

Wirtschaft in Schleswig-Holstein und Hamburg

Nachrichten

Repower baut Windräder vor Helgoland

HAMBURG Der Windanlagenbauer Repower hat von RWE einen Großauftrag über den Bau von 48 Offshore-Windrädern bekommen. Die Anlagen mit einer Gesamtleistung von 295 Megawatt sollen rund 35 Kilometer nördlich von Helgoland im Windpark „Nordsee-Ost“ errichtet werden. Wie die beiden Unternehmen bekannt gaben, sollen die ersten Turbinen bereits 2012 in Betrieb genommen werden. „Nord-Ostsee“ ist das erste Projekt aus dem im Februar 2009 zwischen Repower und RWE Innogy geschlossenen Rahmenvertrag über die Lieferung von bis zu 250 Offshore-Turbinen des Typs SM und 6M.

sh:z

Norddeutsche Firmenbörse auf der CeBit

KIEL/ HANNOVER Die Deutsche Messe und das „Enterprise Europe Network Hamburg Schleswig-Holstein“ (EEN) veranstalten auf der CeBit vom 2. bis 6. März in Hannover wieder die Kooperationsbörse „Future match“. Die Börse bietet Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus aller Welt mittlerweile zum zwölften Mal die Möglichkeit, in persönlichen Gesprächen gemeinsame Forschungsprojekte oder technologieorientierte Kooperationen auf den Weg zu bringen. Im vergangenen Jahr nutzten mehr als 500 Interessenten aus rund 44 Ländern das Angebot. Das EEN ist bei der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH), der Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB), der TuTech Innovation GmbH und der Innovationsstiftung Hamburg angesiedelt. Das Ziel des Netzwerkes ist es, die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern zu unterstützen und die Innovationskraft mittelständischer Unternehmen zu stärken. Weitere Infos: www.future-match.cebit.de.

ttn

Hamburger Burger-Kette baut Filialnetz aus

HAMBURG Die Hamburger Burger-Kette Jim Block baut ihr Filialnetz aus. „Zwei bis drei Restaurants pro Jahr sind durchaus realistisch“, teilte der Chef der Block-Gruppe, Dirk Block, mit. Im Stadtteil Othmarschen ist der in Hamburg fünfte Betrieb mit 90 Plätzen an den Start gegangen, im Frühjahr soll in Wandsbek eine weitere Filiale folgen. Der Gründer der Steakhäuser, Eugen Block, brachte 1973 sein erstes Burger-Restaurant an den Markt. Die gesamte Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von 228 Millionen Euro.

Ino

Redaktion

Regionale Wirtschaft
Tanja Nissen, ttn@shz.de



Eigene Internetseite, eigenes Internet-Fernsehen – der Scandinavian Park will dadurch noch mehr Nähe zu seinen Kunden schaffen. In der aktuellen Folge plaudert Moderatorin Christina (v.L.) mit dem Maskottchen des Parks, Mitarbeiter Robert Nielsen und dem Team-Manager der SG Flensburg Handewitt, Ljubomir Vranjes, über Faschingsfeste.

Film ab: Immer mehr Unternehmen setzen auf bewegte Bilder im Internet

Gute, preiswerte Technik macht Werbefilme, Podcasts und eigene TV-Sendungen für mittelständische Firmen immer reizvoller

KIEL/ FLENSBURG Sie produzieren Werbefilme, in denen sie ihre Produkte präsentieren. Sie nehmen Videobotschaften auf, in denen sich ihre Mitarbeiter vorstellen. Sie drehen professionelle Sendungen aus dem Alltag ihrer Firma. Immer mehr Unternehmen machen mit Internet-Filmen auf sich aufmerksam. Die immer besser werdende und zugleich immer preiswertere Technik macht Web-TV auch für kleine und mittelständische Firmen immer reizvoller. „Wir sind überzeugt, dass bewegte Bilder eine immer wichtiger werdende Rolle in der Online-Werbewelt spielen werden“, bestätigt Timo Klass, einer der beiden Geschäftsführenden Gesellschafter der Flensburger Werbeagentur Hochzwei.

Hochzwei hat für den Scandinavian Park – ein Einkaufs- und Dienstleistungszentrum in Handewitt (Kreis Schleswig-Flensburg) – das selbst ermittelte Scandi-TV entwickelt. Jeden Monat gibt es auf der Internetseite des Unternehmens eine neue Folge zu sehen, auf deutsch und auf dänisch. Im aktuellen Spot plaudert Moderatorin Christina in der Getränkeabteilung des Einkaufsmarktes mit Ljubomir Vranjes, dem Team-Manager der SG Flensburg Handewitt,

über Faschingsfeste – Werbung inbegriffen. Mit dabei sind auch Einkaufsmarkt-Mitarbeiter Robert Nielsen und das Maskottchen des Parks, Mr. Scandi. Der Film ist nicht nur auf der Internetseite des Unternehmens zu sehen, sondern auch auf anderen Internetportalen wie Youtube. In Print-Werbeanzeigen und den Verkaufsprospekten wird für Scandi-TV geworben.

Hans-Werner Petersen, der Betreiber des Parks, hat ein ganzes Paket von Werbemaßnahmen aufeinander abge-



Wer sich fürs Web-TV entscheidet, sollte sich vorher überlegen, welche Ziele er damit verfolgen will – rät Werbeexperte Timo Klass.

stimmt. Warum er sich fürs Internet-Fernsehen entschieden hat? „70 Prozent unserer Kunden kommen aus Skandinavien und dänische Kunden wie auch dänische Unternehmen sind den Deutschen – was das Internet angeht – gut zwei Jahre voraus. Die Darstellung von bewegten Inhalten ist in der hart umkämpften Branche des Grenzhandels ein ideales Medium, um dem Kunden den Einkauf

schon im Vorwege schmackhaft zu machen“, sagt Petersen. Mit den Web-TV-Spots könne er zeigen, was der Park alles bietet, auch seine Mitarbeiter vorstellen. Petersen: „Das können Sie mit einem einzelnen Bild gar nicht darstellen, was der Park alles hat. Web-TV kann emotionalisieren und Nähe schaffen.“

Lässt sich der Erfolg bereits messen? Über die realen Besucherzahlen des Scandinavian Parks will Petersen keine Angaben machen. Die Nutzerzahlen der Internetseite seien seit Eröffnung des Parks vor knapp vier Jahren kontinuierlich nach oben gegangen. Sie liegen aktuell bei etwa 100.000 pro Monat, so der Betreiber. „Es ist für mich als Unternehmer schwer, zu sagen, es liegt an der einen oder an der anderen Werbemaßnahme – was für mich zählt, ist die Positionierung der Marke Scandinavian Park“, sagt Petersen.

Werbeexperte Klass rät allen Unternehmen, die sich fürs Web-TV interessieren, das mit professioneller Unterstützung zu tun. „Wer sich für Web-TV entscheidet, sollte Wert auf eine kompetente Umsetzung legen und vor allem eine bewusste Zielsetzung verfolgen. Ein kritischer Punkt bei vielen Internet-TV-

Spots ist mangelnde Professionalität. Dadurch, dass die Technik immer günstiger wird, gibt es immer wieder auch Unternehmer, die sich dazu verleiten lassen, selbst zur Kamera zu greifen, oder nur semi-professionelle Hilfe annehmen.“

Auch andere Branchenexperten raten Firmen dazu, professionellen Rat zu suchen. Allein bei Musik- und Bildrechten gebe es viel zu bedenken – von den Tücken der Technik mal ganz abgesehen. Die Digitale Wirtschaft Schleswig-Holstein (Diwish) plant noch für dieses Jahr eine Veranstaltung zum Thema Internetfilme. „Die Nachfrage ist groß“, sagt Sprecherin Lena Salden. Einerseits würden sich immer mehr Betriebe für das Thema interessieren, andererseits steige auch die Zahl der Dienstleister für diesen Markt. Neben PR-Agenturen gibt es zunehmend auch TV-Produktionsfirmen, die sich mit Internet-Filmen ein zweites Standbein aufbauen. Ob Werbefilme, Podcasts oder eigene TV-Sendungen – ein Film auf der Internetseite sei eine emotionale Visitenkarte. Die Damp Gruppe beispielsweise wirbt in so einem Film um neue Assistenzärzte.

Tanja Nissen

Itzehoer wächst weiter

ITZEO Die Itzehoer Versicherungen sind weiter auf Wachstumskurs. Nach Informationen des Unternehmens ist die Zahl der Versicherungsverträge 2009 in allen Sparten um insgesamt rund 6000 auf knapp 1,6 Millionen gestiegen. Die Zahl der Schadenfälle ist dagegen um 3,81 Prozent zurückgegangen. „Wir sind

mit der Entwicklung insgesamt äußerst zufrieden“, sagte der Vorstandsvorsitzende Wolfgang Bitter. Bei der Itzehoer Lebensversicherung wurde ein Beitragswachstum von 3,4 Prozent verzeichnet. Hier mache sich, so Bitter, unter anderem die gute Bewertung durch verschiedene Rating-Agenturen bemerkbar.

sh:z

Gute Geschäfte mit Spielzeug

GÜSTER Für den norddeutschen Spielzeughersteller Gollnest & Kiesel war das Jahr 2009 kein Krisenjahr. Nach Informationen des Unternehmens machten die Holzspielzeug-Spezialisten erstmals in der 28-jährigen Unternehmensgeschichte mehr als 20 Millionen Euro Umsatz. Insbesondere im Heimatmarkt Deutsch-

land sei erneut ein überproportionales Wachstum festgestellt worden. „In Krisenzeiten achten die Menschen auf Qualität und Verlässlichkeit“, sagte Gerhard Gollnest, einer der beiden Inhaber der Firma. Neben den Marken Goki, Heimes und 'cause gehört der Firma auch die Anker Steinbaukasten GmbH.

sh:z

Besseres Digital-Fernsehen durch bessere Netzüberwachung

FLENSBURG Die Firma Zwcom aus Flensburg entwickelt ein Verfahren zur Überwachung digitaler Rundfunknetze. Die Digitalisierung des Antennenfernsehens wurde in Norddeutschland Ende 2007 abgeschlossen. Das sogenannte digitale Überall-Fernsehen arbeitet mit dem Gleichwellennetz. Das heißt, jeder Sender strahlt zur gleichen Zeit auf der gleichen Sendefrequenz die gleiche Information ab. Damit das Digitalfernsehen von jedem Ort innerhalb des Sendebereichs empfangen werden kann, ist es wichtig, dass es

überall ein ausreichend starkes Übertragungssignal gibt, und dass die von den einzel-

nen Sendern übertragenen Signale exakt zeitsynchron sind. Zwcom entwickelt nun

ein Messverfahren, mit dem der Pegel der Signale und die Zeitsynchronität ständig ge-

messen werden können.

Der Grund: Es kommt immer wieder zu Störungen, weil beispielsweise die Synchronisierung fehlerhaft ist oder aufgrund unterschiedlicher Wetterbedingungen im Sendebereich. Mit dem neuen Messverfahren von Zwcom soll das Netz ständig überwacht werden, auftretende Probleme früh erkannt und behoben werden.

„Durch den Aufbau von zunehmend größeren digitalen Rundfunknetzen gewinnt die Netzüberwachung zunehmend an Bedeutung“, sagt Bernd Bösch von der Wirtschaftsförderung und

Technologietransfer GmbH (WTSH). Nach Informationen der WTSH gibt es zwar bereits Verfahren, bisher seien das aber nur Teillösungen. Das Land Schleswig-Holstein fördert das Vorhaben mit 247.424 Euro. „Dass die Überwachung digitaler Rundfunknetze zukunftsweisend ist, zeigen auch die Anforderungen unserer Kunden“, sagt Zwcom-Geschäftsführer Werner Drews.

Einen Namen gemacht hat sich das Unternehmen bereits mit der Entwicklung eines Frühwarnsystems. Es basiert auf Geräten, ähnlich

einem Radio, die mit dem digitalen „Radio Data System“ (RDS) ausgestattet sind. Dabei handelt es sich um ein automatisches Sendersuchsystem, das in Radios den Sender optisch anzeigt und Texte im Display sichtbar macht. Die im Katastrophenfall übermittelten RDS-Impulse lösen den Alarm aus. Der dabei entstehende Ton ist so laut, dass ein Gerät pro Haus ausreicht. Zusätzlich können Text-Informationen auf dem Display angezeigt werden. Das System wird unter anderem als Tsunami-Frühwarnsystem genutzt.

ttn



Ist Spezialist in Sachen Digital-Fernsehen: Werner Drews. Mit seiner Firma Zwcom hat er bereits digitale Satelliten-Receiver auf den Markt gebracht, die von Rundfunkanstalten genutzt werden. DEWANGER