach einem Crash schnell wieder regenerieren können. Wer über das Frühjahr hinweg investiert geblieben ist, sollte nun alle Verluste ausgeglichen haben. Und wer bei den niedrigen Kursen sogar zugekauft hat, liegt jetzt in der Regel deutlich im Plus“, sagt Gregor Neuhäuser, Niederlassungsleiter der österreichischen Walser Privatbank in Düsseldorf und damit verantwortlich für das Geschäft in der Region.

Das Haus aus dem Kleinwalsertal wurde 1894 als „Spar- und Darlehenskassenverein“ gegründet und hat genossenschaftliche Wurzeln. Unternehmerische Entscheidungen müssen nicht von Dividendenerwägungen abhängig gemacht werden. Darüber hinaus fühlt sich die Bank insbesondere ihrer Heimat, dem Kleinwalsertal, verpflichtet, fördert unter anderem aber auch kulturelle und soziale Projekte an ihren deutschen Standorten. Zu ihren Aktivitäten zählten unter anderem bereits ein Engagement beim Kinderhospiz St. Nikolaus in Bad Grönenbach, beim Kinderhilfezentrum Düsseldorf oder der Stuttgarter Olgäle-Stiftung für das kranke Kind.

„Zu jeder Zeit konsequent investiert zu sein, entspricht ohnehin unserer Philosophie. Die größten Fehler passieren in Zeiten großer Marktschwankungen, wenn Emotionen die Oberhand gewinnen. Unser gemeinsames Ziel ist es, Fehlentscheidungen zu vermeiden und das Portfolio an veränderte Situationen gegebenenfalls anzupassen. Und weil Zeit der wichtigste Verbündete jedes Anlegers ist, bleiben Aktien für langfristig orientierte Investoren unverzichtbar“, betont Gregor Neuhäuser. Diese Strategie sei künftig noch wichtiger als bislang. Die Zinsen würden in den kommenden Jahren auf dem Niveau von Null bleiben, eine möglicherweise steigende Inflation und flächendeckende Gebühren für Bankeinlagen können liquide Vermögen im Wert schädigen.

Daher habe sich die Walser Privatbank als Partner für Mandanten positioniert, die in der Geldanlage längerfristig nach vorne schauen und die deshalb bei kurzfristigen Ausschlägen nach unten nicht sonderlich nervös würden. „Wir gehen grundsätzlich strategisch vor und bevorzugen Investments in stabile, substanzstarke Unternehmen, bei denen wir das Marktumfeld positiv einschätzen. Dafür beobachten wir weltweit Trends und Entwicklungen und analysieren kontinuierlich, in welchen Märkten und Branchen sich die größten Chancen bei einer entsprechenden Zukunftsorientierung ergeben könnten.“

Apropos Zukunftsorientierung: Der Blick aufs kommende Jahr und damit auch auf weitere interessante Investmentmöglichkeiten ist natürlich von der Hoffnung auf den Sieg über die Corona-Pandemie durch die weltweiten Impfmaßnahmen geprägt. Gregor Neuhäuser ist der Überzeugung, dass die Pandemie ihren Schrecken deutlich verlieren und ab Herbst 2021 unsere bisher gekannte Normalität weitgehend wieder einkehren werde. Auch dies habe die Wertsteigerungen an den Börsen hervorgerufen. Die Aussichten seien positiv: „Viele Experten gehen davon aus, dass der Dax Ende 2021 bei weit mehr als 14.000 Punkten stehen könnte. Dieser Haltung schließen wir uns an und konzentrieren uns daher auf aussichtsreiche Aktieninvestments in unserer Anlagestrategie.“

Daneben sei es allerdings wichtig, die vielfältigen sonstigen Herausforderungen der Menschheit nicht zu vergessen. Die Corona-Pandemie wird gehen, aber Megathemen wie Klimawandel und Digitalisierung bleiben und damit Fragen nach der Mobilität der Zukunft, der Weiterentwicklung unserer Städte und der Künstlichen Intelligenz. Daraus leitet sich laut dem Niederlassungsleiter eine Kernfrage ab: „Werden Wirtschaft und Gesellschaft wie gewohnt ‚funktionieren‘ – oder bahnen sich einschneidende Veränderungen an? Ich bin zuversichtlich, dass wir eine positive Weiterentwicklung in beiden sehen werden. Die sogenannte Disruption in bestimmten Bereichen mag kommen. Aber wir sehen dem durchaus gelassen entgegen und freuen uns darauf, mit neuen, innovativen Entwicklungen neue Erfolge zu feiern.“

Die Walser Privatbank ist dabei, sich für künftige Herausforderungen aufzustellen. „Vermögende Privatpersonen und Unternehmer wünschen sich einen Vermögensmanager, der mit sämtlichen Anlageinstrumenten erfolgreich umgehen und sie dabei unterstützen kann. Gerade in Zeiten gravierender Veränderungen ist es essenziell, bei Vermögensfragen ruhig und souverän zu bleiben. Unsere auf Werterhalt ausgerichteten Depotzusammenstellungen haben sich bisher gut bewährt, und es hat sich gezeigt, wie richtig es war, unkalkulierbare Risiken möglichst zu vermeiden.“

Gregor Neuhäuser
NIEDERLASSUNGSLEITER DER WALSER PRIVATBANK IN DÜSSELDORF

In spektakulärer Strandlage Düsseldorfs und einer der begehrtesten Bürolagen Deutschlands wurde das Bürogebäude The Beach realisiert. Auf 2500 Quadratmetern entstanden sieben Mieteinheiten im obersten Bürosegment.

Die Städte und Kommunen stehen vor einem tiefgreifenden strukturellen Wandel. Der kann nur gelingen, wenn alle Akteure an einem Strang ziehen. Vor allem die Immobilienbranche ist gefordert, sagt der Düsseldorfer Projektentwickler Andreas Bahners.

Andreas Bahners
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
DER BAHNERS & SCHMITZ GMBH

„WIR STEHEN IN DER VERANTWORTUNG"

Leer stehende Ladenlokale, geschlossene Restaurants, triste Schaufenster. Selbst große Metropolen muten seit Wochen wie Geisterstädte an. Und schon vor der weltweiten Pandemie klagten viele kleine und auch große Kommunen über Ladenschließungen und Kneipensterben. Selbst kleinere Kinos haben die Lichter ausgeknippst und Videotheken, lange Zeit Frequenzbringer in den Innenstädten, gehören schon länger der Vergangenheit an. „Corona ist Beschleuniger der Situation, aber nicht der Auslöser", betont Andreas Bahners, Geschäftsführender Gesellschafter der Düsseldorfer Projektentwicklungsgesellschaft Bahners & Schmitz GmbH. Wie viele seiner Kollegen sieht auch er vor allem das veränderte Käuferverhalten und den Onlinehandel als Treiber dieser Entwicklung. Wo Menschen ihre Hosen und Schuhe im Netz kaufen, die neuesten Filme online streamen und sich sogar Lebensmittel übers Internet bestellen, da veröden die traditionellen Geschäfte vor Ort ganz zwangsläufig. „Der Siegeszug des Online-Shoppings wird eine gesellschaftliche Aufgabe für uns alle. Die zentrale Frage lautet: Wie halten wir die Innenstädte attraktiv?", sagt Bahners und betont: „Starke Städte zu haben, ist etwas, wofür es sich zu kämpfen lohnt."

Für den Immobilienexperten ist klar, dass viele Einzelhändler die Entwicklung unterschätzt und lange nur zugeschaut haben, statt neue Ideen zu entwickeln. Der Einzelhandel dürfe nicht nur „Showroom" sein, sondern müsse ein Einkaufserlebnis schaffen, den Computer und Smartphone nicht bieten können. Auch dem Preiswettbewerb müssten sich die Händler stellen. Hier sieht er auch die Politik in der Pflicht, den großen Onlinehändlern Grenzen aufzuzeigen. „Wenn der Verbraucher einfach alles wieder zurückschicken kann, produziert das immense Mengen an Müll und Kosten", nennt er ein Beispiel, wo Regulierung sinnvoll wäre. „Vor allem mit Blick auf die Nachhaltigkeit einer Stadt", sagt er.

Für Bahners ist Einkaufen aber nur einer kleines Puzzleteil, das eine lebendige Stadt ausmacht. Weitere seien: mehr Grünflächen, eine hohe Aufenthaltsqualität, ein größeres Angebot an Gastronomie und Kultureinrichtungen und eine Architektur, die sich den Menschen öffnet, sie einlädt, statt sie zu verschrecken. Bahners betont mit Blick auf seine eigene Zunft: „Wir müssen eine gesellschaftliche Verantwortung übernehmen." Immobilienakteure seien längst nicht nur Kapitalisten auf der Suche nach Gewinnmaximierung. Im Gegenteil: „Die Menschen wollen sich den Stadtraum zurückerobern und wir müssen sie dabei unterstützen", findet er. Der Vater dreier kleiner Kinder stellt sich selbst die Frage: „Wie kriegt man es hin, dass die Menschen, die Häuser bauen, ihre Rendite etwas reduzieren zugunsten einer gesellschaftlichen Rendite?"

Die Düsseldorfer Projektentwickler Bahners & Schmitz revitalisieren Bürowelten im Bestandsbau mit einem Höchstmaß an Innovation, Design und eben auch sozialem Gewissen und entwickeln neue Gebäude. Aus ihrer „Feder" stammen unter anderem das Lofthouse (Hugo Viehoff Straße 86), das „The Beach" (Bremer Strasse 67) oder das imposante Seasons Office (Mörsenbroicher Weg 200). Alle Projekte zeichnet eine exklusive, ansprechende Architektur aus, die mit tristem Büroalltag nichts mehr zu tun hat.

Ihr Ziel: den Menschen abzuholen, ihn mit seiner Umgebung zu versöhnen. Mit den kargen, weißen Betonwürfeln im Bauhausstil, wie man sie neuerdings überall findet, gelinge das jedenfalls nicht. „Wir wissen aus Studien, dass die Art der Gebäudearchitektur das Stresslevel der Menschen beeinflusst", erklärt Bahners. „Die Jugendstilfassaden in Oberkassel haben eine deutlich positivere Wirkung auf die Menschen als hundert Meter lange kasernenartige, uniforme Fassaden der Neubausiedlungen. Sie senken das Stresslevel und wirken entspannender", weiß der Experte und folgert daraus: „Gebäude stehen in der Regel 80 oder sogar 100 Jahre an derselben Stelle. Wir haben einfach eine Verantwortung gegenüber dem Stadtbild. Hinzu kommt heute der Anspruch, CO2-neutral zu bauen und für ein gutes Raumklima zu sorgen, wozu auch die Akustik zählt." Angesichts stetig steigender Preise sei es nicht einfach, „alles unter einen Hut" zu bringen. Preistreiber seien vor allem die hohen Grundstückskosten. Und die Marge der Projektentwickler sei nicht in gleichem Maß gestiegen. Hinzu kämen Bauvorschriften, die es immer schwerer machten, Projekte ohne Verzögerungen und Kostensteigerungen zu realisieren.

Und wie wird sich die Krise langfristig auf den Büromarkt auswirken?
Andreas Bahners ist überzeugt, dass Büroimmobilien trotz vermehrtem Homeoffice gefragt bleiben werden. „Am Ende brauchen die Menschen Gemeinschaft, sie wollen sich mit ihren Kollegen austauschen, auch mal über private Dinge." Er geht schon davon aus, dass insgesamt weniger Fläche benötigt werde, im Gegenzug könnte der Wohnflächenbedarf wieder steigen. Fest steht für ihn – und das gilt auch fürs Bauen in der Stadt: „Flexibilität bei der Planung von neuen Gebäuden wird immer wichtiger werden." Denn nur so reagiere man auf den rasanten Wandel im Nutzungsverhalten. Die Belange der Gesellschaft hätten hier immer oberste Priorität.

Das beweist Andreas Bahners nicht zuletzt durch sein ganz persönliches Engagement. So ist er nicht nur 1. Chef des St. Sebastianus Schützenvereins Düsseldorf-Heerdt und des Fördervereins der katholischen Grundschule sowie stellvertretender Vorsitzender des Kirchenvorstandes St. Antonius und Benediktus. Vor zwei Jahren gründete er überdies gemeinsam mit seiner Frau Anja die „Stiftung für Heerdt", um gemeinnützige Projekte zu unterstützen und das Gemeinschaftsgefühl im Düsseldorfer Stadtteil zu stärken. „Ich finde unsere Arbeit wichtig, damit Menschen vor Ort einen Anker haben in einer schneller gewordenen Gesellschaft."

DER STARRE SCHREIBTISCH HAT AUSGEDIENT

Marcel Abel
GESCHÄFTSFÜHRENDER DIREKTOR BEI
JONES LANG LASALLE SE

Es geht doch: Vor der Krise haben etwa 40 Prozent der Deutschen gelegentlich im Homeoffice gearbeitet, heute sind es 61 Prozent. Wir sparen uns den Weg zur Arbeit und unsinnige Dienstreisen gleich dazu. Dass sich Arbeiten auch in Zukunft flexibler organisieren lässt, davon ist auch Marcel Abel überzeugt. Der Geschäftsführende Direktor des weltweit agierenden Maklerbüros Jones Lang LaSalle SE Deutschland und sein Team beschäftigen sich seit März intensiv mit diesem Thema. Zwei entscheidende Schlüssel für die Zukunft umschreibt er mit den Begriffen „Multilocations" und „Responsible Buildings". Was steckt dahinter?

„Wir müssen unsere Arbeitsmodelle umstellen. Multilocations bedeuten, dass Menschen nicht mehr ortsgebunden im Büro arbeiten, sondern von überall aus", sagt Abel. Das werde langfristig sogar den öffentlichen Raum verändern (Stichwort WLAN in Parks). Der klassische Schreibtisch selbst werde künftig vom Prinzip Desk-Sharing transformiert, will heißen: Zwei Mitarbeiter oder mehr teilen sich einen Arbeitsplatz. Abel prognostiziert: „Es wird künftig neben Zentral- und Citybüros auch Landbüros geben, die sich in der Nähe der Wohnorte der Mitarbeiter befinden und die der Arbeitgeber relativ schnell zur Verfügung stellen kann." Das Büro selbst werde jedoch nicht aussterben, ist sich der Experte sicher. „Menschen lieben Menschen. Wir wollen einfach nicht auf soziale Kontakte und den Austausch verzichten. Auch das hat die Pandemie gezeigt."

Für Marcel Abel, der auch Mitglied im Gutachterausschuss der Stadt Düsseldorf und Handelsrichter ist, wird sich auch die Rolle der Gebäude wandeln, sie werden funktionell, ja übernehmen sogar eine Form gesellschaftlicher Verantwortung. „Responsible Buildings werden das Stadtbild prägen, weil sie den Nachhaltigkeitsgedanken fortsetzen, also Umwelt- und vor allem das Sozialbewusstsein berücksichtigen." So können die Gebäude durch intelligente Heiz- und Stromsystem helfen, CO_2 einzusparen, für intelligente Verschattung sorgen, oder über den Gemüsegarten auf dem Dach sogar Lebensmittel produzieren (Urban Farming). Eine digitale Bauakte könnte ferner dazu beitragen, die Baumaterialien aller städtischen Gebäude besser zu dokumentieren und effizienter zu nutzen.

„Die Stadt Düsseldorf", das steht für Abel außer Frage, „ist für diese Transformation bestens gewappnet". Sie vereint Grün, Kultur und Urbanität und geht mit neuen Projekten wie zum Beispiel dem Blau-Grünen Ring neue Wege. Nicht umsonst wurde 2019 die Geschäftsstelle Nachhaltigkeit gegründet mit dem klaren Ziel, bis 2035 klimaneutral zu werden. Abel plädiert in dem Zusammenhang auch für einen Masterplan Infrastruktur, der die innerstädtische Mobilität, aber auch die Anbindung an die umliegenden Städte und Gemeinden verbessert. „Wir haben als Stadt tolle Voraussetzungen, jetzt müssen wir sie nutzen."

Zeitenwende

WIE CORONA UNS UND DIE GESELLSCHAFT VERÄNDERT

Zum Jahreswechsel startet das RP-Forum ein ganz besonderes Format: „Zeitenwende" bringt Persönlichkeiten in sieben Gesprächsrunden zu verschiedenen Themen zusammen – als Hybridveranstaltung. In den Rudas-Filmstudios im Düsseldorfer Hafen wurde das Event per Video aufgezeichnet, auf dieser Seite sind wesentliche Aussagen zusammengefasst, alle Videos sind erlebbar unter: www.rp-forum.de/zeitenwende.

Sieben Gesprächsrunden: Die Teilnehmer

Wandel

Dr. Stephan Keller
Oberbürgermeister
Stadt Düsseldorf

Moderation:
Christopher
P. Peterka
gannaca GmbH

Hans Peter Bork
Geschäftsführer
Rheinische Post
Verlagsgesellschaft

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende

Matthias Körner
Geschäftsführer
Rheinische Post
Verlagsgesellschaft

Immobilien

Dr. Stephan Keller
Oberbürgermeister
Stadt Düsseldorf

Moderation:
Christopher
P. Peterka
gannaca GmbH

Marc Abel
Geschäftsführender Direktor Jones
Lang LaSalle SE

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/immobilien

Andreas Bahners
Geschäftsführender Gesellschafter
Bahners & Schmitz
GmbH

Caspar Schmitz-Morkramer
Geschäftsführender Gesellschafter caspar.schmitz-morkramer GmbH

Finanzen

Dr. Stephan Keller
Oberbürgermeister
Stadt Düsseldorf

Moderation:
Hans Peter Bork
Geschäftsführer
Rheinische Post
Verlagsgesellschaft

Karin-Brigitte
Göbel
Vorstandsvorsitzende
Stadtsparkasse Düsseldorf

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/finanzen

Gregor Neuhäuser
Niederlassungsleiter Walser Privatbank AG, Düsseldorf und Stuttgart

Prof. Dr. Sven-Joachim
Otto
Rechtsanwalt, Partner Ernst & Young
GmbH

Bildung

Petra Horn
Vorstand SOS
Kinderdörfer
weltweit

Pia Kemper
Leiterin Rheinische
Post Forum

Dr. Kristina
Schröder
Ehemalige Bundestagsabgeordnete und Bundesministerin für Familie
(per Video zugeschaltet)

Moderation:
Christopher
P. Peterka
gannaca GmbH

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/bildung

Dr. Markus
Steinhauser
Aufsichtsrat
Organic Garden AG
(per Video zugeschaltet)

Runde 1: Wandel

In der Auftaktrunde sprechen Düsseldorfs neuer Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller und Hans Peter Bork sowie Matthias Körner (beide Geschäftsführer Rheinische Post) über die Veränderungen nach Corona. Keller ist davon überzeugt, dass „Corona Entwicklungen beschleunigt, hier kommt uns vor allem Digitalisierung in den Sinn. Allein das Format, das wir heute Abend hier machen, ist ein Zeichen des Wandels. Wir haben vieles in der Krise gelernt, vor allem müssen wir als Gesellschaft mehr Vorsorge treffen für Krisensituationen, um besser vorbereitet zu sein."

„Ich weiß nicht, ob ich so weit gehen würde, von einem grundlegenden gesellschaftlichen Wandel zu sprechen, aber Corona wird die Gesellschaft verändern. Seit dem Ende des kalten Krieges haben wir uns daran gewöhnt, dass es kaum noch echte Krisen gibt – wir sind eines Besseren belehrt worden."

Gleichzeitig weist das Stadtoberhaupt auf dramatische Situationen hin: „Es gibt Vereinsamungstendenzen, manche Menschen sind komplett von ihrem sozialen Umfeld abgeschnitten. Das betrifft nicht nur ältere Menschen, so ist etwa bei Kindern und Jugendlichen der Medienkonsum stark gestiegen, weil sie wenig Gelegenheiten haben, einem normalen Freizeitverhalten nachzugehen."

Matthias Körner (Rheinische Post) bestätigt, dass seit März eine extrem hohe Nachfrage nach Medieninhalten zu verzeichnen ist. „Das betrifft auch den klassischen Bereich der gedruckten Tageszeitung, überraschenderweise, das hatten wir nicht erwartet. Gleichzeitig ist die digitale Nutzung extrem gestiegen, so haben wir viele neue Nutzer mit unseren Paid-Content-Angeboten gewinnen können: In der Krise sind vertraute und verlässliche regionale Medien gefragt."

Wie die gesamte Medienbranche musste allerdings auch die Rheinische Post bei der Werbevermarktung Rückgänge verkraften, insbesondere bei Veranstaltungen. „Es ist jedoch bemerkenswert, mit welcher Tatkraft, Ideen und unternehmerischem Mut die Dinge vorangebracht wurden. Ein Format wie dieses wäre vor einigen Monaten nicht denkbar gewesen."

Hans Peter Bork (Rheinische Post) verweist darauf, wie die Digitalisierung immer stärker unser Leben bestimmt: „Unternehmen, die heute keinen Online-Kanal haben, sind nachhaltig verloren. Das wird durch die Krise verstärkt. Wer kein mobiles Arbeiten ermöglicht, hat ein Riesenproblem. Viele Unternehmen haben das in rasanter Geschwindigkeit geschafft, wir gehören auch dazu. Wir hätten es nicht für möglich gehalten, dass auf einen Schlag tausende von Mitarbeitern von Zuhause arbeiten können."

Gleichzeitig spricht Bork von einem Weckruf. „Was ist jetzt anders als vorher, wird das Alte wiederkommen oder müssen wir uns auf etwas Neues einstellen? Die Politik muss darüber nachdenken, wie Innenstädte in Zukunft aussehen. Außerdem wird die Führungs- und Kommunikationskultur maßgeblich durch das mobile Arbeiten verändert. Zudem haben wir gemerkt, dass Wohlstand und Gesundheit nicht selbstverständlich sind. Viele überlegen, was ist uns eigentlich in Zukunft wichtig? Ich bin überzeugt, dass vieles wiederkommt, aber nicht alles."

Runde 2: Immobilien

Auch die Immobilienwirtschaft spürt die Folgen der Krise. Für Marc Abel (Jones Lang LaSalle) ist es aber falsch, nur danach zu schauen, wie in Zukunft räumlich gearbeitet wird. „Die richtige Frage lautet: In welchen Arbeitsmodellen arbeiten wir zukünftig? Viele Mitarbeiter wollen zurück ins Büro, doch zukünftig wird man nicht dorthin fahren, um zu telefonieren oder in den PC zu tippen – hier ist die physische Feuerstelle, wo sich Leute treffen, um sich auszutauschen. Ich sehe daher nicht, dass in Zukunft die Innenstädte leer sind."

Caspar Schmitz-Morkramer vom gleichnamigen Architekturbüro sieht es als schwierig an, jetzt schon die richtigen Schlüsse zu ziehen. „Allerdings: Corona beschleunigt einen Trend. Wir haben schon vor einigen Jahren gesehen, welche Auswirkungen der Wandel im Handel auf die Innenstädte haben wird. Wir glauben, dass das alte Modell des Handels aus den 50-er und 60-er Jahren zu einer Monotonisierung unserer Innenstädte geführt hat – das wird so nicht weiter funktionieren."

Schmitz-Morkramer sieht Corona als große Chance, um sich wieder auf gewisse Werte zu fokussieren. „Die europäische Stadt ist weltweit das erfolgreichste Modell, doch wir müssen weg von der Monotonie, müssen hin zu hybriden Stadtmodellen. Wir müssen darüber nachdenken, wie wir die Städte beleben können. Es geht um Einkaufen, Besuchen, Arbeiten, Wohnen – die Menschen haben Sehnsucht nach Erlebnis." Zustimmung gibt es von Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller: „Wir müssen das Modell der europäischen Stadt weiterentwickeln, aber wir müssen es ja nicht grundsätzlich aufgeben. Der Dreiklang aus Life, Places, Buildings ist richtig, wir müssen den Menschen in den Mittelpunkt stellen und die Stadt so gestalten, dass die Menschen sich wohlfühlen und nachhaltig leben können."

Andreas Bahners (Bahners & Schmitz) kritisiert, dass die Regularien immer komplexer werden. „Heute muss man für einen Bauantrag mehrere Aktenordner an Unterlagen einreichen. In den A-Städten haben wir das Problem, dass die Nachfrage nach Baugenehmigungen größer als das Angebot ist. Die Menschen in den Stadtverwaltungen geben zwar ihr Bestes, aber die Ressourcen reichen nicht aus." Hier gibt es vom Oberbürgermeister ein Signal: „Als Stadtverwaltung müssen wir uns an die Zukunft anpassen und Engpässe beseitigen, damit die Stadt prosperieren kann. In der Digitalisierung liegt der Schlüssel zum Erfolg, damit wir schneller, unbürokratischer und damit bürgerfreundlicher werden."

Für die nächsten Jahre ist Andreas Bahners für die Immobilienwirtschaft pessimistisch mit Blick auf die wirtschaftlichen Folgen der Krise. Deshalb plädiert er dafür, „die Ärmel aufzukrempeln und uns nicht auf dem Erfolg der letzten zehn Jahre auszuruhen. Wir werden uns mit Büroflächenleerstand ebenso auseinandersetzen müssen wie mit der Frage, wie die Innenstadt attraktiv bleibt. Ich glaube, dass wir den Fokus auf die Stadtteile legen sollten. So haben wir etwa viel Potenzial beim ruhenden Verkehr."

Runde 3: Finanzen

Die Stadtsparkasse Düsseldorf hat sehr schnell auf die Sorgen vieler Unternehmen reagiert, betont Vorstandsvorsitzende Karin-Brigitte Göbel: „Wir haben eine digitale Antragsstrecke gebaut, um die Soforthilfen von Land und Bund umzusetzen: In nur 59 Stunden hatten wir das Produkt zusammengestellt, nach 99 Stunden waren die Gelder auf den Kundenkonten, um so die Wirtschaft zu stabilisieren und Arbeitsplätze zu erhalten. Inzwischen haben wir 310 Millionen Euro an Hilfen ausgezahlt und über 1100 Anträge bearbeitet, das ist gigantisch."

Gregor Neuhäuser (Walser Privatbank) spricht über die Folgen des stetigen Rückgangs des Zinsniveaus für die Geldanlage. „Mindestens die nächsten fünf bis acht Jahre, wenn nicht sogar die gesamte Dekade über werden die niedrigen Zinsniveaus beibehalten. Um das Vermögen zu erhalten, müssen Anleger daher in relativ hohe Aktienquoten investieren, mindestens 50 bis 60 Prozent." Aufgabe der Banken sei es, hier noch näher an den Kunden zu sein, um mit ihnen durch die Schwankungen der Kapitalmärkte zu gehen.

Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller weiß zudem um die finanziellen Folgen der Krise für die Kommunen. „Uns fehlt tatsächlich Geld: Wir müssen, wenn wir die Investitionsfähigkeit der Stadt aufrechterhalten wollen, erstmals seit Jahren Investitionen über Kredite finanzieren. Trotzdem bleibe ich dabei: Die Schuldenfreiheit war immer ein Markenzeichen, mit dem wir Düsseldorf positiv nach außen vermarktet haben. Dorthin würde ich gerne wieder zurück, aber für die Übergangszeit – bis wir die Coronalasten hinter uns gelassen haben – sind Kredite notwendig."

Auch Prof. Dr. Sven-Joachim Otto (Ernst & Young) verweist auf die erheblichen finanziellen Belastungen für die öffentlichen Haushalte. „Die Krise hat viele Defizite offengelegt und Entwicklungen beschleunigt. So sehen wir etwa im Bildungsbereich erhebliche Investitionsnotwendigkeiten. Aber das gilt auch für die Umweltpolitik: Wie bekommen wir es hin, dass wir auch ohne Umweltspuren die Dekarbonisierung umsetzen? Das geht nur durch intelligente Systeme, dafür sind Investitionen notwendig." Der Wirtschaftsanwalt ist daher davon überzeugt: „Es wird einen erheblichen Investitionsbedarf geben für Infrastruktur, Dekarbonisierung, Digitalisierung. Dafür werden wir aber auch eine Dividende bekommen: Wir verbessern so unsere Infrastruktur und steigern die Wettbewerbsfähigkeit."

Ob Gastronomie, Kultur oder andere Bereiche in Wirtschaft und Gesellschaft: Wir erleben gerade eine Zeitenwende, ausgelöst durch die Corona-Pandemie. Über die Konsequenzen tauschten sich in den Rudas-Filmstudios Persönlichkeiten aus verschiedenen Segmenten in sieben Gesprächsrunden aus.

Runde 4: Bildung

Die ehemalige Bundesfamilienministerin Dr. Kristina Schröder, per Video zum RP-Forum zugeschaltet, plädiert für eine höhere Priorität von Kitas und Schulen. „Während im Mai in anderen europäischen Ländern die Kitas und Schulen eine hohe Priorität hatten und wieder öffnen durften, blieben viele Einrichtungen bei uns noch geschlossen. Das hat mich auch als Mutter von drei Kindern fassungslos gemacht. Gerade für Kindergärten und Grundschulen muss gelten, dass sie als allerletztes schließen und als allererstes öffnen müssen."

Die Politikerin spricht sich für die Digitalisierung der Schulen aus, hält sie jedoch für überschätzt: „Mit Tablets allein wird es nichts mit der Bildung: Digitale Geräte sind als Instrument wichtig, sie sind aber kein Inhalt. Wir benötigen daher gute Lehrer, die Ankerwissen vermitteln – Wissen, das hilft, neues Wissen einzuschätzen."

Petra Horn (SOS Kinderdörfer) lenkt den Fokus auf die Entwicklungsländer, wo vielerorts selbst die einfachsten Coronavorschriften nicht umsetzbar sind. „Menschen leben dort auf kleinem Raum, Distanz ist nicht einhaltbar, in vielen Ländern ist der Zugang zu Trinkwasser schwierig. Das schwerste Problem ist jedoch der Lockdown: Weltweit gibt es 1,6 Milliarden Tagelöhner, denen das Einkommen komplett wegfällt. Es gibt nichts zu essen, keine medizinische Versorgung, die Armut steigt." Petra Horn verweist auf die Armutspyramide, die in den letzten 30 Jahren gesunken sei, jetzt steige sie wieder. „Rund 880 Millionen Menschen auf der Welt leiden an Hunger. Das war die Zahl vor der Coronakrise, wir rechnen bis Ende Dezember mit einer Verdoppelung dieser Zahl."

Die Unterstützer der SOS-Kinderdörfer sind der Organisation treu geblieben: „Wir haben in 2020 viel Solidarität und Menschlichkeit erfahren. Unsere Sorge ist jedoch, was in den nächsten ein bis zwei Jahren passiert, wenn die Rettungsprogramme auslaufen." Die SOS Kinderdörfer selbst konzentrieren sich darauf, Kindern zu helfen, damit sie ein unabhängiges, selbstbestimmtes Leben als Erwachsene führen können. Petra Horn berichtet unter anderem von Hilfsprogrammen, mit denen Kindern Bildung, psychologische Unterstützung und der Umgang mit Wasser vermittelt wird.

Einen interessanten Ansatz verfolgt Dr. Markus Steinhauser von Organic Garden. Das Unternehmen setzt vor allem auf gesunde Ernährung, auch in den Schulen. „Ernährung muss wieder cool und interessant werden: Regionale Produkte, weniger Fleisch, mehr vegetarische Kost – das ist gut für den Menschen und gut für die Umwelt." Sein Unternehmen entwickelt an mehreren Standorten in Deutschland Produktionsanlagen für Lebensmittel. „Unser Ziel ist es, Lebensmittel nachhaltig, CO2-neutral und organisch zu produzieren – ohne große Ressourcenverschwendung. Ein einfaches Beispiel: Wir verwenden Grünschnitt in den Gewächshäusern für die Kompostierung. Damit wollen wir erreichen, dass Lebensmittel zu bezahlbaren Preisen unter anderem für Schulen und Altenheime produziert werden können."

Runde 5: Gastronomie

Die Gastronomie zählt zu den Branchen, die besonders stark unter den Folgen der Pandemie zu leiden haben. Die Düsseldorfer Gastronomin Kerstin Rapp-Schwan (Schwan-Restaurants) erinnert sich an den ersten Lockdown im März: „Das war extrem befremdlich. Erst hatten wir ein Gefühl der Schockstarre und mussten uns schnell auf die neue Situation einstellen – vom Kurzarbeitergeld, das es in der Gastronomie nie gegeben hat, bis zu der Frage, was wir überhaupt anbieten können."

Arif Köse von der Event-Location Rudas berichtet, wie aus der Unsicherheit und Schockstarre schnell neue Ideen entstanden. Köse etwa muss seit März auf sämtliche Tanzveranstaltungen und Events verzichten. „Einen Vorteil haben wir: Diese Location ist ein ehemaliges Filmstudio. Das nutzen wir jetzt, um Dritt-Events wie dieses zu veranstalten und uns so weiterzuentwickeln."

Mit einem ganzen Bündel von Ideen stemmt sich Kerstin Rapp-Schwan gegen die Krise. Im Frühjahr etwa hat sie mit ihren Teams für alle fünf Restaurants Konzepte entwickelt. „Am Samstag haben wir erfahren, dass wir am Dienstag wieder öffnen dürfen, und haben in kürzester Zeit alles getan, damit wir das auch können. Hygienekonzept, Mitarbeiter schulen, Trennwände – das alles haben wir in Windeseile umgesetzt. Zusätzlich haben wir einen Webshop eröffnet, weiter digitalisiert, die Speisekarten umgestellt, auf Auslieferung und To Go gesetzt." Sie ärgert sich allerdings darüber, dass die Regierung den ganzen Sommer über Zeit gehabt hätte, um über die Folgen des zweiten Lockdowns nachzudenken – und nach ihrer Ansicht zu wenig getan hat.

Auch Franco Giannetti, der mit verschiedenen Restaurantkonzepten in Essen 200 Mitarbeiter beschäftigt, musste sich komplett umstellen. „Unsere italienischen Konzepte funktionieren super, weil hier Außer-Haus-Verkauf und To Go möglich sind. Aber bei unserem American Steakhouse und dem französischen Restaurant funktioniert es überhaupt nicht: Wenn ich eine gewisse Qualität nicht liefern kann, lasse ich es lieber."

Einen großen Erfolg landete Giannetti gemeinsam mit Pia Kemper vom RP-Forum. „Als Folge der Pandemie konnte unsere große Weinveranstaltung im Herbst mit unserem Partner Walser Privatbank nicht stattfinden. Aber wenn die Gäste nicht zu uns kommen dürfen, dann gehen wir eben zu den Gästen." Gemeinsam mit dem Essener Gastronomen entwickelte Pia Kemper ein hybrides Format: Das Weintasting wurde in einem dreiviertelstündigen Video nachempfunden, inklusive Musik, Wein- und Kochtipps. Das Essen selbst, ein komplettes Menü „Gans to go", wurde an zwei Tagen an die Gäste ausgeliefert, insgesamt 200 Boxen. Pia Kemper und Franco Giannetti sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden, zumal das Video über 36.000-mal abgerufen wurde.

Trotz solcher Erfolge, es reicht für die Gastronomen nicht. 75 Prozent der Gastronomen im Land haben Existenzängste. Die Forumsteilnehmer berichten, dass die Hilfsgelder vom November noch nicht ausgezahlt sind und in den Details viele Tücken stecken. Aber auf die Hilfen vom Staat allein wollen sie nicht warten: „Ich bin Unternehmerin geworden, um zu agieren und nicht zu reagieren. Wir wollen schnell wieder Geld verdienen, deshalb benötigen wir eine Strategie und eine Perspektive, das erwarte ich von der Regierung", erläutert Kerstin Rapp-Schwan. „Wir müssen frühzeitig wissen, wann wir wieder öffnen dürfen, damit wir vernünftig starten können. Und die Politik sollte dann auch sagen, dass die Menschen wieder in die Gastronomie gehen dürfen, sonst bringt das nichts."

Runde 6: Kultur

Michael Becker, Intendant der Tonhalle Düsseldorf, spricht von einer Flurbereinigung in der Kulturwirtschaft, die er gar nicht so negativ sehe. „Es gibt manche Erscheinungsformen in der Kultur, die irgendwo zwischen Baum und Borke existiert haben und mit gutem Willen durchgeschleppt wurden. Man sollte darüber sprechen, ob es sinnvoll ist, ein auf Dauer schlecht geführtes Institut weiterzuführen." Der Intendant verweist zudem auf den Unterschied zwischen der freien und nicht freien Szene. Während Angestellte in Kulturinstitutionen sich die Frage stellen, wann sie wieder spielen können, ständen viele Soloselbstständige vor der Situation, dass sie keinerlei Einkommen haben.

Dazu zählt Rolf Stahlhofen (Söhne Mannheims), der sich wünscht, dass „der Veranstaltungsbranche mehr Vertrauen geschenkt wird". Der Musiker gibt einen Einblick in das Innenleben der Branche. Und berichtet von vier Musikern aus seinem Bekanntenkreis, „die Suizid begangen haben, weil sie keine Zukunftsperspektive hatten. Das ist für mich das Schlimmste, was passieren kann. Die Tür muss auf jeden Fall wieder aufgemacht werden, denn diese Stille schafft Unruhe."

Er erzählt auch von der Schwierigkeit der Branche mit ihren vielen Individualisten: „Ihnen fällt es schwer, mit vereinter Stimme zu sprechen. Musik und Events leben von ihrer Einzigartigkeit. Das macht es einer Industrie, die 1,8 Millionen Beschäftigte hat und 180 Milliarden Euro Umsatz macht, im Gegensatz zu gebündelten Industrien so schwer. Deshalb ist jetzt die Zeit, um klarzumachen, wie wichtig Kultur ist. Im Moment haben wir Ruhe, aber je länger dieses Berufsverbot ausgesprochen wird, desto unruhiger wird die Situation."

„Die Notwendigkeit von Kultur ist unbestritten, sie ist lebensimmanent", bekräftigt Michael Becker. „Es gehen jetzt schon viele Kulturschaffende in den Untergrund, sie spielen unter Einhaltung von Abstandsregeln auf Plätzen. Gleichzeitig finden sich neue Wege, die zeigen, dass die Szene sehr lebendig ist. Das sieht man auch bei unserem Orchester. Früher war Streaming ein No-Go, jetzt schauen rund 2500 Leute bei einem Konzert zu – und die Zahl steigt, weil das Konzert immer wieder abgerufen werden kann."

Gleichzeitig verweist der Intendant auf die Probleme vieler freier Künstler. „Das Absurde ist, dass viele Künstler, die tatsächlich die Hilfe benötigen, sie nicht bekommen, weil man sie ja eben nicht auf einer Bühne sieht. Einzelkämpfer haben keine große Lobby. Dabei gibt es selbst große Konzerthäuser, die dringend auf Spenden angewiesen sind. Beim ersten Lockdown hat unser Publikum rund 180.000 Euro gespendet, damit konnten wir einigen unserer Solisten und Dirigenten durch den Sommer helfen."

Runde 7: Kunst

RTL-Fernsehjournalist Wolfram Kons bringt es auf den Punkt: „Seit dem Zweiten Weltkrieg gab es kein Thema, das die Nachrichten so beherrscht hat wie Corona. Die Fernsehnutzung hat Nutzungszahlen, die wir lange nicht mehr gehabt haben. Wenn ein Virologe höhere Einschaltquoten hat als Helene Fischer, dann weiß man, was los ist. Das Bedürfnis nach Informationen war noch nie so groß." Der Moderator folgert: „Wir Journalisten in Print, Fernsehen oder Radio haben natürlich eine hohe Verantwortung: Information statt Hysterie, Fakten statt Panik. Ich glaube, das wird auch honoriert. Die Menschen spüren, wo ehrlich und sachlich informiert wird."

Der italienische Künstler Antonio Marra sieht die Krise mit einer gewissen Gelassenheit: „Ein Maler ist in seinem Atelier immer im Krisenmodus. Aber die Krise ist eine Chance, neue Denkmuster zu kreieren. Ich habe in meinem Leben viele Krisen erlebt, die Lösung habe ich in mir selbst: Optimismus und positives Denken sind die Wirkstoffe, die gegen alle Ängste wirken."

Den Lockdown hat der Künstler für sich selbst als nicht so negativ empfunden. Denn als die Galerien erstmals schlossen, hat er die gewonnene Zeit für sich selbst genutzt. Die Bilder haben sich trotzdem verkauft, denn „die Menschen sehnen sich nach Positivem". „Vor der Krise habe ich gedacht: Die Galerie als Geschäftsidee hat ausgedient. Heute denke ich anders. Die Menschen sehnen sich nach Begegnung und Austausch, die Galerie wird deshalb als Begegnungsraum eine Rolle spielen – dennoch wird das Digitale weiter an Bedeutung gewinnen."

Umstellen müssen sich auch Arbeitgeber, erläutert der Düsseldorfer Agenturinhaber Dieter Castenow. „Ein attraktiver Arbeitgeber braucht heute ein Mindset, eine Milchbar. Wenn ich in eine Firma reinkomme und es gibt dort in der Küche Hafermilch, Vollmilch, Sojamilch und Magermilch – dann weiß ich, hier bin ich richtig, weil dieses Unternehmen in der Lage ist, Mitarbeiter unterschiedlicher Couleur aufzunehmen." Mehr noch: „Ein Unternehmen muss heute in der Lage sein, sich mit bestimmten Bewerbern auseinanderzusetzen. Die Generation Y kann man nicht über Karriereplanung kriegen. In Coronazeiten brauche ich keinen PC-tauglichen Arbeitsplatz, sondern ein tolles Setup, das Homeoffice-tauglich ist, vielleicht einen Vetsak und am liebsten Delivery Hero – das muss man heute bieten, damit Mitarbeiter dabeibleiben. Denn: Mitarbeiter können heute sehr gut auswählen, wohin sie gehen, und das tun sie auch."

Gastronomie

Kerstin
Rapp-Schwan
Gründerin Restaurants Schwan

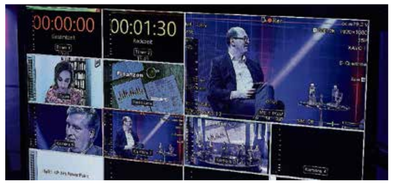
Moderation:
José Macias
Geschäftsführer
Rheinland Presse
Service GmbH

Arif Köse
Geschäftsführer
Rudas Studios

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/gastronomie

Franco Giannetti
Geschäftsleiter
Gastronomie
Management
Giannetti GmbH

Pia Kemper
Leiterin Rheinische
Post Forum



Diszipliniert diskutieren die Teilnehmer der Gesprächsrunden.

Kultur

Rolf Stahlhofen
Söhne Mannheims

Moderation:
Christopher
P. Peterka
gannaca GmbH

Michael Becker
Intendant Tonhalle
Düsseldorf

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/kultur

Pia Kemper
Leiterin Rheinische
Post Forum

Die Pandemie und die Zäsur, die sie auslöst – darum ging es in den Runden.

Kunst

Wolfram Kons
Leiter RTL Charity und RTL Spendenmarathon, RTL Mediengruppe Deutschland
GmbH

Moderation:
Christopher
P. Peterka
gannaca GmbH

Dieter Castenow
Geschäftsführender Gesellschafter
Castenow GmbH

Das Video zu dieser Runde gibt es hier:
www.rp-forum.de/zeitenwende/kunst

Antonio Marra
Künstler

Pia Kemper
Leiterin Rheinische
Post Forum

„IM WANDEL STECKT EINE GIGANTISCHE CHANCE“

Mehr Natur, mehr Lebensqualität: Das geplante Stuttgarter Projekt Q20 mit Fassadenbegrünung hat bei einem Architekturwettbewerb im Sommer den ersten Preis gewonnen.

Architektur darf nicht digitales Elend kaschieren

Die großen Onlinehändler und die Corona-Pandemie bringen den Einzelhandel in Bedrängnis und könnten langfristig auch das Stadtbild verändern. Architekt Caspar Schmitz-Morkramer erklärt, wie die Stadt der Zukunft aussehen und wie eine erfolgreiche Transformation gelingen kann. Ihr wichtigster Maßstab: der Mensch.

Caspar Schmitz-Morkramer
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER DER CASPAR.SCHMITZMORKRAMER GMBH

Die deutschen Innenstädte leiden. Schon vor der Pandemie häufte sich die Zahl der leerstehenden Ladenlokale zusehends. Und man muss kein Prophet sein, um vorherzusagen, dass viele weitere Einzelhändler und Gastronomen nach der Coronakrise auf der Strecke bleiben werden. Laut einer aktuellen Erhebung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW) verliert der innerstädtische Einzelhandel allein im Dezember bis zu 13,3 Milliarden Euro Umsatz. Im Januar könnten im schlimmsten Fall 8,7 Milliarden dazu kommen. Beide Szenarien berücksichtigen die Geschäftsschließungen im Zuge des harten Lockdowns bis zum 10. Januar. In dieser Zeit werde der Umsatz nahezu vollständig wegbrechen, so das IW. Daten der auf Passantenfrequenzen spezialisierten Firma Hystreet zeigen, dass in der ersten Adventswoche in den Einkaufsstraßen der 20 untersuchten deutschen Großstädte fast 50 Prozent weniger Kunden unterwegs waren als noch 2019.

Profiteure dieser „Zwangslage“ sind vor allem die Big Player des Onlineversandhandels. Nach Angaben des IW gaben die Deutschen zwischen November und Januar bis zu 26,2 Milliarden Euro für Online-Einkäufe aus. Das wären bis zu 5,6 Milliarden Euro mehr als noch 2019. Rund die Hälfte der Online-Umsätze in Deutschland mache demnach Amazon. „Wenn nun viele stationäre Händler Amazons Plattform nutzen, um ihre Umsatzverluste auszugleichen, profitiert Amazon durch Gebühren und gewinnt an Attraktivität, da die Auswahl zusätzlich steigt“, schreibt das Institut der Deutschen Wirtschaft.

Was also tun? Wie kann die Innenstadt wiederbelebt und attraktiver werden und damit auch den Onlinehändlern die Stirn bieten? Caspar Schmitz-Morkramer und sein Team haben zwei Jahre lang an dieser Frage geforscht und die viel beachtete Studie „Retail in Transition“ aufgelegt. Der Architekt ist Geschäftsführender Gesellschafter der caspar.schmitzmorkramer GmbH mit Sitz in Köln. Das Architektenbüro mit über 100 Spezialisten hat in Düsseldorf unter anderem „New York – The Village“, den Handelsblattbau, den Heinrich-Campus und die Deiker Höfe geplant und erhielt für nationale und internationale Projekte diverse Auszeichnungen. Der Experte kennt sich also aus, wenn er sagt: „Es stimmt nicht, dass unsere Innenstädte sterben werden, sondern lediglich ein bestimmtes Geschäftsmodell, das gerade abgelöst wird durch ein anderes.“

Das Problem: Die klassische europäische Stadt des 19. und 20. Jahrhunderts mit ihren hochwertigen Familiengeschäften, edlen Boutiquen, beschaulichen Cafés, Restaurants und Kunstgalerien verschwinde immer mehr zugunsten großer Handelsketten, deren Filialen in jeder Stadt gleich aussehen und die nur eine Zielgruppe haben: den Konsumenten. „Diese Entwicklung macht die Städte verwechselbar und beliebig“, sagt Schmitz-Morkramer. Es gebe heute anders als früher keinen Grund mehr, gezielt in Düsseldorf, Köln oder Frankfurt einzukaufen. Es müsse deshalb ein radikales Umdenken stattfinden. Und das bedeute nicht, überall ständig wechselnde Pop-Up-Stores aufzubauen, sondern die Stadt insgesamt wieder zu einem Erlebnisraum mit einem eigenen Charakter zu machen. „Die attraktivsten Straßen weltweit bestehen nicht nur aus reinem Handel, sondern aus einem Mix von Handel, Gastronomie, Arbeiten, Wohnen und Kultur.“

Schmitz-Morkramer ist überzeugt: „In dem Wandel, wie wir ihn gerade erleben, steckt eine gigantische Chance.“ Da sind zum einen die stationären Händler selbst. Sie müssen seiner Meinung nach verstärkt den Service bieten, den Online-Shops nicht bieten können: die persönliche Beratung, das nette Gespräch, die gezielte Unterstützung. „Als Käufer möchte ich nicht auf einer Plattform aus 5000 Schuhen auswählen, sondern einen Verkäufer, der mir den passenden Schuh bringt.“ Allerdings müsse der Handel auch bereit sein, neue Wege zu gehen und zum Beispiel die Bezahlprozesse vereinfachen. „Niemand möchte unnötig lange an der Kasse stehen, wenn im Internet ein Klick ausreicht, um meine Waren zu bezahlen.“ So sieht der Experte auch für totgesagte Warenhäuser wie Kaufhof, Karstadt und Co. durchaus eine Zukunft. Die italienische Warenhauskette La Rinascente oder das KaDeWe in Berlin seinen riesige Erfolgsstorys. „Die Frage sei nur, brauchen wir die Art von Kaufhäusern, die auf reinen Konsum ausgerichtet sind?“ Vielmehr müssten die Betreiber Flächen optimieren, die Erdgeschosse für das Laufpublikum noch zugänglicher machen und sich von den oberen Etagen verabschieden. Die könnten sinnvoller als Büros oder Wohnungen genutzt werden, ist Schmitz-Morkramer überzeugt. Damit wären die Städte nicht nur während der Geschäftszeiten belebt. Er plädiert dafür, die strikte Trennung, von Büro-, Wohn- oder Einkaufsviertel aufzuheben und mehr die Bedürfnisse des Menschen in den Fokus zu rücken. Auch Kulturangebote und Eventflächen müssten die Innenstädte wieder bereithalten.

Und genau hier sieht er die weitere große Chance auf dem Weg zur modernen Stadt des 21. Jahrhunderts. Schmitz-Morkramer und sein Team sprechen in ihrer Studie vom „Maßstab Mensch“. Wichtiger als die Architektur und die Gebäude einer Stadt seien die Erlebnisse, die die Menschen im ihrer Stadt machen, weiß der Architekt. „Die Menschen müssen sich mit ihrer Stadt identifizieren und sie als Mehrwert begreifen.“ Dabei verfolgt sein Büro stets das Credo: „ Die Qualität unserer Arbeit ist einzig davon abhängig, ob sie auch angenommen wird. Wenn die Menschen das Gebäude nicht lieben, wird es irgendwann wieder verschwinden. Der Mensch steht für uns am Anfang eines jeden Projekts.“

Kann der Mensch in der „Smart City“ der Zukunft überhaupt noch im Mittelpunkt stehen? Unbedingt, meint Schmitz-Morkramer. Solange die Stadt den Gedanken der Nachhaltigkeit konsequent umsetzt. Um etwa die CO_2-Emmissionen dauerhaft zu senken, müsse man neue Ideen entwickeln. Das könne die Fassaden- und Dachbegrünung sein oder in Richtung Urban Farming gehen, wo also das Gebäude selbst zur Produktion von Energie oder Lebensmitteln genutzt wird. Denkbar wäre für ihn auch, den durch Elektromobilität gewonnenen Parkraum für gastronomische Außenbereiche zu nutzen oder Parkhäuser in Logistik-Hubs umzuwandeln. Und warum die ohnehin gewonnenen Nutzerdaten nur Google, Facebook und Co. überlassen? Die Stadt könnte in einer App verschiedene Dienstleistungen intelligent bündeln und zum Beispiel dafür sorgen, dass man von einem Termin pünktlich zum nächsten komme, was langfristig zu mehr Lebensqualität führen werde. „Wir müssen die Digitalisierung als Chance begreifen, nicht als Gefahr.“

Und Corona? Auch hier ist der Architekt ein Optimist: „Ich glaube, dass die Menschen eine tiefe Sehnsucht haben, wieder in die Städte zu gehen, Menschen zu treffen und in den Läden einzukaufen. Es wird derjenige der Gewinner sein, der die Krise dazu nutzt, sich neu aufzustellen. Und der dann in voller Kraft da ist. Der, der noch lange die Wunden leckt und so weiter macht wie vorher, wird es sehr schwer haben.“

Für Caspar Schmitz-Morkramer bleibt es eine ästhetische Gratwanderung, unsere bedrohten Innenstädte zu sanieren. Hier liege eine Gefahr für Architekten heute: „Architektur darf nicht digitales Elend kaschieren, das heißt eine Pseudo-Wirtschaft hinter post-modernem Fassadenklüngel verstecken. Ausgehend von einem Bewusstsein einer Stadt mit alten Werten, jedoch gekoppelt mit frischen zeitgemäßen Ideen, verbergen sich im neuen Stadtbild zahlreiche Antworten und Lösungen für die Fragen unserer Zeit“, fasst er seine Studie zusammen. „Keine Utopien, sondern fassbare, praktikable Lösungen müssen es sein – eine Reminiszenz an die traditionelle europäische Stadt. Oder frei nach Shakespeares ‚All the world’s a stage‘ sind die innerstädtischen Straßen und Plätze die Bühne unserer Gesellschaft. Die gilt es wieder zu bevölkern – was bedeutet, das Leben und den Menschen wieder in den Mittelpunkt zu setzen – ganz Maßstab Mensch.“

Die Menschen schätzen die Lebensqualität, die Düsseldorf bietet. Immobilieneigentümer hoffen, dass sie auch künftig erhalten bleibt.

MUT FÜR DIE STADT DER ZUKUNFT

Eine Stadt ist nie fertig. Architektur, ein ganzheitliches Verkehrskonzept, mehr Grün und neue Ansätze der Energiewende entwickeln sich Hand in Hand. Dr. Johann Werner Fliescher, Vorstand des Vermieterverbands Haus & Grund Düsseldorf und Umgebung, fordert deshalb eine mutige Weiterentwicklung der Düsseldorfer Innenstadt.

Dr. Johann Werner Fliescher
VORSTAND DES VERMIETERVERBANDS
HAUS & GRUND DÜSSELDORF UND UMGEBUNG

Die Coronakrise hat viele Veränderungen angestoßen. „Der Trend zu mehr Home-Office wird auch danach nicht weggehen“, ist Johann Werner Fliescher überzeugt. Das wirkt sich auf die Verkehrsdichte aus. Weniger Autos auf den Straßen geben Raum für Radwege und ermöglichen neue Verkehrskonzepte. „Eine attraktive Innenstadt ist leicht zu erreichen, aber die Autos sollten nicht allzu sichtbar und spürbar sein, denn sie sorgen für Lärm und Abgase“, schildert Fliescher. „Selbst E-Fahrzeuge brauchen Platz, nicht zuletzt zum Parken.“

Dieser Platz könnte beispielsweise in Straßengrün „besser angelegt“ werden. Denn eine grüne Innenstadt bedeute eine höhere Lebensqualität – insbesondere angesichts des Klimawandels mit zunehmend heißeren sommerlichen Temperaturen. Bäume am Straßenrand absorbieren die Hitze ebenso wie begrünte Dächer oder Fassaden. „Wenn sich erst gar keine Hitzeinseln bilden, haben die Bewohner der Innenstadt ebenso Vorteile wie die Geschäfte und Gastronomiebetriebe, denn die Aufenthaltsqualität ist an heißen Tagen höher.“ Immobilien mit attraktiver Lebensqualität seien dauerhaft besser zu vermieten und erzielen höhere Mieteinnahmen. „Vermieter denken über die eigene Immobilie hinaus“, weiß Fliescher.

Als Vorstand von Haus & Grund vertritt er die Interessen von rund 18.000 privaten Immobilien-Eigentümern und Vermietern in Düsseldorf. Damit ist sein Verein der drittgrößte in Düsseldorf – nach dem Mieterverein und Fortuna 1895. Im Jahr 2021 feiert Haus & Grund sein 125-jähriges Bestehen und ist damit nur ein Jahr jünger als Fortuna.

„Unsere Mitglieder können mittel- und langfristig nur in einer attraktiven Stadt gut vermieten – egal ob Wohnraum, Gewerbe oder Büros“, sagt Fliescher. In der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt werden mehr als 70 Prozent aller Wohnungen, Büro- und Gewerberäume von privaten Eigentümern vermietet.

Auch bei Wohnimmobilien steht und fällt die Attraktivität mit dem geschäftlichen Umfeld. „Die Stadtteilzentren könnten sich nach Corona sehr verändern. Schon bislang stehen abseits von 1A-Lagen wie der Kö Einzelhandels-Immobilien durchaus auch jahrelang leer. Ich bin gespannt, wie die Situation in einem Jahr aussieht, wenn wir wissen, wie viele Restaurants und Einzelhändler die Pandemie mit ihren Lockdowns überlebt haben“, gibt Fliescher zu bedenken.

Weil die absolute Mehrzahl der privaten Vermieter emotional mit Düsseldorf verbunden ist, liege ihnen die Stadtentwicklung am Herzen. „Private Vermieter verzichten in der Krise vermutlich eher auf ein paar Mieten, weil ihnen die Existenz des kleinen Buchladens oder des Restaurants als langfristiger Mieter wichtiger ist als kurzfristige Gewinnmaximierung“, ist der Haus & Grund-Vorstand überzeugt.

Gerade die Coronakrise hat jedoch nicht nur die Qualität der Nahversorgung in den Fokus gerückt, sondern auch die Lebensqualität in der eigenen Wohnung. Hier agiert Haus & Grund als Dienstleister seiner Mitglieder. Jurist Fliescher betont: „Insbesondere das Mietrecht wird immer komplizierter. Viele Immobilieneigentümer kennen nicht alle für sie relevanten Vorschriften. Dazu beraten wir unsere Mitglieder.“

Damit die „Leuchtturmstadt Düsseldorf“ auf Dauer attraktiv bleibt, hofft Fliescher nicht nur auf weitere außergewöhnliche Architektur. „Der Kaufhof an der Schadowstraße kann ein architektonisches Highlight werden“, ist er sicher. Er wünscht sich auch eine übergreifende „Düsseldorf-App“, die nicht nur Veranstaltungen ankündigt, sondern auch freie Parkplätze und Ladesäulen für E-Autos anzeigt. Werde der dazu benötigte Strom dann noch direkt vor Ort beispielsweise als Solarstrom auf einem Dach produziert, entstehe ein lokaler Kreislauf. So bleibe die Wertschöpfung in der Stadt, was die Steuereinnahmen der Kommune steigere, was wiederum deren Investitionsspielraum vergrößere.

Auch eine Überarbeitung und Modernisierung rechtlicher Rahmenbedingungen sei nötig: Wolle die Politik tatsächlich die Klimawende, müsse sie beispielsweise das Thema „Mieterstrom“ ermöglichen. „Nur so können wir die vielen ungenutzten Dächer für Solarstrom-Erzeugung gewinnen und müssen keine Naturflächen im ländlichen Raum mit Solarparks versiegeln“, sagt Fliescher. „Viele würden gerne investieren, wenn es denn einfach und erlaubt wäre.“ Es gebe viele Stellschrauben. „Die Politik muss mutiger sein und eine Aufbruchstimmung zulassen, die bei den Immobilieneigentümern bereits vorhanden ist.“

Vermieter denken über die eigene Immobilie hinaus

NICHT VON DER KRISE ÜBERROLLEN LASSEN

Besnik Kolgjini und Jonida Agolli, Jugendbetreuer im SOS-Kinderdorf Tirana in Albanien, begleiten junge Menschen durch die Corona-Zeit. Und geben ihnen Hoffnung.

Wann immer Menschen aufbrechen wollen oder müssen, stehen ihnen die SOS-Kinderdörfer zur Seite. Wie bei Rosa, der Mutter aus einem einfachen Viertel von El Alto im Hochland von Bolivien.

Die Mitarbeiter von SOS-Kinderdörfer weltweit sind 24 am Tag für die Jugendlichen im SOS-Kinderdorf Tirana da.

Rosa Soliz hat mit ihren Töchtern eine eigene Bäckerei eröffnet – und sich so eine neue Existenz aufgebaut.

Der beste Weg durch die Krise ist es, sie aktiv anzugehen und sich dabei gegenseitig zu unterstützen. Das war gleich zu Beginn unsere Botschaft an die jungen Leute: Lasst uns nicht warten, bis uns die Krise überrollt, sondern Schritt für Schritt gemeinsam einen Weg hindurch finden!

Zurzeit leben zwölf Jugendliche zwischen 15 und 18 jeweils in Kleingruppen in unserem Jugendhaus, 16 weitere werden noch von SOS unterstützt, aber führen bereits ihr eigenes Leben. Als die albanische Regierung strenge Regeln einführte, waren sie völlig isoliert und durften weder Freunde, noch Angehörige treffen. Zum Glück gelang es uns, eine Ausnahmegenehmigung zu erwirken, sodass wir den Kontakt mit den Jugendlichen durchgängig aufrechterhalten konnten.

In unserem Team von sechs Mitarbeitern richteten wir uns so ein, dass wir täglich 24 Stunden für sie da waren. Mit jedem Einzelnen erarbeiteten wir einen Plan, denn die Bedürfnisse waren sehr unterschiedlich: Für den einen war es wichtig, dass er Medikamente bekam, andere hatten ihren Job verloren und brauchten dringend finanzielle Unterstützung. Vom Staat bekamen die Wenigsten Hilfe, und selbst wenn, ließ das Geld auf sich warten. Also sprangen wir ein. Wieder anderen ging es psychisch nicht so gut, sodass wir Online-Sitzungen mit unseren Psychologen organisierten. Im Wechsel verbrachten wir die Tage mit den Jugendlichen: Wir halfen ihnen, ihre Lernzeiten zu strukturieren, machten gemeinsam Gymnastik, sangen, tanzen, schauten Filme, kochten neue Rezepte und führten unzählige Gespräche über das Leben, Corona und die Zukunft.

Wir Jugendbetreuer achteten auch darauf, dass es uns selbst und unseren Familien gut geht. Wir nahmen Supervision in Anspruch und schickten Kollegen nach Hause, wenn sie erschöpft waren.

Keiner von uns weiß heute, wie lange das Virus noch unseren Alltag bestimmen wird. Jeden Tag stellen wir uns neu darauf ein und schauen, wie wir gute Lösungen finden. Manchmal hören wir von den Jugendlichen, wie wichtig wir für sie sind. Aber genauso ist es andersherum: Sie sind wichtig für uns!

Besnik Kolgjini und Jonida Agolli

» Wir müssen auch an die Menschen denken, die sich vor der Pandemie nicht schützen können, weil sie eng in Slums leben, ohne fließendes Wasser und medizinische Versorgung.
Michaela May
Schauspielerin

Das Leben von Rosa Soliz und ihren fünf Kindern schien lange Zeit aussichtslos. Ihr Mann war gewalttätig, aber gleichzeitig war sie von ihm finanziell abhängig – so begann die Frau aus dem bolivianischen El Alto die Geschichte ihrer großen Veränderung. Sie konnte sich nicht von ihm trennen, da sie ohne ihn mit den Kindern auf der Straße gestanden hätte.

Dann kam ihr Mann bei einem Autounfall ums Leben. Die Familie hatte kein Dach über dem Kopf und kaum etwas zu essen. Rosa wusste, dass sie dieses trostlose Dasein ändern musste. „Ich wollte etwas tun, um meinen Kindern und Enkelkindern ein besseres Leben zu ermöglichen." Sie bewarb sich für das Familienstärkungsprogramm der SOS-Kinderdörfer. Ein Schritt, der sie Überwindung und Mühe gekostet hat.

Rosa wurde aufgenommen und blüht seither auf: Die tatkräftige Frau nahm an Maurerkursen teil. Mit ihren eigenen Händen baute sie ein Zuhause für ihre Familie. Dann erlernte sie das Back- und Konditorhandwerk, am Ende gründete sie zusammen mit ihren Töchtern eine Bäckerei. Damit sichern sie heute das Einkommen der Familie. „In der schwersten Zeit meines Lebens traf ich die SOS-Kinderdörfer und sie waren für mich da. Sie halfen mir zu verstehen, wie wertvoll meine Fa milie ist und warum wir nur zusammen stark sind. Jetzt verdienen wir unseren Lebensunterhalt mit Kuchen – gibt es etwas Schöneres?", sagt Rosa.

Ihr geringes Anfangskapital hat Rosa vervielfacht. Sie hat genügend Rücklagen für die Produktion angelegt und den Kredit für einen Ofen abbezahlt. Doch dann kam Corona: Ausgangssperre, keine Kundschaft mehr – wie überall auf der Welt. Es traf die Familie hart. Die Bäckerei musste schließen und Rosa brauchte ihre Ersparnisse auf, um Lebensmittel für ihre Familie zu kaufen. Wie so viele in der Lockdown-Zeit rechnete auch Rosa im Kopf durch, wie lange die Reserven reichen würden.

Aber Rosa wäre nicht Rosa, wenn sie nicht schon weiterdenken würde: „In Zukunft soll unser Unternehmen auch andere Menschen beschäftigen, die in einer Notlage sind. Früher war ich abhängig und habe immer auf jemanden gewartet, der mir sagt, was ich tun soll", erinnert sie sich. „Heute suche ich selbst nach Lösungen."

Täglich kommen in Bangui, der Hauptstadt der Zentralafrikanischen Republik, Frauen mit ihren Babys aus der Nachbarschaft zur Schwangerschaftsberatung und Impfung ins Centre Medical von SOS-Kinderdörfer weltweit.

INTERVIEW LUCIANA DABRAMO

VORHER SCHWER, JETZT NOCH SCHWERER

Luciana Dabramo, SOS-Nothilfekoordinatorin, über die Folgen des Corona-Virus für Afrika.

Luciana Dabramo

Frau Dabramo, Corona betrifft die ganze Welt. Was ist in Afrika besonders?
LUCIANA DABRAMO Viele Probleme waren vorher schon groß, jetzt ist es, als ob wir durch ein Vergrößerungsglas schauen: Sie wachsen gewaltig an. Die Familien geraten tiefer in die Armut – mit gravierenden Auswirkungen: In der Not wird dann ein zwölfjähriges Mädchen lieber verheiratet, als dass es verhungert.

Wie können die SOS-Kinderdörfer helfen?
LUCIANA DABRAMO Wir stellen Programme um, leisten etwa in der SOS-Familienstärkung vor allem Nothilfe, damit Familien nicht auseinanderbrechen und wir sie später wieder dabei unterstützen können, den Weg in die Selbständigkeit zu gehen. Wir verteilen Lebensmittelpakete und Hygieneartikel, informieren, klären auf, leisten psychologische Hilfe.

Wie gelingt das trotz der Kontaktverbote?
LUCIANA DABRAMO Mit viel Phantasie finden unsere Mitarbeiter immer wieder Lösungen, zum Beispiel in Tschad: Normalerweise arbeiten wir mit den Jungen und Mädchen in unseren Kinderschutzzentren, die aber jetzt geschlossen sind. Um sicherzustellen, dass es den Kindern gut geht und sie vor häuslicher Gewalt zu schützen, gehen unsere Sozialarbeiter jetzt von Haus zu Haus und halten zudem Kontakt per Telefon. So haben sie schon über 400 Familien erreicht. Sie denken auch schon an die Zeit nach Corona und bereiten zum Beispiel Schulmaterialien vor, damit die Kinder den verpassten Unterricht gezielt nachholen können.

SOS ist seit vielen Jahrzehnten in Afrika aktiv. Hilft das jetzt, besser reagieren zu können?
LUCIANA DABRAMO Auf jeden Fall! Das sieht man zum Beispiel in der Zentralafrikanischen Republik: Dort haben wir stabile Kinderschutzgruppen oder Elternnetzwerke aufgebaut, die jetzt Verantwortung übernehmen und uns Bescheid sagen, wenn Kinder und Familien in Not geraten. Unsere langjährige Arbeit zahlt sich aus!

HELFEN, BEVOR ES ZU SPÄT IST

Not, Hunger und Armut: Die Corona-Krise trifft Kinder und Familien in Afrika und anderen Teilen der Welt besonders hart. Die SOS-Kinderdörfer lassen sie jetzt nicht im Stich: Die SOS-Mitarbeiter unterstützen Familien in Not und bereiten SOS-Kliniken und Mitarbeiter auf den Ernstfall vor. Spenden sind das wirksamste Mittel, um die Krise zu bewältigen. Jede Spende hilft – jetzt und in Zulunft.

» Schon 35 Euro reichen aus, ein Kind in einem Slum einen Monat lamng mit Essen zu versorgen. Und mit einem Mikrokredit über 206 Euro kann sich eine Familie eine neue Existenz aufbauen.

Die Corona-Pandemie hat Afrika erreicht. In vielen Ländern schließen Grenzen und Schulen, immer mehr Kranke und Tote werden registriert. Doch das ist nur der Anfang. Die Pandemie und ihre wirtschaftlichen Folgen werden Armut und Hunger auf dem Kontinent verschärfen. SOS-Kinderdörfer weltweit hilft Kindern und Familien – und Spender können die Organisation bei ihrer Arbeit unterstützen.

Die Hilfe ist vielfältig. SOS-Mitarbeiter informieren beispielsweise Kinder, Familien und Gemeinden, wie sie sich vor Infektionen schützen können. Medizinische SOS-Zentren versorgen Kranke und unterstützen die lokale Gesundheitssysteme: Pfleger und Ärzte erhalten Schutzkits – essentiell um den Betrieb während der Corona-Pandemie aufrechterhalten zu können. Mobile SOS-Gesundheitsteams stehen bereit, um Familien und Gemeinden in Quarantäne zu versorgen. Darüber hinaus erhalten Familien in Not finanzielle Unterstützung, um ihnen Zugang zur lokalen medizinischen Versorgung zu ermöglichen.

Die SOS-Kinderdörfer unterstützen Familien, die akut vom Zerbrechen bedroht sind, als erstes durch Lebensmittel. Im nächsten Schritt werden Eltern zur Selbsthilfe befähigt: durch Fortbildung oder Mikrokredite für den Aufbau eines Kleingewerbes. In immer mehr afrikanischen Ländern schließen die Schulen als Präventionsmaßnahme. SOS unterstützt daher Homeschooling, um auch jetzt Kindern den Zugang zu Bildung ermöglichen. Die SOS-Familienhilfe bietet Eltern Unterstützung für Schulgeld und Lernmaterialien.

Armut und Krisen führen zu massiven Kinderrechtsverletzungen. Kinder müssen Kinderarbeit leisten, sie sind von Kinderhandel und sexueller Ausbeutung bedroht, Mädchen werden verheiratet. Besonders gefährdet sind elternlose Kinder. SOS-Sozialarbeiter engagieren sich in Gemeinden für den Kinderschutz.

SOS-Kinderdörfer weltweit hat einen SOS-Corona-Solidaritätsfonds aufgelegt, der über zehn Jahre hinweg mitsamt der erwirtschafteten Erträge Hilfe für besonders von der Pandemie betroffene Kinder und Familien finanziert. Unter anderem kann mit den Spenden die Betreuung für Kinder ausgeweitet werden, die durch das Virus ihre Eltern verloren haben. Die Gelder dienen ebenfalls dazu, Kranke in SOS-Kliniken zu behandeln, Familien mit Lebensmitteln und Hygieneartikeln zu versorgen und Eltern durch Mikrokredite dabei zu helfen, ihre Existenz wiederaufzubauen. Spender an den SOS-Corona-Solidaritätsfonds erhalten eine Zuwendungsbestätigung, die steuerlich geltend gemacht werden kann.

Angst um die Gesundheit, Stress in der Familie, Corona-Maßnahmen in der Schule: Die Pandemie und ihre Folgen können stark auf das Gemüt von Kindern drücken und im schlimmsten Fall zu Depressionen oder Sucht führen.

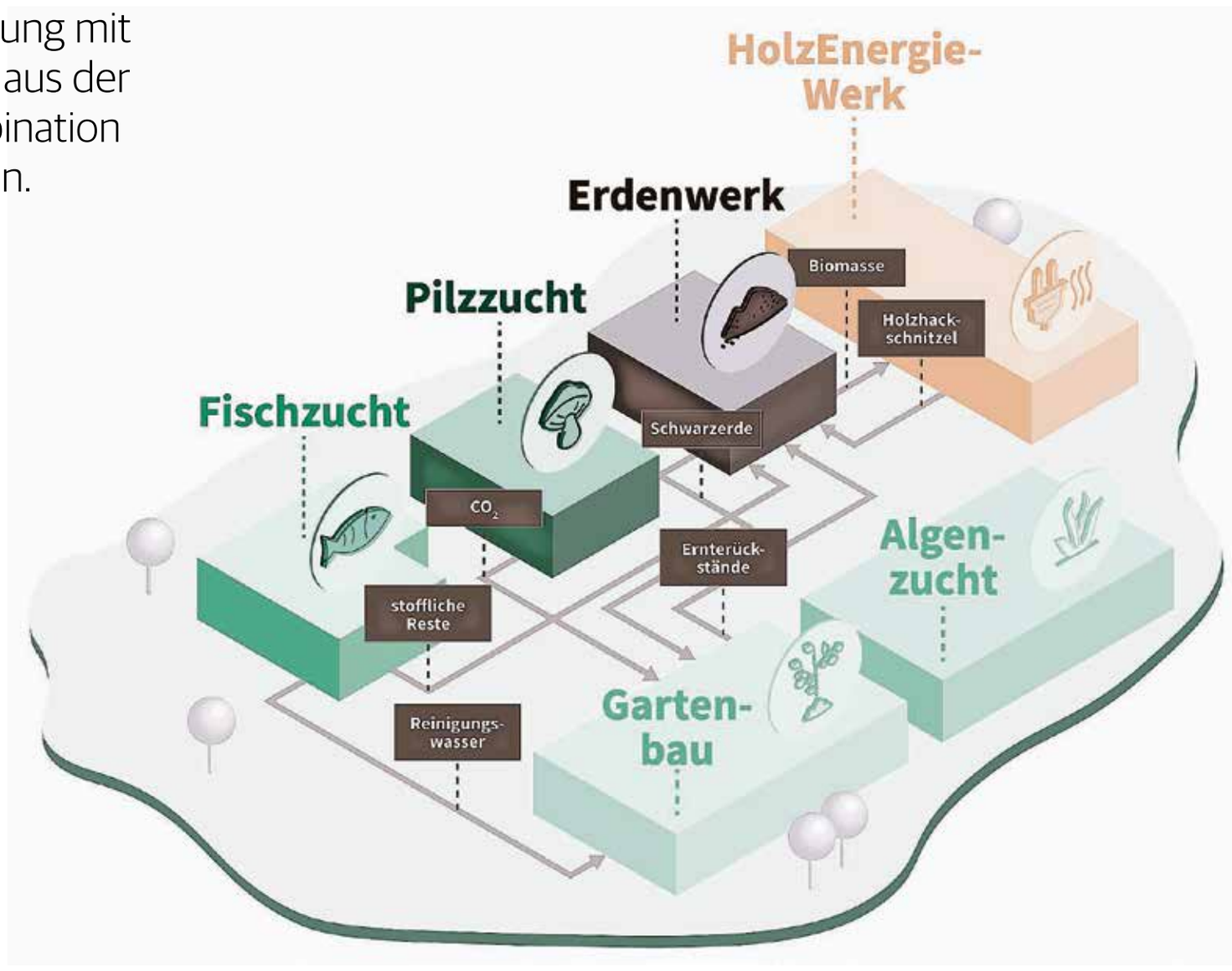
Darüber hinaus kann jeder SOS-Krisenhelfer werden – schon ab zehn Euro im Monat. Mehrmals im Jahr bekommen die Krisenhelfer Berichte, wie sie konkret helfen und wie ihre Unterstützung wirkt. Die Krisenhelfer unterstützen beispielsweise die Vorbeugung gegen die Infektion, psychologische Betreuung von Familien, Aufrechterhaltung von Bildung – und die Fortführung von weltweit rund 3000 SOS-Projekten. Schon 35 Euro reichen aus, ein Kind in einem Slum einen Monat lamng mit Essen zu versorgen. Und mit einem Mikrokredit über 206 Euro kann sich eine Familie eine neue Existenz aufbauen. Die SOS-Krisenhelfer bekommen jährlich eine Spendenbescheinigung – die Spenden sind steuerlich absetzbar.

Mehr zu SOS-Kinderdörfer weltweit, Spenden- und Hilfsmöglichkeiten auf www.sos-kinderdörfer.de/helfen

Spendenkonto: SOS-Kinderdörfer weltweit
IBAN DE22 4306 0967 2222 2000 00
Stichwort: „Coronahilfe weltweit"

NACHHALTIG WOHNEN UND PRODUZIEREN

Günstiger Wohnraum und eine Versorgung mit nachhaltig produzierten Lebensmitteln aus der Nähe – das passt zusammen. Die Kombination zweier Projekte zeigt, wie es gehen kann.



Organic Garden-Projekte schaffen einen nachhaltigen Kreislauf: HolzEnergie-Werke produzieren als Bioheizkraftwerke nachhaltige Energie für die Betriebe des Standortes, aber auch Fernwärme, Prozessdampf, Prozess- und Klimatisierungskälte. Die Restprodukte, zum Beispiel die zertifizierte Holzasche, werden verwertet – als nährstoffreicher Dünger für ein Gewächshaus. Das bekommt auch das ebenfalls sehr ergiebige Reinigungswasser aus der Fischzucht.

Dr. Markus Steinhauser
VORSTAND DER WR WOHNRAUM AG

Die aktuellen Krisen – ob Corona, Klimawandel oder vor einem Jahrzehnt die Finanzkrise – machen eines deutlich: Nicht nachhaltiges Verhalten führt zu tiefgreifenden Systemschäden. Daher steht Nachhaltigkeit ganz oben auf der gesellschaftlichen Agenda. Und in der Wirtschaft setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass nachhaltiges Handeln den Menschen, damit den Kunden nutzt, Ressourcen schont und somit langfristig auch den Investoren und Unternehmern selbst die Grundlagen für ihr Wirtschaften erhält.

Es sind solche Überlegungen, denen Dr. Markus Steinhauser folgt. Er verbindet nachhaltige Ansätze gleich in mehreren Funktionen. Als Vorstand der WR Wohnraum AG ist es ihm ein Anliegen, dem Markt Wohnungen bereitzustellen, die für Mieter erschwinglich und zugleich für Investoren rentabel sind. Die Muttergesellschaft JHS Invest, ein Immobilien- und Beteiligungsunternehmen, hält darüber hinaus tragende Anteile an der Organic Garden AG, in der Steinhauser einen Sitz im Aufsichtsrat hat. Diese Gesellschaft initiiert Projekte, die klimaneutrale, nachhaltige Energieproduktion mit der Herstellung gesunder Lebensmittel verbindet.

„Mir ist es persönlich wichtig, durch unsere Investitionen einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten und soziale Verantwortung zu zeigen“, begründet der Manager sein Engagement in diesen Organisationen mit langfristiger Ausrichtung. Das werde in allen Projekten deutlich, die diese Firmen angehen. So entsteht gerade in Ingolstadt ein Biomasse-Heizkraftwerk, das grüne Energie zur Versorgung der Audi AG erzeugen soll. Die Unternehmen müssen dabei natürlich auch auf die Wirtschaftlichkeit achten. „Die Investitionen können nur funktionieren, wenn sie sich rentieren“, sagt Steinhauser.

Wobei die beteiligten Investoren selbst wiederum nachhaltig orientiert sind. Sie erwarten keine exorbitanten Renditen. „Auch die Investoren wollen einen sozialen Beitrag leisten“, sagt Steinhauser und beschreibt damit einen Trend, den auch Vermögensverwalter beobachten. Vor allem die jüngere Generation, die vielleicht etwas geerbt hat, achtet bei der Vermögensanlage darauf, was sie bewirkt. „Die Menschen wollen mit dem Herzen dabei sein und interessieren sich für die Projekte“, beobachtet Steinhauser.

Die Kür kann gelingen, wenn dann noch zwei unterschiedliche Projekte miteinander verbunden werden. Wenn etwa die Schaffung von günstigem Wohnraum einhergeht mit dem Zugang zu wertvollen, biologisch produzierten Lebensmitteln aus der nahen Umgebung. Konkret also mit einem gemeinsamen Ansatz der Gesellschaften WR Wohnraum und Organic Garden. Dazu müssen beide einmal kurz vorgestellt werden.

Günstige Wohnungen: In dieser Siedlung im baden-württembergischen Wertheim nahe der bayrischen Grenze entsteht Wohnraum für 700 Menschen.

Günstiger Wohnraum
Die Gesellschaft JHS Invest ist bislang gut damit gefahren, bei Kauf und Entwicklung von Wohnprojekten den sozialen Aspekt mit im Blick zu haben. Verblüffender Effekt: Selbst mit Mieten, die gemessen an vergleichbaren Objekten etwas niedriger ausfallen, erzielt die Gesellschaft die Erträge, die sie für Investitionen und die Weiterentwicklung benötigt. Ein Grund liegt darin, dass zufriedene Mieter länger bleiben, während in reinen Rendite-Objekten die Menschen unzufrieden sind und ausziehen aus, sobald sie können, und damit den Wohngesellschaften Kosten verursachen. Um dem Ziel gerecht zu werden, langfristig investiert zu bleiben und einen gepflegten und gut gemanagten Immobilienbestand aufzubauen und zu erhalten, hat JHS die WR Wohnraum AG gegründet.

In mehreren Städten realisiert die Gesellschaft bereits entsprechende Projekte, zum Beispiel im süddeutschen Wertheim und im niedersächsischen Lindhorst im Landkreis Schaumburg. Die Wohnanlagen haben Vermietungs- und Hausmeisterbüros vor Ort. Objektbetreuer fungieren als zentrale Ansprechpartner für alle die Objekte betreffenden Anliegen, die von fachkundigen Hausverwaltungen und regionalen Handwerkernetzwerken betreut werden.

In Wertheim, der größten Stadt im Main-Tauber-Kreis in der Nähe von Heilbronn, umfasst das 2016 erworbene Areal 343 Wohn- und 15 Gewerbeeinheiten. Seither wurden bereits knapp 100 Wohnungen teil- oder vollsaniert und zu marktgängigen Konditionen wiedervermietet. In Lindhorst stehen 243 Wohnungen dem Markt zur Verfügung. Geschäfte des täglichen Bedarfs liegen in direkter Nachbarschaft.

Internet: www.wertheim-wohnen.de; www.lindhorst-wohnen.de

Nachhaltig produzieren
„Organic Garden“ heißt das Kreislaufkonzept, das an einem Standort grüne Energie, kurze Wege und die Herstellung von Bio-Lebensmittel vereint – dem Motto folgend „Jeder hat etwas, was der Nachbar braucht, und jeder braucht etwas, was der Nachbar hat.“ Mehrere Projekte sind gerade in Vorbereitung, die einige Gemeinsamkeiten haben: An einem Standort arbeiten ein Kraftwerk, Betriebe des Gartenbaus (Obst, Gemüse), der Fischzucht (Zander, Lachs und andere), der Algenzucht oder ein Pilzanbau zusammen. Das Geschäftsfeld Terra bündelt alle Aktivitäten rund um die Bodenverbesserung und die Bodennutzung. „Kurze Wege ersparen Fahrten“, beschreibt Steinhauser einen wichtigen Vorteil. „So wird nicht nur bei der Energieproduktion – durch Verwendung nachwachsender Rohstoffe – sondern auch bei Fahrten CO_2 eingespart.“

Geplant sind solche Parks unter anderem in Bayern und Brandenburg. In Österreich wird die Anlage eines Partnerunternehmens bereits errichtet. „Wir möchten das Konzept auf ganz Deutschland ausweiten“, sagt Steinhauser. Ab Februar werden die ersten Projekte realisiert. Private und institutionelle Investoren können sich in Kürze an diesem zukunftsweisenden Projekt beteiligen. Die Abwicklung erfolgt über die Vermögensverwaltungsgesellschaft Bayerische Vermögen Management AG.

Die Idee findet weit über Initiatoren und Investoren Anklang. So hat sich der Sternekoch und Ernährungscoach Holger Stromberg der Idee voll verschrieben und sich mit seinem Team der Organic Garden AG angeschlossen. „Das Ernährungsbewusstsein spielt angesichts des dringend notwendigen Schutzes unseres Planeten eine wichtigere Rolle denn je“, sagt Stromberg. Er entwickelt für Organic Garden leckere und gesunde Gerichte und Lebensmittel.

Internet: www.organicgarden.eu

Ansätze verbinden
Die Wohnanlagen bieten sich für eine dezentrale Versorgung mit Organic Garden-Anlagen geradezu an. In Wertheim zum Beispiel können rund 700 Menschen in der WR Wohnraum-Anlage auch aus unteren Einkommenssegmenten leben. Wertheim selbst ist eine Stadt mit rund 24.000 Einwohnern. Da lohnt sich beispielsweise ein Organic Garden-Shop, das auch Menschen mit durchschnittlichem Einkommen nachhaltig produzierte, gesunde Lebensmittel zu moderaten Preisen bereitstellt.

Für Dr. Markus Steinhauser ist klar: Immobilien, Umwelt, Energie oder Lebensmittelproduktion – Nachhaltigkeit gewinnt in allen Bereichen an Bedeutung. Und Konzepten, die diese Zusammenhänge beachten, gehört die Zukunft.

» Mir ist es persönlich wichtig, durch unsere Investitionen soziale Verantwortung zu zeigen

Die Pandemie brachte beides – eine Beschleunigung durch Digitalisierung und eine Entschleunigung durch mehr Zeit für Privates. Das Homeoffice steht für beides.

Während der Lockdown als Entschleunigung wahrgenommen wird, drückt die verstärkte Digitalisierung aufs Tempo. Diese Gleichzeitigkeit von Widersprüchen stellt jeden einzelnen in unserer Gesellschaft vor Herausforderungen, ist die Erfahrung von Donner & Reuschel-Chef Marcus Vitt.

VERANTWORTUNG FÜR DAS GANZE

» Über all dies ist ein neuer gesellschaftlicher Dialog nötig

Alle Informationen sind sofort und überall verfügbar und lösen Erwartungen und Reaktionen aus. Diese Erwartungshaltung hat sich insbesondere durch die beschleunigte Digitalisierung noch mehr durchgesetzt, meint Marcus Vitt. Der Vorstandssprecher der Privatbank Donner & Reuschel, die auch in Düsseldorf zuhause ist, ist überzeugt: „Die gefühlte Geschwindigkeit unseres Lebens hat im Pandemie-Jahr enorm zugenommen: Information – Reaktion – neue Information – angepasste Reaktion und so weiter." Die Corona-App ist für Vitt eines der Beispiele dafür: „Der Staat lebt die Erwartungshaltung, dass jeder Bürger, egal welchen Alters, über ein modernes und aktuelles App-fähiges Smartphone verfügt und damit permanent lebt und kommuniziert."

Da die Gesellschaft eigentlich keine Wahl hatte, herrschte und herrscht noch immer eine „Wir schaffen das"-Mentalität. Beharrungsvermögen und Veränderungsresistenz traten dahinter zurück und ein Großteil der Deutschen war plötzlich bereit zu Neuem, dem sie vorher mit Skepsis begegnet waren. Auch diese einmalige Bereitschaft im Krisenmodus trug zur Beschleunigung bei.

Und nicht zuletzt verändern sich Unternehmen in enormem Tempo. „Seit Frühjahr haben viele Menschen Erfahrungen mit Home-Office, Cloud-Business und Videokonferenzen gesammelt und Firmen schufen einen komplett neuen Vertriebswege-Mix", beschreibt Bank-Chef Vitt. Statt nur die Besucher ihres Restaurants zu bewirten, verkaufen Gastronomen mittlerweile ihr Essen zum Mitnehmen und liefern deutlich mehr als früher aus. Neu sind auch komplexe Gerichte wie die Weihnachtsgans zum Fertiggaren zu Hause mitsamt Kochanleitung per Youtube-Video aus einer Event-Box. Es entstanden völlig neue Produkte und Dienstleistungen, zum Beispiel, dass seit dem ersten Lockdown digitale Stadtführungen in Düsseldorf angeboten werden: Der Guide geht mit seinem Smartphone durch die Stadt und überträgt per Videokonferenz die Führung live in die heimischen Wohnzimmer, wo seine Gäste auf dem Sofa sitzen, ihm zuschauen und sogar Fragen stellen können.

Marcus Vitt
VORSTANDSSPRECHER DER PRIVATBANK DONNER & REUSCHEL

„Über all dies ist ein neuer gesellschaftlicher Dialog nötig", fordert Vitt. So sehr digital affine Menschen diese Veränderungen herbeigesehnt haben, so sehr überfordern diese Neuerungen viele andere. Insbesondere, dass die Politik je nach Situation in enormer Schnelligkeit auch harte Entscheidungen fällt, erscheine oft improvisiert und willkürlich. In der Pandemie scheint kein Verlass mehr auf Erfahrungswerte zu sein – daher sind viele Menschen verunsichert. „Dieser Verunsicherung kann nur durch noch mehr Begleit-Kommunikation begegnet werden", weiß Vitt aus seiner langjährigen Erfahrung als Führungskraft. „Im Grunde ist das vergleichbar mit der Fusion zweier Unternehmen, wo auch enorm viel kommuniziert werden muss, damit die Mitarbeiter das neu entstehende Unternehmen mittragen und voranbringen." Vitt hatte in den Jahren 2009 und 2010 den Zusammenschluss der Hamburger Conrad Hinrich Donner Bank mit dem Bankhaus Reuschel & Co. in München zur neuen Donner & Reuschel Bank maßgeblich vorangetrieben.

Gleichzeitig zur Beschleunigung sorgte der Lockdown aber für das genau gegenteilige Empfinden einer Entschleunigung. Denn Menschen verbringen viel mehr Zeit allein zuhause oder im allerengsten Familienkreis. Auch Vitt zählt dazu. Das fast wöchentliche Pendeln zwischen der Zentrale in Hamburg und dem wichtigsten zweiten Standort in München entfällt. Der ehemalige Vielflieger hat nun schon zehn Monate lang keinen Flughafen betreten. Sollte doch eine Reise nötig sein, fährt er sicher im Einzelabteil im Nachtzug. „Mein CO2-Fußabdruck hat sich dadurch deutlich verbessert", freut er sich über den Klimaschutzeffekt. Zudem bescherte ihm der Wegfall von gesellschaftlichen Veranstaltungen mehr Zeit an Abenden als jemals zuvor. Die nutzt er für intensive Gespräche mit der Familie ebenso wie für virtuellen Austausch im Freundeskreis.

Dabei drehen sich die Themen natürlich viel um Corona und Medizin – und dabei kann Marcus Vitt durchaus mitreden. Denn der Vorstandssprecher von Donner & Reuschel hat vor seiner Banker-Karriere als Rettungssanitäter gearbeitet und träumte einst davon, Arzt zu werden. Zudem leitet einer seiner drei Brüder ein Biotech-Unternehmen. Schon früh realisierte Vitt aufgrund dieser intensiven Beschäftigung mit dem Medizin-Umfeld, welcher Umbruch durch das neue Coronavirus bevorsteht. Als Unternehmenschef ließ er deshalb das Privatbankhaus bereits im Februar zweimal den Lockdown im Homeoffice proben und bereitete so seine mehr als 500 Mitarbeiter auf das Arbeiten aus der Privatwohnung vor. Ab Mitte März, also schon vor dem offiziellen Lockdown, schickte er dann die gesamte Belegschaft nach Hause – und freut sich: „Es klappte alles reibungslos."

Auch bei den Hygienevorkehrungen vor Ort dachte Vitt weiter: „Während andere Unternehmen Desinfektionsmittel besorgten, kaufte ich solche mit hautpflegenden Eigenschaften gegen trockene Hände." Schon im März ließ er zudem Stoffmasken fertigen. „Das Donner & Reuschel-Logo ist sehr klein darauf, denn ich wollte sicherstellen, dass unsere Mitarbeiter und Kunden sie auch tragen und nicht als Werbung ablehnen", erzählt er.

Ob als Bankvorstand oder als Privatmann: Vitt schätzt es, sich für die Gesellschaft zu engagieren: „Ich stelle sehr gern Mitarbeiter ein, die ein Ehrenamt ausüben." Er selbst engagiert sich vielfältig im Charity-Umfeld, zum Beispiel im Kuratorium bei „Children for a better World". „Die Pandemie hat gezeigt, dass jeder Verantwortung für das Ganze übernehmen kann und auch muss." Die Bewältigung der Pandemie fängt bei jedem Einzelnen persönlich an, ich für alle, aber natürlich dann auch alle für mich.

EIN NEUES VERLANGEN NACH KUNST

Die Kunst hat in der Pandemie eine Bedeutung, die über die einer Wertanlage weit hinausgeht, sagt Dirk Geuer, Geschäftsführer von Geuer & Geuer Art. Gemeinsam mit ntv-Kunstexperte Wolfram Kons erfüllt der Düsseldorfer Galerist in der Doku-Reihe ntv Inside Art die Sehnsucht der Menschen nach Kunst.

Dirk Geuer (l.) und Wolfram Kons (r.) besuchten den österreichischen Künstler Gottfried Helnwein in dessen Anwesen in Irland für die Sendung ntv Inside Art.

Dirk Geuer
GALERIST UND GESCHÄFTSFÜHRER VON GEUER & GEUER ART GMBH IN DÜSSELDORF

»Wer in seiner Galerie auf Sammler wartet, wird es nicht schaffen

»Es könnte eine ganz besondere Epoche der Kunst, die Corona-Art-Phase, werden, in der sehr intensiv erarbeitete Werke stehen

Wolfram M. Kons
NTV-KUNSTEXPERTE, MODERATOR UND CREATOR NTV INSIDE ART

Als das öffentliche Leben in Deutschland aufgrund der Corona-Pandemie erst im Frühjahr und im Dezember des Jahres 2020 erneut heruntergefahren wurde, traf dieser Lockdown auch Kunst und Kultur. Das bedeutete: Auch Kunstgalerien mussten zeitweise geschlossen bleiben, Ausstellungen konnten nicht wie gewohnt öffnen. So erging es auch Dirk Geuer und seiner Galerie Geuer & Geuer Art an der Heinrich-Heine-Allee in Düsseldorf. Für den Galeristen, Ausstellungsmacher und Verleger boten sich durch die Krise aber neue Möglichkeiten. „Das Gute an solchen Zeiten wie diesen ist, dass jede Veränderung eine Chance bedeutet“, sagt Dirk Geuer. „Wer in seiner Galerie auf Sammler wartet, wird es nicht schaffen“, betont Geuer. „Zeitenwenden zu erkennen und kreativ darauf zu reagieren, das war schon immer etwas, was mich angetrieben und herausgefordert hat.“

Das Interesse an Kunst war bei den Menschen weiter hoch – nur ließ sich das nicht anhand von Besucherzahlen ablesen. Mehr noch: Viele Menschen verstehen, was ihnen ohne die Kunst fehlt. „Vor der Pandemie wurden Kunst und Kunstausstellungen von vielen Menschen nur noch konsumiert, es war ganz normal“, erklärt Geuer. Es entstand eine neue Sichtweise und ein neues Verlangen nach Kunst. „Wenn man quarantäne-bedingt viel Zeit innerhalb der eigenen Wände verbringen muss, dann entdeckt man sein Zuhause plötzlich ganz anders“, sagt Geuer. Viele Kunden und Sammler seien in diesem Jahr sehr glücklich darüber gewesen, ein neues Kunstwerk erworben zu haben. Viele hätten Werke bedeutender Künstler aber auch als Vermögensanlage für sich entdeckt, da Gold oder andere Anlagen einfach zu teuer geworden seien. „In erster Linie vermittle ich jedoch Kunstwerke als Kunst und keine Anlagen“, betont Geuer. „Die wichtigste Aufgabe einer Galerie ist es, das Vertrauen der Kunden und Sammler zu vertiefen.“

Ein Weg, um die Lust auf Kunst zu den Menschen zu bringen, bestand und besteht bei Dirk Geuer auch darin, mit seinem internationalen Netzwerk den preisgekrönten TV-Journalisten und Filmemacher Wolfram Kons zu unterstützen. In den erfolgreichen, gemeinsamen Kunst-Dokumentationen „ntv Inside Art“ nahmen Kons und Geuer die Zuschauer mit dorthin, wo die Kunst entsteht: in die Ateliers und Studios der Künstler. „Die Reaktionen auf ntv Inside Art waren noch nie so intensiv wie in diesem Jahr. So viele Zuschauer wie nie haben sich gemeldet und waren glücklich und dankbar, einfach mal in eine andere Welt eintauchen zu können“, berichtet Wolfram Kons. Bei einem so einzigartigen Schöpfungsprozess hautnah dabei sein zu dürfen, „das haben viele Zuschauer als ein exklusives Privileg empfunden“, so Kons. „Der Entzug, den wir gerade erleben, schafft etwas Wunderbares für die Kunst“, ergänzt Geuer. Zu den Sendungen, die bei ntv gezeigt werden, legt Dirk Geuer eigene Kunst-Editionen auf mit Künstlern wie Tony Cragg, Günther Uecker oder Julian Schnabel. „Gerade in Zeiten geschlossener Museen haben wir gemerkt, dass die Sehnsucht nach Nähe zur Kunst besonders groß ist“, sagt Kons.

Geuer als Galerist und Kons als Kunstexperte pflegen bei ihrer Arbeit den direkten, den menschlichen Kontakt zu den Kunstschaffenden. So erhielten die beiden einen Einblick dort hinein, wie die Pandemie die Künstler und die Kunst beeinflusst. Sie sprachen mit den Künstlern über genau diese spezielle Phase ihres Lebens und ihres Schaffens während der Pandemie. „Die meisten sagen: Ich hatte noch nie so viel Zeit für meine künstlerische Arbeit, konnte mich noch nie so sehr auf meine Malerei oder Fotografie oder Bildhauerei konzentrieren. Es gib keine Ablenkungen – wunderbar. Es könnte eine ganz besondere Epoche der Kunst, die Corona-Art-Phase werden, in der sehr intensiv erarbeitete Werke stehen“, erläutert Wolfram Kons. „Die Kunst hat schon so viele Kriege, Krankheiten, Umweltkatastrophen und Börsencrashs überstanden und wird auch Corona überstehen“, ist sich Dirk Geuer sicher.

Auch die globalen Reiseeinschränkungen haben auch Künstlern die Arbeit erschwert. Denn Kunst braucht Inspiration, braucht Eindrücke, die dann in den Werken der Kunstschaffenden verarbeitet werden. Für neue Motive braucht es Motivation. „Viele von ihnen sagen jetzt: Ich muss mal wieder raus, will reisen, brauche Inspiration, will Menschen treffen. Sonst fällt mir die Atelier-Decke auf den Kopf“, erzählt Kons. Auch die Produktion erfolgte in diesem Jahr unter erschwerten Bedingungen. „Wir sind eine international aufgestellte Produktion. Da war dieses Jahr eine echte Herausforderung. Inden USA konnten wir die meiste Zeit des Jahres zum Beispiel nicht drehen. Wir haben aber dieses Jahr noch mit Covid-Testes vorab in Irland mit Gottfried Helnwein und in Frankreich mit Stefan Szczesny drehen können – eine Woche, bevor in St. Tropez alles dicht gemacht wurde“, erzählt Kons. Und es ist natürlich wunderbar, dass wir hier in Düsseldorf so viele herausragende Künstler haben. Die Produktion mit den Atelier-Partnern Stephan Kaluza und Dieter Nuhr war ein sehr inspirierendes und erfolgreiches Heimspiel“, betont Kons.

Für Verleger und Galerist Geuer ist die Kunstszene auch für die Zeit nach der Pandemie auf einem guten Weg. Zeitenwende bedeutet nicht Schaffenskrise: „Die wahren Künstler und Kunstschaffenden machen einfach weiter. Denn die Kunst zu erschaffen bedeutet die Kunst unbedingt leben zu wollen. Das wird auch eine Pandemie nicht ändern können.“

»Eine Infektion ist immer eine Frage der Virenlast oder zu weniger Abwehrkräfte

Bewegung an der frischen Luft ist gesund. Diese altbekannte Weisheit gewinnt gerade in Corona-Zeiten an Bedeutung.

WARUM UNSER IMMUNSYSTEM JETZT SO WICHTIG IST

In einem von Corona geprägten Jahr bekommt das Immunsystem neue Aufmerksamkeit. Denn seine Bedeutung als wichtige Abwehrkraft gegen das Virus nimmt in der Pandemie zu – neben den allgemeinen Regeln zum Schutz vor einer Infektion wie Abstand, Mund-Nasen-Schutz, Handhygiene und Lüften.

Prof. Dietrich Baumgart
PARTNER DER PRAXISKLINIK PREVENTICUM
IN DÜSSELDORF UND ESSEN

Viele ungesunde Verhaltensweisen, die durch einen Lockdown oft noch verstärkt werden, erschweren es dem Körper; Viren abzuwehren. Dabei ist ein ausgeglichenes Immunsystem zur Virenabwehr genauso wichtig wie die Einhaltung der AHA-L Regeln zum Schutz vor einer Corona-Infektion. „Eine Infektion ist immer eine Frage der Virenlast oder zu weniger Abwehrkräfte“, erklärt Professor Dietrich Baumgart. Der Facharzt für Kardiologie und Innere Medizin ist Partner der interdisziplinären Praxisklinik Preventicum in Düsseldorf und Essen.

Die erste Verteidigungslinie des Immunsystems gegen das Virus ist ein gesunder Lebensstil. Dieser beginnt mit Bewegung und Ernährung. Die Abwehrkräfte können durch regelmäßige Bewegung an der frischen Luft angekurbelt werden. Ein täglicher 30-minütiger flotter Spaziergang reicht bereits aus, um das Immunsystem zu stärken. Sich frisch und vitaminreich mit Obst und Gemüse zu ernähren, ist jetzt wichtiger denn je. Die Vitamine C, D und B stärken die Körperabwehr. Mangelerscheinungen schwächen sie. „Ein Vitamin-D-Mangel führt beispielsweise nachgewiesen zu einem schlechteren Verlauf bei einer Covid-19 Erkrankung“, erklärt Baumgart. Die deutsche Bevölkerung leide generell unter einem Vitamin-D-Mangel aufgrund des Mangels an Sonnenlicht. „Eine immunstärkende Wirkung hat Vitamin D hochdosiert ab einer 20.000er-Einheit. Ob jemand einen Mangel hat, kann der Hausarzt durch einen einfachen Bluttest feststellen“, sagt Baumgart. Vitamin D ist in hoher Dosierung verschreibungspflichtig. Geringere Dosierungen mit 1.000er-Einheit sind ohne Rezept in Apotheken erhältlich, aber auch nicht so wirksam.

Übergewicht schwächt die Abwehrkräfte

Eine schlechte, unausgewogene Ernährung mit wenig Ballaststoffen, viel Fett, Salz und Zucker führt zu weiteren Problemen wie Übergewicht. Und das wiederum ist einer der größten Risikofaktoren für einen schweren Verlauf bei einer Covid-19 Erkrankung. „Wir sprechen hier nicht von fünf Kilo Übergewicht, sondern von 20, 30 Kilo oder mehr. Die beiden Hauptrisiken für einen schweren Covid-19-Verlauf sind Alter und Übergewicht“, sagt Baumgart. Der Grund: Das Fettgewebe von adipösen Menschen produziert vermehrt Zytokine, die zu entzündlichen Prozessen im Körper führen. Befällt das Corona-Virus eine Zelle, so schüttet diese Zytokine aus – bei stark übergewichtigen Patienten allerdings ein Übermaß an Zytokinen. „Dieser Zytokinsturm führt dann zu einer Vergiftung des Körpers und zum Tod des Patienten,“ erklärt Baumgart. Eine interdisziplinäre Studie der Universität Leipzig fand heraus, dass auch fettleibige Menschen durch Bewegung ihren erhöhten Zytokinspiegel senken können. Ein Grund mehr für Bewegung an der frischen Luft.

Gesundes Essen unterstützt das Immunsystem

Frisches Obst und Gemüse, Vollkornprodukte und Nüsse tragen dazu bei, den Körper auf eine bessere Bekämpfung von Krankheiten vorzubereiten. Vitamin C kann die Produktion weißer Blutkörperchen stimulieren, die für die Bekämpfung von Infektionen von entscheidender Bedeutung sind. Zitrusfrüchte, Erdbeeren, rote Paprika und Kiwis sind reich an Vitamin C. Mit einer solchen Auswahl ist es einfach, jeder Mahlzeit Lebensmittel mit hohem Nährstoffgehalt hinzuzufügen.

Qualitätszeit nehmen

„Die mentale Verfassung spielt ebenso eine große Rolle für das Immunsystem. Denn das Immunsystem wird von der Psyche beeinflusst. Das ist wissenschaftlich erwiesen. Stress, Streit, berechtigte Sorgen, Angst, Einsamkeit – all das spielt hier eine Rolle“, erklärt Baumgart. Nicht immer sei es einfach, sich von negativen Gedanken zu befreien. Er empfehle deshalb leicht umsetzbare Maßnahmen wie eine tägliche 20 bis 30 Minuten lange Qualitätszeit. „Qualitätszeit für mich bedeutet beispielsweise Musik zu hören, ein Buch zu lesen oder einen Mittagsschlaf zu machen. Auch Atemübungen mit bewusstem Ein- und Ausatmen sind sehr hilfreich. Den Rest der Welt für einen Moment auszublenden, wirkt Wunder und reduziert den Stress“, rät Baumgart.

Glückstagebuch führen

„Warum die anhaltende Ruhezeit im Lockdown nicht trotz aller Beschränkungen bestmöglich nutzen?“, dazu regt auch Dr. Andreas Hagemann an. Der Facharzt für Psychiatrie und Psychotherapie sowie Ärztliche Direktor der Röher Parkklinik in Eschweiler bei Aachen ist spezialisiert auf Angst- und Panikstörungen, chronische Schmerzen, Burnout und Depressionen. Wer den Eindruck habe, dass es in seinem Leben gar keine positiven Dinge mehr gebe, dem empfiehlt Hagemann, ein Glückstagebuch zu führen: „Wenn ich mich jeden Tag hinsetze und mindestens drei meiner kleinen persönlichen Glücksmomente des Tages aufschreibe oder sie einem nahen Menschen erzähle, werden sie mir bewusst. Das kann durchaus ein leckerer Kaffee am Morgen oder die Nachricht einer lieben Person sein. Denn die kleinen Glücksmomente gibt es jeden Tag in erstaunlicher Menge. Wenn ich mich trainiere, sie zu bemerken, werde ich immer wieder Momente von Glück erleben – selbst in den momentan wenig beglückenden Zeiten.“

Dr. Andreas Hagemann
ÄRZTLICHER DIREKTOR DER
RÖHER PARKKLINIK IN ESCHWEILER

GASTRO WILL WIEDER ZEIGEN, WAS SIE KANN

Drei Gastronomen und Veranstalter berichten, wie sie durch das sehr schwierige Jahr 2020 gekommen sind – und auch, was sie sich von der Politik für das nächste Jahr erhoffen. Eines ist allen gemeinsam: Unterkriegen lassen sie sich nicht. Daher haben sie auch neue Konzepte entwickelt.

Franco Giannetti
GROSS-GASTRONOM AUS ESSEN

»Wir wollen möglichst schnell wieder unser eigenes Geld verdienen können

Die Gastronomie gehört zweifellos zu den Bereichen, die am härtesten von der Pandemie betroffen sind.

Arif Köse
GESCHÄFTSFÜHRER RUDAS STUDIOS

Kerstin Rapp-Schwan
GRÜNDERIN UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER SCHWAN-RESTAURANTS

Bei einem Punkt lässt **Franco Giannetti** nicht mit sich reden: „Qualität ist das Wichtigste, da mache ich keine Kompromisse“, lautet das Credo des Groß-Gastronoms aus Essen, dem sieben Restaurants in Essen und eines in Gelsenkirchen-Buer gehören (www.the-g-group.de) – das neunte kommt 2021 mit dem Kesselhaus in Mülheim dazu. Der seit November geltende zweite Lockdown trifft auch ihn hart – so wie die gesamte Branche. „Auch ich kenne daher das Gefühl von Verzweiflung“, sagt der 49-Jährige, der über 200 Mitarbeiter in Festanstellung beschäftigt. „Einen Großteil davon musste ich zwangsläufig jetzt wieder in Kurzarbeit schicken.“ Zumal er nur in zwei seiner Betriebe den Außer-Haus-Verkauf anbietet. „Für alle ist das einfach nicht praktikabel“, erläutert er.

Stattdessen hat er in Zusammenarbeit mit dem Rheinische Post Forum und der Walser Privatbank eine andere Möglichkeit kreiert. „Le Box“ heißt dieses Projekt. Vier erlesene Menüs aus der Spitzenküche konnten ab dem 27. November online bestellt werden, persönlich gekocht von Giannetti und zwei weiteren Chefköchen. Mittels eines QR-Codes konnte man bei der Zubereitung online sogar zuschauen. Die Speisen wurden dann vakuumverpackt und in einer Box ausgeliefert – daher der Name. Die Nachfrage nach dem Drei-Gang-Adventsmenü, dem Gänsemenü und der „La Famiglia – Cucina alla Mamma“ war riesig. „Alle drei waren rasch ausverkauft“, sagt Giannetti. Und auch das vierte, das Silvestermenü, erfreute sich bei Redaktionsschluss dieser Beilage schon großer Nachfrage.

Was natürlich über die grundsätzlich sehr schwierige Lage nicht hinwegtäuschen kann. „Allein mit Veranstaltungen wie Hochzeiten und Firmenevents machen wir ansonsten einen Jahresumsatz von etwa 2,5 Millionen Euro. Die sind in diesem Jahr größtenteils weggefallen“, erläutert Giannetti. Nach dem ersten und bis zum zweiten Lockdown sei das Tagesgeschäft in seinen Restaurants aber wieder zufriedenstellend gelaufen: „Gottseidank sind die Leute da wieder gekommen, haben wir vernünftige Umsätze erzielt.“

Natürlich hofft auch Giannetti, dass der zweite Lockdown möglichst schnell vorbei sein wird. „Vor Ostern rechne ich damit aber nicht. Und die gewohnten Umsätze dürften wir frühestens wieder ab Juni/Juli machen. Von der Politik erwarte ich dabei einfach, dass gemachte Zusagen eingehalten werden.“

Dabei denkt er nicht zuletzt an eine kurz vor Weihnachten vom Bundestag beschlossene Regelung zu Gewerbemieten bei coronabedingten Schließungen von Läden, Restaurants, Cafés und Hotels. In dieser Regelung – keine Gesetzesänderung – sind die Rechte von Gewerbemietern gestärkt worden, sollen sich Vermieter und Mieter bei Unstimmigkeiten künftig leichter einigen können. „Bislang gab es da von Seiten der Vermieter wenig Entgegenkommen“, sagt Giannetti, übrigens ein echtes Kind des Ruhrgebiets.

1971 kam er als Sohn italienischer Einwanderer zur Welt, wuchs in Duisburg-Hochfeld auf – und wirbelte schon als kleiner Junge im elterlichen Betrieb „Bei Giorgio“ herum. „Mein Vater hat den Service gemacht, und meine Mutter hat gekocht – und zwar immer so, als würde die Familie vorbeikommen“, erinnert er sich. Das habe ihn geprägt – bis heute. Bereits mit 21 Jahren machte er sich dann selbstständig – der Beginn einer sehr erfolgreichen Karriere, die bis heute anhält.

Arif Köse ist Geschäftsführer der im Herzen des Düsseldorfer Medienhafens gelegenen Rudas Studios – ein früheres Film- und Tonstudio, das nun eine hochmoderne Eventlocation für Partys und Festlichkeiten jeglicher Art ist und in dem Messen, Produktpräsentationen, Ausstellungen und Schulungen stattfinden. Als der erste harte Lockdown verhängt wurde, dachte Köse erst mal ganz praktisch: „Wir konnten Feinheiten umsetzen, die in der Alltagshektik verloren gehen.“ Konkret hieß das vor allem: „Wir haben erst mal renoviert und vieles ausgebessert.“

Im Unterschied zur klassischen Gastronomie konnte Köse aber auch nach dem ersten Lockdown nicht mehr den gewohnten Betrieb aufnehmen – Großveranstaltungen sind ja bis heute untersagt. „Wir hatten zwar zunächst gehofft, aber nach zwei, drei Monaten war klar: Veranstaltungen, wie wir sie kennen, wird es 2020 nicht mehr geben. Also haben wir umgedacht und uns den Gegebenheiten angepasst. Events, Entertainment, Partys – all das, was wir machen und können, durften wir ja nicht mehr“, sagt Köse. „Generell war 2020 für uns daher ein Jahr des Stillstands und des Umdenkens.“

Zu letzterem zählte ein neues Gastro-Konzept, das im Sommer entwickelt wurde: Dinner mit Entertainment. „Varieté und Akrobatik, verbunden mit einem Vier-Gänge-Menü“, erläutert Köse. „Im Herbst wollten wir damit so richtig durchstarten.“ Doch dann kam auch schon der zweite Lockdown. „Daraufhin mussten wir also wieder umdenken“, sagt Köse.

Seitdem bietet er sogenannte Hybridveranstaltungen an – also Veranstaltungen, die eine Mischung aus Live-Event und virtuellen Elementen sind. „Auf der Bühne findet zum Beispiel eine Talkrunde mit einem Moderator und zwei, drei Gästen statt, und das wird dann im Netz per Streaming live übertragen.“ Die Nachfrage sei direkt sehr groß gewesen. „Da nirgendwo mehr große Konferenzen stattfinden können, wählen auch viele Firmen nun diese Form. Mit unseren Studios haben wir dafür die besten technischen Voraussetzungen“, erläutert Köse. Zugleich bekräftigt er: „Für die Rudas Studios heißt es 2021: Volle Kraft voraus!“

„Wir sind keine Garage, die man einfach auf- und zumachen kann“: Dieser Satz fällt einige Male, wenn man mit **Kerstin Rapp-Schwan** über das zu Ende gehende Jahr spricht. Genau diese Erfahrung musste die Gründerin und Geschäftsführerin der vier Schwan-Restaurants (und einmal das Beethoven in Flingern) in Düsseldorf und Neuss 2020 aber machen – angefangen mit dem ersten Lockdown vom 23. März bis 11. Mai. „Als wir plötzlich komplett schließen mussten, befanden wir uns schon zunächst in einer Art Schockstarre. So richtig glauben wollte das zunächst keiner“, erzählt die Inhaberin, die im 20. Jahr selbstständig ist. „Da war die Verzweiflung groß – gerade auch wegen der Sorge um unsere Mitarbeiter, die wir in Kurzarbeit schicken mussten. Nur 60 Prozent vom Monatsgehalt, dazu eben logischer Weise auch kein Trinkgeld mehr: Auch die Mitarbeiter hat es sehr hart erwischt“, sagt Rapp-Schwan. Sie selbst und einige Mitarbeiter seien dann erst mal zwei Wochen damit beschäftigt gewesen, sich in neue Thematiken wie Kurzarbeit einzuarbeiten und die entsprechenden Schritte einzuleiten.

„Dazu liefen die Mieten weiter, auch wenn wir keine Einnahmen mehr hatten. Stundungen halfen da auch nicht wirklich weiter. Denn das sind ja nur aufgeschobene Zahlungen“, bekräftigt Rapp-Schwan – und bekennt: „In der ersten Zeit habe ich aus Verzweiflung viel geweint.“

Und denkbar knapp sei dann auch die Vorbereitungszeit für den Re-Start gewesen: „Da hatten wir gerade einmal 48 Stunden Zeit, das geforderte Hygienekonzept zu erstellen.“ Von den Nöten in der Gastronomie hatte sich unmittelbar davor auch ein prominenter Gast bei ihr erkundigt: NRW-Wirtschaftsminister Andreas Pinkwart war in ihrem Restaurant am Düsseldorfer Burgplatz zu Gast. Statt der geplanten 30 Minuten blieb er 70 Minuten.

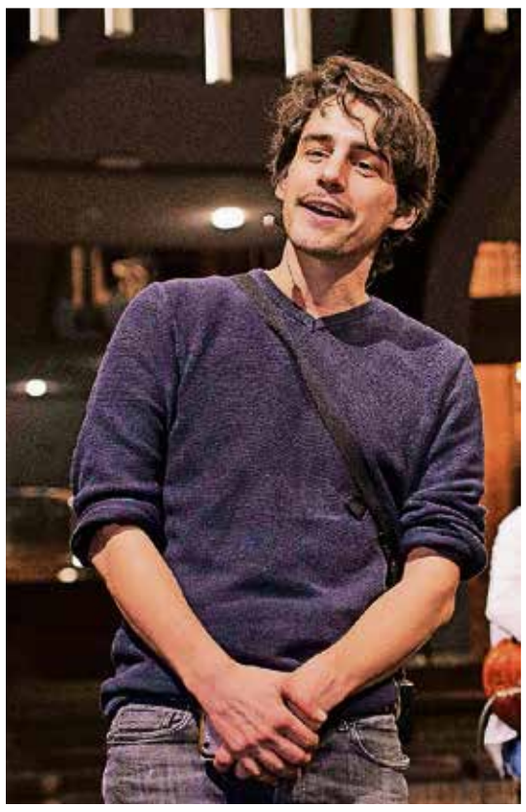
Und dann kam der zweite Lockdown. „Den haben wir dank der Erfahrungen vom ersten zwar viel routinierter angehen können, doch auch da waren wir völlig auf uns alleine gestellt. Was mich dabei sehr ärgert: Über den Sommer hinweg hat sich die Politik nicht mit den Folgen eines zweiten Lockdowns für die Gastronomie auseinandergesetzt, da gab es keine definierten Hilfen, keine Strategie und kein Konzept“, sagt Rapp-Schwan – und betont noch einmal mit Nachdruck, dass man eben keine Garage sei. Dabei wolle sie überhaupt nicht am staatlichen Tropf hängen: „Mein größter Wunsch ist, dass wir möglichst schnell wieder unser eigenes Geld verdienen können.“

KULTUR BRAUCHT BEGEGNUNG

Corona hat viele Bereiche des Lebens lahmgelegt. Insbesondere aber hatten und haben die Künstler unter den sich ständig ändernden Bestimmungen und Maßnahmen und nun auch unter dem zweiten Lockdown zu leiden. Michael Becker, Intendant der Tonhalle Düsseldorf, betont, wie wichtig Musik für die Menschen ist. Rolf Stahlhofen, Mitgründer der Söhne Mannheims, hofft auf mehr Vertrauen in die Veranstalter.

Beim Pfingstkonzert, das als Livestream übertragen wurde, konnten die Zuschauer zu Hause vor den Monitoren in den Konzertsaal zoomen.

Mit seiner Stiftung Water Is Right engagiert sich Rolf Stahlhofen dafür, dass Wasser Allgemeingut wird.



Künstler der freien Szene wie Ana Bonfin und Jony Freitas gaben beim Musikalischen Weihnachtsmarkt Konzerte.

„Kunst hat die Aufgabe, kritisch zu hinterfragen"

„Man hat allen Kulturschaffenden mit den Lockdowns ein Berufsverbot auferlegt", sagt Rolf Stahlhofen, Musiker und Mitgründer der Söhne Mannheims. „Und wenn man das tut, öffnet man gefährlichen Strömungen die Türen. Kunst hat schließlich die Aufgabe, Katalysator zu sein, kritisch zu hinterfragen." Deshalb fordert er von der Politik, den Veranstaltern mehr zu vertrauen: „In der Veranstaltungsindustrie sind Fachleute am Werk, die wissen, wie es geht. Man sieht ja auch im Bundestag, dass die professionell umgesetzten Hygienekonzepte funktionieren. Die Kunst leidet an der Pandemie. Gerade die Alleinunterhalter, die DJs, die über die Dörfer ziehen, der Pianist im Irish Pub: Sie alle sind Tagelöhner auf hohem Niveau, denen das Einkommen komplett weggebrochen ist und die das Gefühl haben, vergessen zu werden. Mehr als eine Millionen Menschen arbeiten in der Kulturbranche. Und darunter sind erschreckend viele, die nicht wissen, wie sie den nächsten Monat überstehen sollen." 130 Milliarden Euro setze die Branche jährlich um und sei damit der sechstgrößte Wirtschaftszweig Deutschlands – eine Lobby aber habe sie nicht. „Es gibt ja die 17 Sustainable Development Goals, kurz STGs, die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung. Ich finde, es ist an der Zeit für ein 18. Ziel, den Erhalt und die Förderung von Kunst und Kultur", sagt Rolf Stahlhofen und ergänzt: „Sie sollten auch in der Unternehmenskultur eine Rolle spielen, denn sie sind so genauso wichtig wie Sport und Bewegung. Schließlich muss man ja auch seinen Kopf fordern, geistig beweglich bleiben." Auch die Medien seien gefragt, nicht nur Mainstream zuzulassen, sondern auch eine Bühne für unbekanntere Künstler mit Ecken und Kanten zu bieten.

Rolf Stahlhofen fordert, den Veranstaltern mehr zu vertrauen.

Auch seien Veranstaltungen durch das Ticketing monopolisiert worden. „Vielleicht ist es jetzt an der Zeit, daran etwas zu ändern." Denn es gehe auch anders. So hätte der Straßenunterhaltungsdienst, also die mobile Truppe der Söhne Mannheims, auch so manches spontane Konzert auf dem Dorf gespielt. Der eine ansässige Händler habe den Kartenverkauf übernommen, der andere sich um die Security gekümmert. „Und das hat funktioniert." Insgesamt aber hätte das Kollektiv nur wenige Konzerte gegeben. „Die waren zwar nicht kostendeckend, aber es ging ja vor allem darum, unsere Musiker zu unterstützen. Und die Konzerte waren so gut organisiert, dass wir uns nicht einen Moment unwohl oder unsicher gefühlt haben." Auch Streaming-Konzerte hätten sie gegeben und im 25. Jahr ihres Bestehens nun auch ein Livealbum per Streaming herausgebracht: „Das gibt es jetzt auf der ganzen Welt", sagt Stahlhofen. „Es ist zwar toll, welche wunderbaren Lösungen die Techniker entwickelt haben, aber ein echtes Livekonzert ist weitaus energetischer, da passiert weit mehr als nur die Musik."

Am meisten habe er im vergangenen Jahr den persönlichen Austausch mit dem Publikum vermisst: „Das ist ja ein Geben und Nehmen." Diesem Gedanken folgend, hat Rolf Stahlhofen vor zehn Jahren die Stiftung „Water Is Right", kurz WIR, ins Leben gerufen. Denn: „Wasser muss ein Allgemeingut sein", sagt Stahlhofen, der in den vergangenen zehn Jahren über Konzerte für 4,5 Millionen Menschen den Zugang zu Wasser und zu sanitären Anlagen realisiert hat. „Ich glaube an den zehnten Teil", sagt er. „Das heißt, wenn ich zehn Konzerte gebe, kann ich einen Teil davon in wichtige Projekte stecken – und das ist auf jeder Ebene und von jedem umsetzbar."

„Die Lust an der Kreativität ist unser Rettungsanker"

„Düsseldorf hat lange versucht, die Kultur noch zu ermöglichen", sagt Michael Becker, der Intendant der Tonhalle. „Beim ersten Lockdown im März gab es dazu lange Diskussionen mit dem damaligen Oberbürgermeister, der nicht wollte, dass die Kultur einem Virus zum Opfer fällt." Nun ist es bereits der zweite Lockdown, der wie schon der erste, die Menschen aufgrund sich ständig ändernder Zahlen zutiefst verunsichert. „Ein Politiker im fernen Berlin kann sich wahrscheinlich gar nicht vorstellen, was das für uns bedeutet", sagt Becker. „Denn als der erste Lockdown vorüber war, kamen die Menschen nicht zurück in die Konzerte, wir haben vor halbleerem Haus gespielt, hatten aber weitaus mehr organisatorischen und denselben wirtschaftlichen Aufwand."

Zutiefst dankbar ist er dafür, dass die Gesellschaft der Freunde und Förderer der Tonhalle die Institution stark finanziell unterstützt hat, und dass mehr als 1800 Musikbegeisterte, die das Recht auf Erstattung ihrer Tickets gehabt hätten, darauf verzichtet haben. Auf diese Weise kam die enorme Spendensumme von 170.000 Euro zusammen, 100.000 Euro glichen einen guten Teil der Verluste aus, die durch ausgefallene Konzerte entstanden waren, und 70.000 Euro davon konnte die Tonhalle den besonders von der Krise betroffenen freischaffenden Künstlern auszahlen. Um diese wichtige Berufsgruppe zu unterstützen, wurde vor Kurzem zudem ein besonderes Format realisiert: Am 16., 17. und 18. Dezember war das Konzerthaus Schauplatz eines „Musikalischen Weihnachtsmarkts", der per Livestream übertragen wurde. Zwölf verschiedene Ensembles und Solokünstler aus der freien Szene waren daran beteiligt. Doch war dies nicht das einzige neue Format, das die Tonhalle in diesem schwierigen Jahr zu ihrem Publikum gebracht hat. Zu Pfingsten gab es ein 360°-Grad-Konzert als Livestream, bei dem die Zuschauer zu Hause an den Monitoren in das Rund des Mendelssohn-Saals zoomen und quasi darin spazieren gehen konnten. „Bei 30.000 hat Youtube aufgehört zu zählen", sagt Becker begeistert, der sich ebenso sehr über die Kreativität und Spielfreude des Ensembles freut: „Die Musiker hatten ganz viele Ideen, wie wir unserem Publikum in diesen Zeiten etwas bieten können. Die Lust an der Kreativität ist unser Rettungsanker." Es entstand das Format Düsy@Home, also Musik aus dem Homeoffice. „Eigentlich besteht die große Kunst eines Orchesters ja darin, dass man nicht den einzelnen Künstler hört, sondern das Ganze." Doch auch dafür gab es pfiffige Lösungen: Klarinettist Ege Banaz zum Beispiel multiplizierte sich kurzerhand selbst. So schuf er trotz Isolation Bigband-Sound.

Aber auch wenn die Technik heutzutage vieles ermöglicht und die ältere Generation keine Berührungsängste mit dem Internet hat, so ist das doch nicht das Gleiche: „Musik ist ein Grundbedürfnis, und Musik live zu erleben, ist durch keine Konserve – und sei sie noch so gut gemacht – zu ersetzen", sagt Michael Becker. „Zwar hat uns dieses Jahr viele tolle neue Lösungen beschert, aber es hinterlässt eine riesige Sehnsucht danach, sich auch wieder im Konzertsaal zu begegnen. Deshalb hoffe ich, dass es bald eine zuverlässige Zertifizierung für Kulturstätten gibt, die im Fall einer Pandemie gilt. Auch hoffe ich, dass die Infektionsraten so weit sinken, dass wir im kommenden Jahr wieder richtig loslegen können und dass unser Publikum dann auch wieder zu uns kommt."

Michael Becker hofft, dass bald wieder Zuschauer in die Tonhalle kommen können.

»Musik ist ein Grundbedürfnis, und Musik live zu erleben, ist durch keine Konserve zu ersetzen

Michael Becker
Intendant Tonhalle

Die Kommunikationsagentur Castenow berät ihre Kunden bei der Markenführung und dem Employer Branding, also der Profilierung des Unternehmens, und muss natürlich selbst mit gutem Beispiel vorangehen. Allein schon der Firmensitz im Düsseldorfer Hafen trägt dazu bei, sich vom Durchschnitt abzuheben.

„HOMEOFFICE IST GESETZT"

Trotz Corona: Unternehmen müssen sich jetzt und künftig noch mehr als attraktive Arbeitgeber präsentieren, um die Talente der Zukunft für sich zu gewinnen. Was dies bedeutet und wie sich Unternehmen darauf einstellen können, erklärt Dieter Castenow, Geschäftsführender Gesellschafter der Düsseldorfer Agentur Castenow GmbH, im Interview.

Dieter Castenow
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER DER CASTENOW GMBH

» Unternehmen müssen sich als attraktive Arbeitgeber vorstellen

Um qualifizierte junge Menschen als Mitarbeiter zu gewinnen, müssen Unternehmen heute flexibel reagieren. Bei Kommunikationsagenturen wie Castenow gehört Flexibilität zur DNA des Unternehmens.

Agenturen gibt es viele. Was zeichnet Ihre aus? Wie unterscheiden Sie sich von anderen am Markt?
Dieter Castenow Die Castenow GmbH ist eine Kommunikationsagentur mit dem Schwerpunkt ‚Markenführung'. Im Zentrum der Arbeit steht das Thema ‚Employer Branding', also das Profilieren eines Unternehmens zur – positiv besetzten – Arbeitgebermarke.

Das ist also ein anderer Fokus als bei der klassischen Werbung. Wieso konzentrieren Sie sich darauf?
Castenow Gab es früher die beiden Schwerpunkte Produkt- und Imagewerbung – bei der es im Kern um die imposante Darstellung einer Firma ging – so ist letztere heute weitgehend von der Darstellung des Unternehmens als Arbeitgeber abgelöst worden. Potenzielle Bewerber interessieren sich heute nicht nur für die betriebswirtschaftlichen Kennziffern, sondern vielmehr für die Fragen und Antworten, ‚wofür' ein Unternehmen steht. Vor allem Themen wie Nachhaltigkeit, CO_2-Bilanz, Work Balance stehen im Focus des Bewerbers.

Ist das denn aktuell, mitten in der Pandemie, auch ein Thema? Viele Firmen bauen ja Stellen ab.
Castenow Einen Stellenabbau hatten wir auch zunächst erwartet, aber: Die Unternehmen haben sich stattdessen darauf fokussiert, aus der Krise gestärkt herauszukommen. Dafür braucht man weiterhin qualifizierte Mitarbeiter. Insbesondere bei öffentlich-rechtlichen Arbeitgebern ist das der Fall, gerade hier haben wir auch neue Kunden gewonnen.

Also gilt künftig wie vor der Krise: Der Arbeitsmarkt ist ein Arbeitnehmermarkt. Worauf müssen sich Unternehmen da einstellen?
Castenow Sie müssen sich als attraktive Arbeitgeber vorstellen, etwa beim Bewerbungsgespräch. Gerade die Frage ‚Was kann ein Arbeitgeber mir bieten?' ist hier ein zentrales Thema. Ein Beispiel: Stellte ein Bewerber früher überwiegend seine Qualifikation vor, läuft ein erstes Meeting heute – ein wenig überspitzt – eher so: Bewerber: ‚Ob das mit dem Eintrittstermin bei Ihnen zum 1. Januar passt, muss ich davon abhängig machen, ob ich bis dahin meine Ausbildung zum Yogalehrer (oder Skilehrer, Fitnesstrainer) absolviert habe. Aber könnte klappen. Ich bin dann auf jeden Fall bis Mai durchgängig verfügbar. Dann ist allerdings schon länger ein Sabbatical bis September vorgesehen … Ach so, ja: Firmenwagen brauche ich nicht, das van Moof-E-Bike reicht mir. Plus BahnCard 50.' So oder ähnlich verlaufen oftmals Gespräche mit der Generation Y, den High Potentials, geboren zwischen 1980 und 1995. Darauf müssen sich Unternehmen einstellen, vor allem in der kommenden Post-Corona-Zeit. Und: Homeoffice ist gesetzt, Ausstattung technisch High End, mit einer Mini-Chill-Lounge von ‚Vetsak' und ‚Delivery Hero' for free.

Für Arbeitgeber bedeutet das ja ein komplettes Umdenken. Sind die denn so weit?
Castenow Unternehmen sollten sich darauf einstellen, aber, ja, manche haben diesen Schritt schon getan. Woran erkennt man das? Ein Blick in die Kaffeeküche genügt: Dort findet man neben der klassischen Voll- und Magermilch für den Morgenkaffee auch Soja-,Heu- und Mandelmilch! Ups … ja klar, auch Hafermilch darf nicht fehlen!

Und was erwartet die Arbeitgeberseite vom Bewerber?
Castenow Durch die stark veränderte Situation 2020 zunehmend ein unternehmerisches Mitdenken, um auch den gestiegenen Anforderungen des Marktes hinsichtlich Flexibilität von Produkten und Dienstleistungen, Preissensibilitäten und Logistik zu entsprechen. Vor allem ein Commitment, den Sinn, den Zweck des aktuell häufig beschworenen ‚Purpose' mitzutragen, den ‚Spirit' aufzunehmen und auch über den Arbeitstag hinauszutragen, in Familie, Freundeskreis und soziales Umfeld.

Gesetzt den Fall, Unternehmen finden solche anspruchsvollen, aber auch flexiblen Mitarbeiter. Was haben sie davon?
Castenow Mit Mitarbeitern, die eine solche Einstellung mitbringen, unterscheiden sie sich vom Wettbewerb. Das Unternehmensprofil bietet dann mehr als die kommunikativ höchst beliebte Formel ‚Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt', die man auf 80 Prozent aller Firmenwebsites findet. Nützt nur nichts, wenn dem Kunden vom Unternehmen der Rücken zugewendet wird. Dann hat der Kunde nämlich nichts davon. Wer schon mal ein Auto gemietet hat, kann unterscheiden, ob man als Kunde abgefertigt wurde oder man eine von motivierten Mitarbeitern initiierte ‚upgrade'- Dienstleistung erhalten hat.

Gehen wir noch ein Stück weiter. Was gehört noch zu einer umfassenden Unternehmenskommunikation – auf die Bewerber ja achten?
Castenow Kommunikation ist nicht nur nach innen gerichtet, sondern künftig noch stärker durch gesellschaftsrelevante Themen von außen bestimmt. Mehr als vor der Pandemie muss jedes Unternehmen die Abstrahlung der großen Trends wie Nachhaltigkeit, Gesundheit, Sicherheit, Mobilität, Digitalisierung und dabei insbesondere Künstliche Intelligenz (KI) in ihrer Auswirkung für das eigene Unternehmen gewichten und sondieren.

Nennen Sie ein Beispiel.
Castenow Mitarbeiter und auch Kunden erwarten eine Haltung des Unternehmens vor allem bei der Klimafrage: Für wann wird die CO_2- Neutralität der Company angestrebt? Bosch ist hier Vorreiter. Jeder muss sich mit der Antwort glaubwürdig beschäftigen. Besondere Aufmerksamkeit verdient noch die KI-Frage, da sie nicht nur eine ethische Komponente hat, sondern sich auch hart auf die künftige Situation am Arbeitsplatz auswirken wird, Stichwort: E-Mobilität und selbstfahrende Pkw.

Nicht nur die Themen werden umfassender. Die Menschen kommunizieren heute auch auf unterschiedliche Weise. Was beobachten Sie hier?
Castenow Es ist in der Tat wichtig, auf welchen Plattformen und Kanälen ein Unternehmen kommuniziert. Neben die etablierten und abnehmend wirksamen Medien TV und Print treten die digitalen Kanäle Instagram, Facebook, Youtube und zunehmend TikTok, wenn es um sehr junge Konsumenten und User geht. Und Aktionen: Wer für jeden Kaffeebecher ‚to go', der über die Theke geht, in Malawi, wo der Kaffee geerntet wird, einen Baum pflanzt, der hat verstanden: ‚One cup, one tree' heißt die Erfolgsformel. Das ist dann eine angewandte Zeitenwende. Und so haben Unternehmen auch künftig gute Chancen, Mitarbeiter für ihre Geschäftsmodelle der Zukunft zu finden. Denn dafür braucht man sie künftig – die innovativen, zukunftsorientierten Mitarbeiter.

Zu jeder Zeit ist es wichtig, dass Unternehmer und ihre Partner auf Seiten der Finanzierung regelmäßig miteinander sprechen. Insbesondere während der durch die Pandemie ausgelösten Krise zeigt sich: Die Sparkassen stehen an der Seite ihrer Kunden.

MITEINANDER REDEN FÖRDERT VERSTÄNDNIS

Die rheinischen Sparkassen spielen eine führende Rolle bei der Auszahlung der Coronahilfen in der Region. Die unter dem harten Lockdown leidenden Branchen zu unterstützen, ist für RSGV-Präsident Michael Breuer eine moralische Pflicht und ein Akt der Solidarität.

Alte Weisheiten gelten nach wie vor – das ist dem Präsidenten des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbands (RSGV) in der Coronakrise noch klarer geworden. „Miteinander reden fördert Verständnis“, ist eine dieser Weisheiten, die Michael Breuer meint. Seit Beginn der Pandemie sitzt er für den RSGV in einer virtuellen Runde, in der die Landesregierung regelmäßig die Spitzen der wichtigsten Verbände informiert. Neben ihm sitzen Vertreter vieler anderer Wirtschaftsverbände. Alle geben sie offenes Feedback an die Politik über die Auswirkungen der Entscheidungen auf ihre Branchen. Gastronomen, Hotellerie und Tourismus leiden, aber auch Messebauer und der Schaustellerverband machen in diesen Gesprächen deutlich, welch existenzielle Auswirkungen die Entscheidungen über strengen oder Soft-Lockdown bringen. „Ich habe dadurch ein größeres Verständnis, welch schwierige Abwägungsprozesse die Politik vor den oftmals harten Entscheidungen treffen muss“, sagt Breuer. Weil „einige für uns alle“ mehr leiden, plädiert Breuer für weitere Solidarität: „Heute in einem Jahr werden wir viele Menschen und Unternehmen sehen, die etwas unwiederbringlich verloren haben – um die müssen wir uns kümmern.“ Hier gehe es nicht nur um den Sozialstaat, der die Schwachen unterstützt, sondern um den Ausgleich größerer Opfer für die Gesellschaft. „Das müssen wir honorieren und so gut es geht reparieren.“ Denn wer sein Geschäft zwangsweise schließen musste, der habe keine Chance gehabt, mit unternehmerischen Entscheidungen das Ruder möglicherweise doch herumzureißen.

„Alle Altersgruppen belastet die aktuelle Situation. Aber die Jungen und die Alten leiden besonders“, erfährt der zweifache Vater hautnah in seiner Familie. Von der Freiheit und Ungezwungenheit des studentischen Lebens ist bei seinen Kindern nichts zu spüren. Der Sohn verbringt sein Erasmus-Semester im französischen Lyon – allerdings virtuell vom rheinischen Zuhause aus. Abnabeln kommt halt später. „Die junge Generation hat aber die Pandemie-Einschränkungen inzwischen überraschend gut weggesteckt und akzeptiert und blickt trotz allem optimistisch in die Zukunft“, weiß er.

Mit „einem gerüttelt Maß an Optimismus“ blickt auch Breuer ins Jahr 2021. Das vergangene Jahr sei hart gewesen, da könne das kommende doch eigentlich nur besser werden. Wirkt die Impfkampagne, dann wird sich ab dem Sommer die Situation normalisieren, ist er überzeugt. „Dann erhoffe ich einen starken wirtschaftlichen Aufschwung, denn die Menschen wollen vieles nachholen.“ Persönlich freue er sich am meisten auf eine Rückkehr der Unbeschwertheit.

Beruflich freut sich Breuer, dass die rheinischen Sparkassen derzeit gut dastehen und vor allem ihr Versprechen wahrgemacht haben: „Sparkassen stehen an der Seite ihrer Kunden.“ Diese besinnen sich gerade in schlechten Zeiten auf die heimischen Sparkassen, die damit ihre Existenzberechtigung bewiesen haben. Sie seien vor Ort auch in Krisenzeiten erreichbar. „Wir haben inzwischen gelernt, dass sich eine globale Krise durchaus mit regionalen und lokalen Maßnahmen bekämpfen lässt“, so Breuer. Gleiches gelte auch für Lieferketten: Als Lieferanten aus Fernost monatelang blockiert waren, sprangen heimische Produzenten ein. „Der Wert von regionaler Nähe hat zugenommen“, ist der Sparkassen-Verbandschef überzeugt.

Anders als möglicherweise bei hippen Direktbanken könne sich der Ansprechpartner einer Sparkasse auch nicht wegducken. Fintechs und Neobanken mögen zwar auf den ersten Blick cooler wirken. Aber ausgerechnet in Sachen Digitalisierung hat die Sparkassengruppe im Corona-Jahr an Boden gutgemacht. Beim Mobile Payment nimmt sie sogar eine Führungsrolle ein. Als erste Institutsgruppe ermöglichte sie seit dem Sommer ihren Kundinnen und Kunden das Bezahlen mit Apple Pay via mobiler Girokarte. Auch insgesamt ist das kontaktlose Bezahlen weiter auf dem Vormarsch. Inzwischen wird die deutliche Mehrzahl der Zahlungen mit der Sparkassen-Girocard in Deutschland kontaktlos durchgeführt. „Die das Bargeld liebenden Deutschen haben sich mittlerweile sehr ans kontaktlose mobile Bezahlen gewöhnt und werden sich das auch nicht wieder abgewöhnen“, mutmaßt Breuer.

Doch die Finanzinstitute teilen das Schicksal ihrer Kunden. „Wir haben bewiesen, dass die Sparkassen in schwierigen Zeiten an der Seite ihrer Kunden stehen und diese begleiten“, sagt Breuer. Rund die Hälfte der Coronahilfen in der Region liefen über die Sparkassen. Das Kreditvolumen in den Sparkassenbilanzen sei enorm gewachsen. Noch deutlicher stiegen allerdings die Einlagen an. „In unsicheren Zeiten legen Menschen mehr Geld zurück, um für schlechte Zeiten vorzusorgen“, ist tradiertes Banker-Wissen. Wenn allerdings demnächst die Insolvenzantragspflicht wieder gilt, dann werden auch Sparkassenkunden darunter sein. „Das wird sich dann in den Bankbilanzen niederschlagen“, prognostiziert Breuer. Aufgrund des im Vergleich zur Finanzkrise deutlich gestärkten Eigenkapitals seien die Sparkassen aber nicht nur im Rheinland für solche eine Situation gut gewappnet.

Einige der durch Corona angestoßenen Veränderungen werden laut Breuer dauerhaft bleiben: Arbeiten von zu Hause aus gehört ebenso dazu wie Videokonferenzen statt Dienstreisen – und eben das Bezahlen mit dem Smartphone. Eine weitere bislang oft eher dahingesagte Floskel hat nicht nur für Breuer durch die Pandemie einen enormen Bedeutungszuwachs erhalten: „Hauptsache, man ist gesund!“

» **Wir haben inzwischen gelernt, dass sich eine globale Krise durchaus mit regionalen und lokalen Maßnahmen bekämpfen lässt**

Michael Breuer
PRÄSIDENT DES RHEINISCHEN SPARKASSEN- UND GIROVERBANDS (RSGV)

MENSCHEN ZUSAMMENBRINGEN

Seit 2007 steht das Rheinische Post Forum für hochkarätig besetzte Branchentreffen. In Corona-Zeiten ist die Organisation von Round Tables jedoch äußerst schwierig. Mit dem Format „Zeitenwende“ beschreitet das Forum einen neuen, hybriden Weg.

» Trotz der erheblichen Einschränkungen in den letzten Monaten haben wir mit dem RP-Forum die meisten Formate in diesem Jahr umsetzen können

Persönlicher Austausch in Zeiten, in denen Zusammenkünfte auch im Wirtschaftsleben deutlich reduziert sind – wie geht das? Pia Kemper, Leiterin des RP-Forums und der Wirtschafts-Extras der Rheinischen Post, hat sich dazu mit dieser Beilage zum Jahreswechsel „Zeitenwende“ etwas Besonderes einfallen lassen. Statt zu einer großen Runde wurden Persönlichkeiten aus unterschiedlichen Teilen der Gesellschaft in kleine Gesprächsrunden eingeladen. „Sieben kleine Foren sind daraus entstanden, in denen unsere Gesprächspartner nach klaren Hygienerichtlinien getrennt auf die Bühne geholt wurden“, erläutert Pia Kemper.

Pia Kemper
LEITERIN DES RP-FORUMS UND DER WIRTSCHAFTS-EXTRAS DER RHEINISCHEN POST

Und auch bei der Bühne ist das RP-Forum neue Wege gegangen. Diese wurde nämlich einem TV-Studio nachempfunden und im Düsseldorfer Hafen in den Rudas-Filmstudios aufgebaut. „Somit ist es uns gelungen, gleich mehrere Vorteile miteinander zu verbinden“, sagt sie. „Unsere Gesprächspartner konnten ohne gesundheitliche Risiken am Forum teilnehmen, gleichzeitig haben wir unsere sieben Foren per Video aufgenommen – mit dem Erscheinen dieser Beilage können unsere Leserinnen und Leser nunmehr alle Foren online nachverfolgen.“ Die Videos sind auf **rp-forum.de** und **rp-online.de** verfügbar – damit ist es gelungen, ein neues Hybrid-Format zu schaffen.

„Trotz der erheblichen Einschränkungen in den letzten Monaten haben wir mit dem RP-Forum dennoch die meisten Formate in diesem Jahr umsetzen können – allerdings nur unter strengen Bedingungen“, ergänzt die RP-Forum-Leiterin. Während der Lockerungen im Sommer konnten etwa die Foren „Sicherheit“ (unter anderem mit NRW-Innenminister Herbert Reul), „Unabhängige Vermögensverwalter“ und „Privatbanken“ (unter anderem mit FDP-Chef Christian Lindner) als klassische Round Tables durchgeführt werden. „Möglich war das aber nur, weil wir Locations gewählt haben, in denen strenge Hygienerichtlinien mit entsprechend großzügigen Abstandsregeln möglich waren.“ Andere Gesprächsrunden wurden wiederum per Video durchgeführt, wie zum Beispiel „Zukunftsmedizin“. „Leider waren große Veranstaltungen wie etwa unsere große RP-Investmentnacht, die traditionsgemäß im Mai mit rund 300 Leserinnen und Lesern stattfindet, in diesem Jahr nicht möglich“, bedauert Pia Kemper.

Exklusiver Auftritt auf **www.rp-forum.de**: der Düsseldorfer „NewLife-Gospel Choir“

Für 2021 wünscht sie sich, dass bald wieder die klassischen Gesprächsrunden durchgeführt werden dürfen. „Hybrid- und Online-Formate sind zwar eine gute Möglichkeit, Menschen und Meinungen zu präsentieren – den direkten persönlichen Austausch ersetzen sie aber noch nicht.“

Auch „Zeitenwende“ schließt mit einer Überraschung ab: Der Düsseldorfer „NewLifeGospel Choir“ mit über 20 Sängerinnen und Sängern aus verschiedenen Nationen wartet mit einem exklusiven Video-Auftritt für die Leserinnen und Leser auf. Mit dabei ist auch der Tenor Ricardo Marinello, der 2007 die RTL-Show „Das Supertalent“ gewann. Zu sehen und zu hören ist das Musikvideo auf: **www.rp-forum.de**

Anzeige

Die Design-Jünger

Für die Kunst des Einrichtens ist Pesch in der Kölner Innenstadt seit jeher bekannt – und das nicht ohne Grund: Internationale Design-Kollektionen sind hier ausgestellt, und das sehr fachkundige und engagierte Team aus Innenarchitekten, Diplom-Ingenieuren und dem Geschäftsführer Alf Busse berät jeden Kunden individuell. Ganz gleich, ob es um Ihren Wohn-, Arbeits- oder Schlafbereich geht. Für Letzteren gibt es sogar einen eigenen Showroombereich, das pesch Séparée. Fans von Klassikern und Design-Ikonen kommen ebenso auf ihre Kosten wie die Anhänger moderner Newcomer: So findet man auf fast 3000 Quadratmetern unter anderem Kollektionen von Top Herstellern wie etwa B&B Italia, Minotti, Vitra, USM, Rimadesio, Piure oder Schramm.

Die Pesch Design Deals und die Design Initiative inspirieren darüber hinaus auch Kunden mit beschränktem Budget. Muss man gesehen haben!

Pesch International Interiors
Kaiser-Wilhelm-Ring 22
50672 Köln
www.pesch.com

FAZIT

alles neu

wie immer

PIEPENBURG
— RECHTSANWÄLTE —

Horst Piepenburg
FACHANWALT FÜR INSOLVENZRECHT DER
KANZLEI PIEPENBURG RECHTSANWÄLTE

Piepenburg - Rechtsanwälte

Willstätterstr. 62
40549 Düsseldorf
Telefon: 0211 / 492 24 0
E-Mail: info@piepenburg.legal
Internet: www.piepenburg.legal