zoo:m

das besondere **E-Magazin** für Düsseldorf · **3/25**



LEVEL UP!

zoo:m

Das besondere **E-Magazin** für Düsseldorf.

Folgen Sie uns auf:

Liebe Freunde von ZOO:M, liebe Leserinnen und Leser,

level up! Ab wann reicht „weiter so“ einfach nicht mehr aus – und wird zum Sprung nach vorn? Vielleicht dann, wenn eine ehemalige Primaballerina heute als Unternehmerin Preise abräumt, weil sie lieber „Schurkin“ als Durchschnitt sein will. Zwei Awards später steht für **Jeannine Halene** fest – wer anders denkt, kommt weiter.

Auch **Joseph Beuys** hat gezeigt, dass ein Aufbruch oft unbequem ist. Sein letzter Schritt durch die Akademietür – dokumentiert von Bernd Obermann – war kein Rückzug, sondern der Anfang von etwas Neuem. Sein Credo wirkt zeitlos: „Die Zukunft, die wir wollen, muss erfunden werden. Sonst bekommen wir eine, die wir nicht wollen.“

Um schon die Jüngsten auf ein neues Level zu heben, wurde **alphaben** entwickelt – eine App, die Leseförderung neu denkt: digital, spielerisch, motivierend. Kinder tippen auf einen Hahn, der kräht, oder eine Katze, die miaut, und blättern sich so in neue Welten – mit Unterstützung der Stadtsparkasse Düsseldorf ab diesem Schuljahr in allen Grundschulen.

Manchmal liegt die Zukunft im Frost. **Michael Fuhrmann** setzt mit Optimice auf Kälte als Kraftquelle: minus 85 Grad, die nicht lähmen, sondern beleben. Wer sich in die Kammer wagt, findet Erholung, Energie – und bekommt oft auch Lebensqualität und Gesundheit zurück.

Zwischen Eistruhe und Haustür steckt jedoch noch eine andere Wahrheit: Nähe schlägt Algorithmus. **bofrost** liefert seit Jahrzehnten nicht nur Tiefkühlkost, sondern auch Verlässlichkeit – von Fahrern, die ihre Kunden beim Namen kennen.

Schließlich die große Frage unserer Zeit: Wie viel Mensch steckt in der Maschine? Künstliche Intelligenz schreibt Texte, malt Bilder, hört zu – manchmal fast zu perfekt. Aber genau deshalb zwingt sie uns, klarer zu definieren, was uns als Menschen ausmacht.



Foto: Alexander Vejnovic

Frank Lehrbass, Professor für Finance & Data Science an der FOM, beschreibt, welche Chancen und Risiken mit der Datenrevolution verbunden sind. **Martha Giannakoudi** beleuchtet in ihrer Kolumne Mensch & Maschine die andere Seite: KI als Herausforderung an unser Menschsein.

Bleiben Sie offen für Neues – es lohnt sich. Willkommen in der neuen Ausgabe von ZOO:M.

Herzlichst Ihre

Alexandra von Hirschfeld

INHALT

Titelstory

Jeannine Halene
Schurkin mit Prinzipien 6



Bildung & Soziales

alphaben
Wo der Hahn im Buch kräht 36



People

Beuys letzter Blick
Fotograf Bernd Obermann war vor Ort 66



5 Fragen an …
Dr. Bastian Fleermann, Leiter Mahn- und Gedenkstätte Düsseldorf 102

Wirtschaft

Schockgefrostet, aber herzlich
bofrost setzt auf Kundenkontakt 24

Logistik weltweit
GO! hat eigenes Liniennetzwerk 30

Von Null auf sichtbar
Nicole Freitag setzt auf Corporate-Influencer-Programme 44

Next generation please
Bei SIGMA AV überspringt man eine ganze Generation 52

Headhunting im Sport
Zecco immer am Ball 58

Die menschliche Seite der KI
Prof. Frank Lehrbass (FOM) erklärt, wie die KI tickt 82

Ehrlichkeit statt Abschlussquote
Kerstin Schütze, die andere Maklerin 104

Hoodie ins Eigenheim?
Immobilien und junge Leute 112

#Selbstvorsorgerin Doris Greinert
Wie Doris Greinert die Versicherungswelt für Frauen verändert 116

Kunst & Kultur

Die Wiederentdeckung der Handschrift
Für Gaby Trombello-Wirkus ist die Schrift ein echter Schatz 62

7 Fragen an Düsseldorfer Künstlerinnen und Künstler:
Wolfgang Wimhöfer 76

Kolumne

Mensch & Führung
Der Unternehmens-Ratgeber von Corinna Kriesemer 48

Mensch & Maschine
Der KI-Ratgeber von Martha Giannakoudi 86

Kopf & Gefühl
Der psychologische Ratgeber von Susann Franke 90

Medizin & Gesundheit

Optimice
Eiskalt gegen Schmerzen, Entzündungen und Stress 22

Palliativmedizin in Düsseldorf
Hier wird das Leben leichter, wenn es schwer ist 94

Robert Koch
Cancel culture in der Medizin? 100

Freizeit & Sport

Festival200
Von Hier. Von Herzen. Vom Rhein. 106

Impressum

122

SCHURKIN MIT PRINZIPIEN

Jeannine Halene über Mittelmaß und Doppel-Awards



zurück zum Inhalt



Treffpunkt ist der Medienhafen, genauer gesagt die Fußgängerbrücke vor dem Hyatt.

Jeannine Halene kommt ohne großes Gefolge, bestellt „Latte Macchiato, bitte“ und lächelt dieses Lächeln, das Aufbruch verspricht – und nebenbei so wirkt, als wüsste sie die Abkürzung. Die Düsseldorfer Unternehmerin führt die Kreativagentur Rheinschurken, die Marke VorzeigeHelden und die 2025 gegründete JHR Consulting. Gerade hat sie mit ihrem Kunden Athlon für die Kampagne „Closing the gap“ beim German Brand Award doppelt abgeräumt.

FOTOS: JOCHEN ROLFES

Normal ist schon optisch nicht Ihr Ding. Was stört Sie am Durchschnitt?

Jeannine Halene: „Wenn man Erfolg will, muss man anders sein als der Durchschnitt. Ich bin so ein Schwarz-Weiß-Typ – bei mir gibt es nicht so viele Grautöne."

Glückwunsch zu gleich zwei Trophäen beim German Brand Award 2025. Was war der Kern der Kampagne?

Jeannine Halene: „Athlon ist eine Leasing-Company aus Düsseldorf. Im Briefing ging's um eine Imagekampagne – und darum, den USP klar nach vorne zu tragen. Athlon schließt mit seinen Fahrzeugen Mobilitätslücken. So kam der Claim *Closing the gap*. Ein Designer aus meinem Team hatte die Idee, diese Lücken visuell zu füllen – gelbe Elemente, die aus dem Logo kommen und die Gaps schließen. Ist plakativ, auffällig und on point."

Klingt nach einer Punktlandung. Gab es trotzdem Gegenwind?

Jeannine Halene: „Ehrlich? Nein. Der Kunde hat die Einreichung selber forciert – das ist eher ungewöhnlich. Und natürlich wird man in Düsseldorf darauf angesprochen. Fünf neue Aufträge bringt so ein Preis nicht automatisch. Aber er schadet nie – und er wirkt."

Was unterscheidet die Rheinschurken von anderen Agenturen?

Jeannine Halene: „Wir sind keine Pixelschubser. Es gibt viele Agenturen, die Brot-und-Butter-Geschäfte machen. Unser Ding ist Strategie. Ich komme von der Unternehmensseite. Mir hat immer gefehlt, dass sich Agenturen wirklich tief in komplexe Produkte eindenken. Gerade bei erklärungsbedürftigen Themen gilt: erst verstehen, dann bebildern."

Dann muss es also auch zwischen Ihnen und den Kunden matchen?

Jeannine Halene: „Definitiv. Nicht jeder Kunde passt zu uns – und wir nicht zu jedem. Wir haben schon Jobs abgelehnt, wenn der Ton beim Kunden nicht stimmte. Je stärker der Wunsch nach Mehrwert, desto wichtiger ist es, Steuerung zuzulassen. Dann entsteht Partnerschaft: Wir denken mit, entwickeln mit – und gehen gemeinsam neue Wege."

Auf Ihrer Website steht, bei den Rheinschurken arbeiten Menschen „mit Moral und Anstand – und einem Hang zum Ausrasten". Wie testen Sie Moral?

Jeannine Halene: „Reines Bauchgefühl. Wer bei mir sitzt, weiß, was er tut. Entscheidend ist jedoch: passt die Person zu uns, kann ich mich auf sie verlassen? Ein gewisser Anstand gehört sich – trotz unseres Agenturnamens. Schurke heißt für mich: jemand, der smarte

Dass **„Closing the gap"** beim German Brand Award in den Disziplinen Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Efficiency of the Year und Brand Communication – Digital Campaign ausgezeichnet wurde, ist dokumentiert; die Jury lobte die Klarheit des Claims und die grafische Übersetzung der „Gaps". Die Verleihung – Athlons eigenes News-Posting spricht von einem „Doppelsieg" – fand Ende Juni in Berlin statt.



Abkürzungen kennt, nicht jemand, der bescheißt."

Werbung verzerrt gern die Wirklichkeit. Was, wenn Sie eine Faltencreme bewerben, die keine Falten verschwinden lässt?

Jeannine Halene: (lacht) „Dann hilft nur Redlichkeit in der Inszenierung. Vorteile hervorheben ja, falsche Versprechungen machen nein. Sonst fällt es nicht nur auf uns zurück, sondern verursacht auch einen immensen Vertrauensschaden bei der Marke."

Sie waren Primaballerina – und sind heute Unternehmerin. Das ist mehr als ein Spagat …

Jeannine Halene: „Ich habe mit vier Jahren angefangen zu tanzen, weil ich nach innen lief. Meine Eltern meldeten mich bei einer Ballettschule an und dann wollte ich nur noch tanzen, ging nach der 10. Klasse von der Schule, weil ich in Leipzig an der Tanzakademie angenommen wurde."

Wussten Ihre Eltern davon?

Jeannine Halene: „Ja, aber begeistert waren Sie nicht. Ich habe dann in Leipzig an der Oper getanzt. Mein Vater war Bühnenbildner an der Düsseldorfer Oper, vielleicht kommt daher meine Bühnenliebe, weil ich als Kind oft backstage war. Irgendwann habe ich gemerkt: Wenn du Tänzerin bleibst, bist du immer von deinem Körper abhängig. Ich habe dann in Essen Betriebswirtschaftslehre studiert – meine Mitarbeiter nennen mich Diplom-Dinosaurier – und bin dann in der Autowelt gelandet: Restwertbörse, später USA, Investorenmarketing."

Was konnten Sie aus Ihrer Künstlerkarriere mitnehmen ins Business?

Jeannine Halene: „Spontan würde ich sagen, vor allem Präsenz zu zeigen, aber auch Eigenschaften wie Flexibilität und Standfestigkeit passen gut in beide Welten."

Auf die Bühne sind Sie trotzdem zurück …

Jeannine Halene: „Ja, ich habe elf Jahre Jazz und Modern Dance im Boston-Club in Vennhausen getanzt und war mehrfach Deutscher Meister. So hatte ich beides: erst Ellenbogen als Solistin an der Oper, dann Teamdisziplin in der Formation. Beides prägt: Du brauchst Durchsetzung, aber genauso das Gefühl für die Gruppe. Und außerdem steht man als Unternehmerin auch täglich auf der Bühne, nur dass die Mitarbeiter nicht immer applaudieren."

Heute führen Sie ein Team von …?

Jeannine Halene: „… zehn Leuten. Also mit mir sind wir eine Fußballmannschaft und zwar eine diverse."

Werbung ist wie Auto fahren – man muss ausscheren, um zu überholen.

Jeannine Halene

zurück zum Inhalt

Und Ihre Kunden?

Jeannine Halene: „Vom Kfz-Versicherungsumfeld aus gewachsen, heute arbeiten wir u. a. für Marken wie Deichmann, Lindt, Maserati, und verschiedene Sparkassen – neuerdings auch für die Stadtsparkasse Düsseldorf, für die wir gerade eine große Nachhaltigkeitskampagne und ein neues Konzept für den Weltspartag entwickelt haben. Wir sind nicht überall Lead-Agentur, aber wir liefern Bausteine, die tragen."

Und die VorzeigeHelden? Was treiben die?

Jeannine Halene: „Das ist unsere Untermarke für High-End-Präsentationen – PowerPoint, aber so aufwändig wie ein Film. Entstanden ist die Marke aus einer Teamidee in einer Engpass-Phase. Und ganz ehrlich ohne die jungen Wilden in meiner Agentur wäre das nie so geflogen."

Wozu dann noch als drittes Standbein JHR Consulting? Übrigens ein schönes Abkürzungsspiel mit Ihren Initialen und HR …

Jeannine Halene: „Weil man Employer Branding nicht unbedingt bei einer Werbeagentur sucht. Bei JHR berate ich persönlich – von HR-Strukturen bis zur Arbeitgebermarke. Wir haben einen Generation Clash: Der graue Vorstand versteht die next GEN nicht mehr – und umgekehrt. Dabei wollen die Jungen mitgestalten. Gibt man ihnen den Rahmen und Reason, arbeiten sie."

Sie haben einmal gesagt: „Meine Leute haben Sitzfleisch" – Sie investieren also offensichtlich selber auch in Ihr eigenes Employer Branding?

Jeannine Halene: „Schon, allerdings ‚Invest' klingt so berechnend – ich würde sagen ich pflege das Verhältnis zu meinen Kollegen einfach gut und bringe ihnen viel Wertschätzung entgegen. Es ist wichtig, dass sich alle wohlfühlen am Arbeitsplatz. Psychische Sicherheit ist heute einer der wichtigsten Faktoren. Außerdem lasse ich viel zu: Jeder kann Dinge anzweifeln und neue Wege vorschlagen. Und ja, wir sind eine Werbeagentur: da wird auch ordentlich gefeiert – auch das schweißt zusammen.

… Und zum Sitzfleisch: Die meisten meiner Teamkollegen begleiten mich schon sehr lange. Bestes Beispiel ist meine Prokuristin Katharina Schmid. Sie hält mich schon 13 Jahre aus. Wir setzen auf Hegen und Pflegen statt Hire and Fire."



zurück zum Inhalt



zurück zum Inhalt

Sie moderieren den Ladies Talk – zuletzt mit heißer Debatte um Sicherheitsdienste und Bettler auf der Kö. Ihr Blick?*

Jeannine Halene: „Wir sitzen mit unserem Büro an der Grabenstraße – zwischen Schickeria, Carlsplatz und Kö. Morgens, wenn ich aufschließe, liegt öfter jemand im Eingang. Viele sind nicht aggressiv, aber mulmig ist mir dann schon. Was mich stört: organisierte Bettelgruppen. Das schadet dem Stadtbild und dem Gefühl von Sicherheit – für Kundschaft und Touristen. Wir brauchen klare Regeln, die auch durchgesetzt werden."

Wie verändert KI Ihre Branche?

Jeannine Halene: „KI ist längst Bestandteil unserer Abläufe. Manche Kunden wollen explizit KI-Strecken, andere verbieten sie mit Vertragsstrafen. Wer KI einsetzt, muss es können. Grundsätzlich glaube ich: Wir stehen vor einer unglaublichen Zeitenwende. 70 Prozent der Jobs werden ersetzt – neue entstehen, aber sehr spezialisierte. Die Kluft zwischen ‚intelligent' und ‚ersetzbar' wird brutal. Und wenn Menschen plötzlich ohne Aufgabe sind, wird das auch gesellschaftlich wehtun. KI zahlt keine Rente."

Gründen Sie weiter?

Jeannine Halene: (lacht) „Drei Unternehmen, drei Kinder – reicht. Dreifaltigkeit und so."

Vor zehn Jahren trafen Sie mit Ihrem Buch „Marketing – Jenseits vom Mittelmaß" den Nerv der Zeit. Würden Sie das Buch heute anders schreiben?

Jeannine Halene: „Ich würde nicht viel anders schreiben – aber heute würde ich es mit KI-Unterstützung angehen. Ich habe tatsächlich einen Bot, dem ich meine Ideen diktiere. Und dann sortiert er alles für mich, gibt dem Ganzen schon einmal eine Struktur. Meine nächste Publikation steht unmittelbar bevor: Das Buch „Kommunikations Happen" erscheint jetzt im September. Aber zurück zu Ihrer Frage: Die Beispiele sähen heute anders aus, aber der Kern bleibt: Wer Besonderes will, muss anders gehen."

Was verrät der Sportkalender über die Unternehmerin?

Jeannine Halene: „Krafttraining – fast täglich. Yoga. Ich funktioniere über Disziplin, das kommt aus dem Tanz."

**Anm. d. Red.: Über das Thema wird in Düsseldorf seit Monaten leidenschaftlich diskutiert – die Positionen reichen von sozialpolitischer Kritik bis zu ordnungspolitischen Forderungen.*

Wovor haben Sie Angst?

Jeannine Halene: „Ich habe Höhenangst. Schlangen mag ich auch nicht. Sonst habe ich viel Mist erlebt – ich halte was aus."

Sie sind Einzelkind?

Jeannine Halene: „Ja – aber nicht verwöhnt. Ich habe mir alles erstrampelt und erarbeitet. Das gebe ich auch meinen Kindern weiter. Bei drei Kindern gilt: Einer schreit immer. Also lernen alle mitzumachen. Die haben ihre Windeln alle selber zum Eimer getragen."

Wenn Sie drei Wünsche bei der guten Fee frei hätten?

Jeannine Halene: „Erstens: Wir machen einen Spot beim Super Bowl – vorher gehe ich nicht in Rente. Zweitens: mehr Zeit für meine Kinder. Und den dritten hebe ich mir für schlechte Zeiten auf."

Am Ende des Gesprächs wirkt sie, als sei die nächste Etappe längst anvisiert: kein gerader Weg, eher eine smarte Abkürzung. Eine Schurkin – aber eine mit Anstand. Und eine Düsseldorfer Unternehmerin, die Altbier **und** Champagner kann.

Susan Tuchel



zurück zum Inhalt



© Optimice

OPTIMICE MACHT AUS MINUS PLUS

Eiskalt gegen Schmerzen, Entzündungen und Stress

Als Michael Fuhrmann, Inhaber von Optimice, das Thema Kältetherapie entdeckte, hatte er mit Medizin und Wellbeing wenig zu tun. Fuhrmann war viele Jahre Vertriebsdirektor bei einem Modekonzern, stieg dann aus und suchte nach einer neuen Herausforderung. Vor sieben Jahren sah er auf einer Messe eine Stickstoffkältetonne. „Die war umringt von asiatischen Geschäftsleuten im Bademantel“, erzählt er. Am nächsten Tag stieg er selbst hinein. Heute betreibt er in der Düsseldorfer Carlstadt ein Studio mit einem Zweikammersystem, in dem es bei minus 85 Grad nicht um den Kick eines kurzen Kälteschocks geht, sondern um Lebensqualität und Longevity. Der Run auf die Kältekammern ist so groß, dass Fuhrmann überlegt, ein zweites Studio in Oberkassel zu eröffnen. Seine Kunden: Profisportler, die ihre Regeneration verbessern wollen. Menschen mit entzündlichen Erkrankungen wie Rheuma, Arthrose, Fibromyalgie oder Neurodermitis, die nach den drei Minuten weniger Schmerzen haben. Patienten, die nach Operationen – etwa nach Knieverletzungen oder einer Lipödem-OP – ihre Heilung beschleunigen wollen. Und nicht zuletzt Gestresste, Burnout-Betroffene oder Post-Covid-Patienten, die berichten, dass Schlaf, Energie und Stimmung deutlich steigen. „Im Schnitt kommen unsere Kunden zweimal pro Woche, manche sogar täglich“, sagt Fuhrmann und bietet neben 10-er oder 20-er Karten auch Intensivwochen oder eine Flatrate an.

Warum frieren?

Medizinische Effekte sind messbar: Entzündungswerte im Blut sinken, Laktatwerte gehen zurück, die Durchblutung verbessert sich. Auch optisch tut sich etwas – die Haut wird straffer, elastischer, das Bindegewebe gestärkt. Zusätzlich verbrennt der Körper nach jeder Sitzung zwischen 600 und 800 Kalorien, weil er die heruntergekühlte Temperatur der Haut wieder auf Normalniveau bringen muss. „Viele gehen mit einem Lächeln raus, weil sie sich wacher, klarer und energiegeladener fühlen“, erzählt der Unternehmer. Dass bei Optimice nicht nur die Wirkung, sondern auch das Ambiente zählt, merkt man sofort: keine sterilen Kabinen, sondern hochwertige Materialien, warme Farbtöne und abschließbare Umkleiden. „Wer zu uns kommt, soll sich wohlfühlen. Für mich ist es ein Unterschied, ob man in einer Fitnesskabine friert oder in einem Umfeld, das wertig ist.“ Er selbst geht täglich in die Kammer – seit sechs Jahren. Migräne, Allergien und Erschöpfungsphasen sind bei ihm seitdem passé. „Früher habe ich alles dafür getan, dass Menschen gut aussehen. Heute tue ich alles dafür, dass es ihnen besser geht – körperlich und mental.“

Susan Tuchel

www.optimice.cool



zurück zum Inhalt


© bofrost

SCHOCKGEFROSTET, ABER HERZLICH

www.bofrost.de

Wirtschaft

Warum man sich bei bofrost für Tiefkühlkost erwärmt

Während Lieferdienste um Schnelligkeit wetteifern und Algorithmen bestimmen, was im Warenkorb landet, setzt ein Unternehmen konsequent auf den persönlichen Kontakt: bofrost. Wir besuchten den Straelener Standort des Familienunternehmens, das seit Gründung in Issum eine enge Verbundenheit zum Niederrhein hat – und heute in elf europäischen Ländern Kundinnen und Kunden mit Tiefkühlspezialitäten beliefert.

Seit fast sechs Jahrzehnten bringt der bofrost-Direktvertrieb Tiefkühlprodukte bis an die Haustür – nicht einfach per Boten, sondern durch qualifizierte Mitarbeiter, die beraten, empfehlen und Beziehungen pflegen. Was zunächst altmodisch klingt, ist für viele Kundinnen und Kunden ein echter Mehrwert in einer Welt, in der menschlicher Kontakt beim Einkaufen immer seltener wird.



Anika Völkel, Geschäftsführerin bofrost

BOFROST

// bofrost ist ein europaweit agierendes Familienunternehmen und europäischer Marktführer im Direktvertrieb von Tiefkühlkost und Speiseeis. Das Unternehmen wurde 1966 von Josef H. Boquoi im niederrheinischen Issum gegründet.

// Der Firmenname setzt sich aus den Anfangssilben seines Nachnamens „bo“ und „frost“ zusammen. Inspiriert von der aufkommenden Kühltechnik und dem Wirtschaftswunder der 1960er-Jahre gründete Boquoi einen Direktvertrieb für Tiefkühlprodukte. Anfangs belieferte er in einem umgebauten VW-Bus Bauernhöfe mit Eis – auch Tauschgeschäfte gegen Getreide waren keine Seltenheit. Das Sortiment wuchs, das Unternehmen expandierte.

// Heute beschäftigt bofrost rund 11.000 Mitarbeitende in elf europäischen Ländern, verfügt über mehrere hundert Niederlassungen und über 5.800 Verkaufsfahrzeuge, die etwa 3,7 Millionen Haushalte regelmäßig beliefern. In Deutschland hält das Unternehmen mit rund 2 Millionen Kundinnen und Kunden einen Marktanteil von über 70 Prozent im Bereich Tiefkühlkost im Direktvertrieb.

„Unsere Verkaufsmannschaft liefert nicht nur Produkte, sie berät und bedient oft langjährig und vertrauensvoll ihren Kundenkreis“, bestätigt Dr. Anika Völkel, Mitglied der Geschäftsführung. Im Gegensatz zu vielen Lieferdiensten arbeiten die Verkaufsfahrer nicht selbstständig, sondern sind fest beim Unternehmen angestellt. Sie bringen nicht nur Eis, Brokkoli oder Fischfilets an die Haustür, sondern kennen ihre Kunden persönlich mit Namen, Vorlieben und Essensgewohnheiten. Für viele Kunden ist der Besuch ein Highlight im Alltag – besonders im ländlichen Raum, wo manchmal sogar extra ein Kuchen gebacken und Kaffee gekocht wird, weiß Völkel, die in ihrer Startzeit vor zweieinhalb Jahren oft mitfuhr und quer durch Deutschland tourte.

Wie wichtig die persönliche Komponente ist, zeigt auch eine aktuelle Umfrage des Tiefkühlexperten. 56 Prozent der bofrost-Kunden rechnen damit, dass der persönliche Kontakt beim Lebensmitteleinkauf im Zuge der Autonomisierung weiter abnehmen wird, bei Verbrauchern sind es sogar 59 Prozent. 54 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass der persönliche Kontakt zu einem festen Ansprechpartner vor Ort angesichts des Digitalisierungstrends zunehmend wichtiger wird, für rund 59 Prozent trägt dieser maßgeblich zur Vertrauensbildung bei. Unter den bofrost-Kunden sorgt der persönliche Kontakt sogar zu 70 Prozent für Vertrauen.

Erntefrisch, schockgefrostet und geprüft

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser, gerade in Fragen der Ernährung. Das Unternehmen schreibt sich auf die Fahnen, dass alle Produkte ohne Geschmacksverstärker, ohne bestrahlte Zutaten, künstliche Farbstoffe und Aromen in der lückenlos geschlossenen Tiefkühlkette landen. Im Sortiment sind unter anderem Eis, Fisch, Fleisch sowie schockgefrostetes Obst und Gemüse, das erntefrisch und unverfälscht beim Kunden ankommt.

„Unser Brokkoli zum Beispiel stammt aus Ecuador, wo er unter optimal gleichmäßigem Klima und perfektem Sonnenlicht auf einer Höhe von 2.800 bis 3.000 Meter zu sattgrünen Röschen heranwächst“, erklärt Völkel. Noch ein Beispiel: Die Erbsen werden erntefrisch verarbeitet und zeichnen sich durch Frische, aromatischen Geschmack und knackige Konsistenz aus. „Sie werden nirgendwo bessere finden. Ich habe die Erbsen schon gekauft, bevor ich hier gearbeitet habe.“ bofrost betreibt eigene Labore oder nutzt Fremdlabore, in denen kontinuierlich geprüft wird, ob die Produkte den selbst gesetzten Standards entsprechen. Auch bei schwierigen Marktbedingungen – etwa bei Lieferengpässen durch den Ukraine-Krieg oder steigenden Rohstoffpreisen – gilt: lieber kein Kabeljau als schlechter Kabeljau. Dieser Qualitätsanspruch zahlt sich aus.

Zwar sind die Produkte von bofrost nicht zum Discounterpreis erhältlich – aber auch kein Luxusgut. „Wir sind Premium, aber mit gutem Grund“, so Völkel. „Wer vergleicht, stellt schnell fest, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmig ist – und dass durch die Portionierbarkeit auch weniger weggeworfen wird.“

Ernährungsberatung inklusive

Was Influencer gerne als Abo-Modell verkaufen, gibt es bei bofrost gratis. Bei Fragen zu Unverträglichkeiten, Diäten oder Diabetes hilft ein eigenes Expertenteam aus Ökotrophologen – telefonisch, kostenfrei und unabhängig. Sie geben nicht nur Rezepttipps, sondern auch Empfehlungen zur Zubereitung. „Aus dem direkten und persönlichen Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden wissen wir, dass Menschen, die an Diabetes erkrankt sind, gelernt haben, mit unseren Produkten anders und nicht weniger zu essen – ohne auf guten Geschmack zu verzichten“, erzählt Völkel.

Vom Fahrersitz zum Führungsposten

Über 2.900 rollende Tiefkühltruhen sind für bofrost unterwegs, über 100 Niederlassungen in Deutschland und Präsenz in zehn weiteren europäischen Ländern. Die Tourenplanung erfolgt zunehmend digital und effizient. Der Beruf des Verkaufsfahrers ist oft nur der Anfang: Wer Verantwortung übernehmen will, kann bei bofrost Karriere machen. Das gilt auch für Stefan Ebert, der es auf der Karriereleiter vom Verkaufsfahrer über den Regionalleiter bis zum Geschäftsführer Vertrieb Deutschland in dem Familienunternehmen schaffte. Die Mitarbeiterbindung ist groß, viele sind seit Jahrzehnten im Unternehmen und die mit herausragenden Leistungen werden jährlich bei einem großen Galaabend mit Gründerfamilie gefeiert. Rund 2.700 Bewerbungen für die Position des Verkaufsfahrers bzw. der Verkaufsfahrerin bekommt das Unternehmen monatlich und kann jede Stelle besetzen, worauf die HR-Expertin besonders stolz ist, die zuvor lange im textilen Einzelhandel tätig war und über die Entwicklung der Modezeitschrift promoviert hat. Warum dieser Branchenwechsel? „Ich hatte das Gefühl, hier gibt es etwas zu gestalten – und ich wurde nicht enttäuscht“, sagt sie.

Vertrauen ist das neue Tempo

Natürlich geht die Digitalisierung auch an bofrost nicht vorbei. Bestellungen sind längst auch per App, in der bofrost-Onlinewelt oder telefonisch möglich. Doch der persönliche Kontakt ist und bleibt das Herzstück des Unternehmens. Es geht nicht um Schnellllieferung in zehn Minuten, sondern um durchdachte Vorratshaltung, Verlässlichkeit und vertrauensvolle Beratung. Am Ende ist es wohl genau dieser Mix aus digitalisierter Logistik, hoher Produktqualität und zwischenmenschlicher Nähe, der bofrost auch nach fast 60 Jahren oben am Markt hält. Oder, wie es die Geschäftsführerin formuliert: „Menschen kommen und gehen wegen Menschen. Das ist bei unseren Kundinnen und Kunden nicht anders als bei unseren Mitarbeitenden.“

Susan Tuchel

Lieferung und Beratung frei Haus



zurück zum Inhalt



AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, GO!

www.general-overnight.com

Wirtschaft

Trüffel, Herzschrittmacher und Golfbags kommen über Nacht

Samstagmorgen am Robert-Lehr-Ufer: Bevor das Kreuzfahrtschiff ablegt, bringen Fahrer mit weißen Sprintern noch bis zu 80 Koffer an Bord. Die standen noch bis gestern bei den Passagieren zu Hause. Wer in Düsseldorf ein Unternehmen sucht, das eine Fracht mit Pick-up-Service innerhalb von 24 Stunden von A nach B bringt, landet schnell bei GO! Wir trafen uns in Düsseldorf-Holthausen mit den Geschäftsführern Joachim Apfel und Björn Bockmühl.

Im Jahr 2023 haben Joachim Apfel und Björn Bockmühl die Geschäftsführung des Düsseldorfer Standortes übernommen. Ganz gegen den allgemeinen Trend gelang es ihnen, den Umsatz im letzten Geschäftsjahr um elf Prozent zu steigern. Die beiden sind leidenschaftliche „GO!-ler“. Björn Bockmühl sortierte schon als Abiturient Pakete, blieb, weil

zurück zum Inhalt



> „Standard kann jeder.
> Aber wenn’s wirklich brennt,
> sind wir da.“

Joachim Apfel,
Geschäftsführer GO!
Express & Logistics
Düsseldorf GmbH

es ihm gefiel, absolvierte eine Ausbildung und studierte neben dem Job Logistik-, Material- und Beschaffungsketten-Management. Joachim Apfel finanzierte sein Jura-Studium mit GO!, lernte das Geschäft von der Pike auf und war zuletzt Betriebsleiter. Business as usual ist beiden fremd. „Hier werden nicht nur Sendungen verschickt, sondern Probleme gelöst“, bestätigt Björn Bockmühl, den als Vater von Drillingen nichts so schnell aus der Ruhe bringt. Ob Zytostatika oder Herzschrittmacher, die am nächsten Tag im OP sein müssen – hochsensible Medizin und Medizintechnik – all das lässt keinen Spielraum für Fehler. Dasselbe gilt für Ersatzteile, ohne die die Bänder stillstehen.

Vom Hub in die Welt

Herzstück der Logistikgruppe ist ein eigenes Liniennetzwerk, um Medizintechnik, Pharma, Hightech, Automotive, Handel und Dienstleistungen zu beliefern. Über 10 Millionen Pakete stellte die Gruppe 2024 zu. Neuerdings im Rennen liegen auch Cannabis-Lieferungen, nicht nur für die „Cannafair“ in Düsseldorf. „Wir haben über 100 Stationen in Europa, die sich jede Nacht in zentralen Regio-Hubs oder im Zentral-Hub treffen. Dadurch können wir deutschlandweit und in viele Nachbarländer wie Benelux, Schweiz, Österreich, Frankreich oder Polen zuverlässig am nächsten Tag zustellen“, zählt Bockmühl auf. Das Herz des Zentral-Hubs schlägt in Niederaula in Hessen mit einer nächtlichen Taktung: abends ins Hub, nachts raus und bis 12.00 Uhr mittags ist alles beim Empfänger. Gesteuert und per Monitoring überwacht wird die komplette Logistik vom Head Office in Bonn. Good Distribution Practice (GDP) bei Arzneimitteln und branchenübergreifende ISO-Standards setzen die Messlatte. Mithilfe eines internationalen Partnernetzwerks liefert GO! Pakete innerhalb von 48 Stunden in 220 Länder.

Und es wäre nicht GO!, wenn etwas nicht ginge. Werden Möbel für ein Fotoshooting auf Ibiza benötigt, die aber in München stehen, chartert Joachim Apfel innerhalb von 30 Minuten ein Flugzeug. „Auch Hubschrauber haben wir schon gemietet, wenn es eng wurde.“ Und Björn Bockmühl holte als Onboard-Kurier eine Luxusuhr auf der Königsallee ab, setzte sich in den Flieger und übergab sie in Venedig einer Kundin, die ihren Mann zum Geburtstag überraschen wollte.

Ursprünglich war die Logistikgruppe, für die tagtäglich 1.700 Fahrer und Kuriere im Einsatz sind, stark B2B orientiert. Doch Corona hat das Geschäft verändert. „Der Anteil an Privatkunden ist zwar immer noch kleiner, aber er wächst“, bilanziert Bockmühl. Bestellungen von Premium-Fleisch, Fisch oder Feinkost kommen zunehmend ohne den Um-

zurück zum Inhalt

weg über die Theke zu den Endverbrauchern. „Für einen Feinkosthändler verschicken wir jährlich acht Tonnen Trüffel, frisch, kühl und termingenau“, so Apfel. Und wer bei der Anlieferung nicht vor Ort ist, braucht zu keiner Poststation oder zu einem entlegenen Kiosk zu laufen. GO! vereinbart einen zweiten Zustelltermin.

Auch die Messe- und Eventlogistik bleibt wichtig. Doch hier habe sich der Markt gewandelt. „Früher wurde viel per Express verschickt. Heute wird mehr Stückgut mit LKWs bewegt. Aber Expresslieferungen bleiben eine wichtige Nische. Wenn ein Exponat oder wichtige Unterlagen über Nacht nach Paris müssen, sind wir zur Stelle“, sagt Apfel.

Hier spricht der Mensch

Wer bei dem Express-Logistiker anruft, dem wird geholfen. Kein Call-Center, sondern eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter nimmt den Anruf entgegen. Jemand, der sich in Düsseldorf auskennt, den Messekalender im Kopf hat und die Namen der Fahrer kennt. „In Zeiten von KI sagt man besser nie ‚nie‘ – aber ein Telefon-Bot ist nicht geplant. Wir wollen hier vor Ort für die Leute da sein“, erklärt Bockmühl.

Von dieser Haltung profitieren auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort und die Fahrer. „Wir nutzen unsere Fahrer nicht aus, sondern arbeiten Hand in Hand“, so Bockmühl. 13. Monatsgehalt, 30 Urlaubstage, eine betriebliche Krankenversicherung und Teamevents wie der Düsseldorfer Uniper-Marathon oder die Rollnacht gehören dazu. Die Touren sind bewusst überschaubar: „Unsere Fahrer haben im Schnitt 35 Stopps pro Tag – nicht 200 oder 300 wie bei anderen Logistikdienstleistern“, rechnet Apfel vor. Das sorge für Qualität und Zufriedenheit, die sich in einer Zustellqualität von 99,4 Prozent auszahlt. Und das „Bodenpersonal“? Das arbeitet seit zwei Jahren mit einer automatischen Bandanlage, die scannt und wiegt und den Rücken spürbar entlastet. Und wie sieht es mit der Geschlechtergerechtigkeit aus? Die Fahrer seien überwiegend männlich, dafür würden Frauen mit 3:2 bei den Führungskräften punkten. Unter Fachkräftemangel ächzt das Unternehmen noch nicht, obwohl sowohl Umgangsformen, eine gute Artikulation sowie ein gepflegtes Äußeres von den Fahrern verlangt werden. „Unsere Fahrer sind schließlich unser Aushängeschild“, betont Geschäftsführer Apfel.

Auf dem Hof stehen fünf Ladesäulen für die Innenstadtfahrten, eine Photovoltaikanlage ist schon in der Planung. Das Unternehmen engagiert sich als Sponsor bei Fortuna Düsseldorf, Rhein Fire, für Golfclubs und unterstützt die Elterninitiative Kinderkrebsklinik. Charity-Events sind hier Chefsache. „Wenn keiner etwas anpackt, bewegt sich nichts im Leben“, weiß Apfel. In den nächsten fünf Jahren planen die beiden Geschäftsführer, die Mitarbeiterzahl am Standort auf 100 zu verdoppeln, international zu expandieren und neue Märkte zu erschließen. Nach der GO!Station in den Niederlanden sind weitere in Spanien und Portugal geplant. Bis dahin wird GO! in Düsseldorf weiter liefern – Blumen, Lebensmittel, Feinkost, Herzschrittmacher, Golfbags und alles, was wichtig ist. Über Nacht, persönlich und mit dem Anspruch: Alles geht.

Susan Tuchel



> „Entscheidend ist bei GO! das eigene Liniennetzwerk.“
>
> ***Björn Bockmühl, Geschäftsführer GO! Express & Logistics Düsseldorf GmbH***

zurück zum Inhalt



© alphaben

Markus und Marion Singler, die Erfinder von alphaben

WO DER HAHN IM BUCH KRÄHT

www.alphaben.app/de



Bildung & Soziales

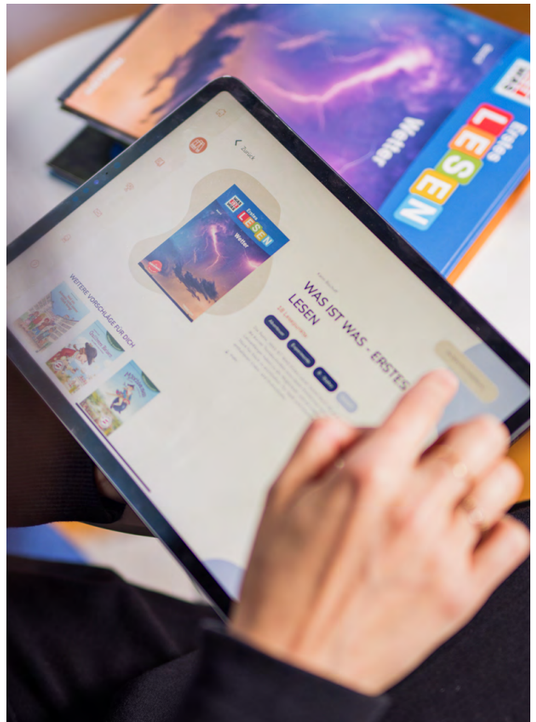
Wenn Bücher mit alphaben lebendig werden

Im Klassenraum herrscht konzentrierte Ruhe. Auf den Tischen liegen Tablets, kleine Finger tippen auf Wörter, die aufleuchten und sich selbst erklären. Tippt man auf das Wort Hahn, dann kräht dieser, die Katze miaut, der Hund bellt. Das alles geschieht bei den animierten Magic Books aus der Buchreihe „WAS IST WAS Erstes Lesen“ des TESSLOFF Verlags. Nach jedem Kapitel erscheint eine Quizfrage, die überprüft, ob die Kinder das Gelesene auch verstanden haben. So sieht Leseförderung im Jahr 2025 aus – und steht bereits 50.000 Schülerinnen und Schülern in Deutschland zur Verfügung, und ab diesem Schuljahr als Pilotprojekt an allen Düsseldorfer Grundschulen. Das geht natürlich nicht zum Nulltarif. Die Stadtsparkasse Düsseldorf hat für alle Grundschulen der Stadt die Lizenz der Lese-App alphaben erworben. Damit können Kinder Lesen digital und spielerisch entdecken. Die alphaben-App ist eine Tablet-App, die es bei Google Play und im App Store gibt. Die Kinder können sie in der Klasse, unterwegs und auch auf elterlichen Endgeräten nutzen.

zurück zum Inhalt



Die Geschichte von alphaben beginnt mit einem einzigen Wort: Hängebauchschwein. Ein Schüler schaut auf die Buchstaben und sagt „Kuh“ – mehr kann er nicht entziffern. „Es fehlt nicht an Neugier, sondern an Lesetechnik“, weiß Marion Singler. Sie ist Lehrerin, ihr Mann Markus Wirtschaftsingenieur. Beide beginnen in der Coronazeit an einer Lösung zu arbeiten, die in den Köpfen der Kinder ankommt. Ihr Prinzip: weniger Hürden, mehr



Bildung & Soziales

Lesewege. Ihre Lösung nennen sie alphaben: eine Lesewelt mit kindgerechten Texten, integrierten Worterklärungen, Quizfragen zur Kontrolle und einer Oberfläche, die sich anfühlt wie ein Buch. Seiten werden digital umgeblättert, nicht weggewischt. So verbindet alphaben digitale Technik mit der Haptik des Lesens. Der Clou liegt in der Mischung aus Motivation und Routine. „Die Kinder finden schneller Texte, die zu ihrem Lernstand passen. Lehrkräfte erhalten Rückmeldungen, die den tatsächlichen Lernfortschritt sichtbar machen“, erklärt Markus Singler. Da alphaben ähnlich wie ein Buch aufgebaut ist, gibt es kein störendes Geflacker. Die Kinder lesen ruhig und konzentriert und können nach Herzenslust in der Bibliothek zu Hause weiterschmökern, ganz nach ihren Vorlieben, ob Abenteuer, Computer, Fantasie, Witze, Magie, Grusel, Tiere oder Sport.

Warum Lesen so schwerfällt

Spätestens seit der IGLU-Studie von 2023 ist klar: Deutschlands Kinder haben ein Lese-Problem. Jeder vierte Viertklässler kann nicht flüssig lesen. Zwei Jahre später schlagen Forscher erneut Alarm: Die Lesekompetenz sinkt weiter, viele Kinder haben Mühe, längere Texte zu verstehen oder überhaupt Freude an Büchern zu entwickeln. Gründe dafür sehen Bildungswissenschaftler darin, dass die Klassen heute sehr unterschiedlich zusammengesetzt sind. Hinzu kommen fehlende individuelle Förderung und eine wachsende Konkurrenz durch digitale Ablenkungen. Lesen ist für viele Kinder nicht mehr selbstverständlich.

Das möchte alphaben ändern. Die App bietet über 300 Kinderbücher von bekannten Verlagen für alle Leseniveaus. Für Erstklässler in einfacher Sprache und vielen Bildern. Eine wichtige Rolle spielt dabei der Silbentrenner, ein Element der Silbenmethode zum Lesen- und Schreibenlernen. Die Silbenmethode hat der Kooperationspartner Mildenberger Verlag bundesweit etabliert. „Die Wörter werden in einzelne Silben zerlegt, jede zweite Silbe ist farbig hervorgehoben. Das fördert den Lesefluss und verhindert Stolperstellen wie beim Hängebauchschwein“, erklärt Marion Singler.

Ein Werkzeug für Schulen

Die App liefert Lehrkräften Auswertungen darüber, wo ein Kind stockt, wo es sicher liest und welche Themen es besonders interessieren. Wie das im Alltag wirkt, merkt man an kleinen Momenten. Ein Mädchen tippt auf das Wort Echse und bekommt ein Bild mit einer kurzen Erklärung. Zwei Tische weiter blättert ein Junge zum ersten Mal freiwillig um, weil ihn die Geschichte gepackt hat. In der nächsten Stunde öffnet die Lehrerin den Überblick und sieht, wer bei

zurück zum Inhalt

den Quizfragen durchrauscht und wer noch Fragen hat. Sie bildet kleine Tandems, legt Material bereit, setzt auf Themen, die ziehen. Fußball, Tiere, starke Freundschaften.

Dass die Stadtsparkasse Düsseldorf die Lizenzen für alle Grundschulen erworben hat, ist ein Signal weit über die Stadtgrenzen hinaus. „Wir möchten, dass alle Kinder in Düsseldorf die gleichen Chancen haben, besser zu lesen und Freude am Lesen zu entwickeln“, betont der Vorstandsvorsitzende Dr. Stefan Dahm. In den nächsten Wochen wird allen Düsseldorfer Grundschulen vom Team alphaben die App kostenlos zur Verfügung gestellt.

Gemeinsame Mission Lesefreude

Marion und Markus Singler sprechen selten über Technik, wenn sie über alphaben sprechen. Ihre App soll den Unterricht nicht ersetzen, sondern entlasten. Sie soll Kindern Mut machen und Lehrkräften Zeit zurückgeben, um dort zu erklären, wo Rückfragen sind. Darum ist alphaben kein Sammelsurium an Funktionen, sondern konzentriert sich bewusst aufs Lesen, Verstehen, Dranbleiben. Das Gründerpaar hat viele namhafte Verlage wie Tessloff, Loewe, Kosmos oder auch den DK-Verlag davon überzeugt, Inhalte digital zugänglich zu machen.

Düsseldorf macht daraus eine Stadterzählung. Ein Finanzinstitut investiert in Bildung, Schulen erhalten einen einheitlichen Zugang, Kinder kommen leichter zum Lesen. Das passt in eine Zeit, in der die Forschung nüchtern belegt, dass Lesen zuhause oft zu kurz kommt. Wenn eine ganze Stadt das Thema sichtbar macht, wächst die Chance, dass es auch am Nachmittag auf dem Sofa ankommt. Eltern können mitlesen, Geschwister schauen zu, Lieblingsgeschichten wandern aus der App ins Bücherregal.

Am Ende bleibt ein Bild. Ein Kind, das eine Seite zu Ende bringt und die nächste aufschlägt. Es ist ein erster Schritt in eine Welt, die sich nur beim Lesen öffnet. alphaben hilft, diesen Schritt zu gehen. Die Stadtsparkasse Düsseldorf sorgt dafür, dass ihn alle Kinder gehen können. Das ist die beste Nachricht. Für Klassenräume. Für zu Hause. Für eine Stadt, die lesen will.

Susan Tuchel

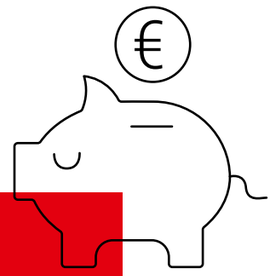




Für jedes Kind das passende Buch

zurück zum Inhalt

EIN BLICK ZURÜCK



Nütze die Jahre Lerne und spare!

Ob Sammelbilder in den 1960er Jahren, Jugendzeitschriften in den 1980ern oder digitale Lernspiele heute – die Sparkassen haben ihre Rolle als Bildungsbegleiter über Medien und Zeiten hinweg erneuert. Spiel, Sammellust und Sparpraxis fördern kulturellen Zusammenhalt. Beliebt waren die farbig illustrierten Herba-Sammelalben, die mit bunten Bildern zu vielen Themen, z. B. Deutsche Geschichte oder Tiere der Heimat, beklebt werden konnten. Wer regelmäßig Geld auf sein Sparbuch brachte, erhielt neue Bilder – eine direkte Verbindung von Sparverhalten, Bildung und Belohnung.







Düsseldorf



Der junge Heinrich IV. stürzt sich in den Rhein (1026)

zurück zum Inhalt

Wirtschaft



© Nicole Freitag

VON NULL AUF SICHTBAR

www.littlebirdsmedia.de

Wie Nicole Freitag Kanzleien und Banken auf LinkedIn nach vorne bringt

Foto ohne KI



Aus der Bankenwelt ins eigene Business: Nicole Freitag hat den Schritt gewagt. Heute berät sie unter dem Label „Little Birds Media“ Kanzleien und Banken dabei, ihre Sichtbarkeit auf LinkedIn aufzubauen – strategisch, glaubwürdig und mit einer guten Portion Humor.

Nach mehr als zwei Jahrzehnten im Finanzsektor zog Nicole Freitag 2018 die Reißleine und kündigte. „An einem Punkt wusste ich: Hier gibt es nichts Neues mehr zu entdecken. Das Kapitel ist auserzählt“, sagt sie. Ein mutiger Schritt, denn die Anfangsphase als Selbstständige brachte auch Unsicherheiten mit sich. „In den Sommermonaten dachte ich zuerst: ‚Jetzt gehe ich pleite.‘ Heute weiß ich: Das sind Zyklen – und wer sie kennt, kann sie sogar positiv für sich nutzen.“

zurück zum Inhalt

Den Durchbruch brachte die klare Fokussierung. Statt „Social Media für alle“ rückten Banken und Kanzleien in den Mittelpunkt – eine Welt, die Nicole Freitag aus dem Effeff kennt. „Ich spreche ihre Sprache, kenne die Entscheidungsprozesse und weiß, was sie bewegt. Genau diese Nähe macht unsere Zusammenarbeit erfolgreich.“

Neue Kunden lernen Nicole Freitag in einem 15-minütigen Erstgespräch kennen. „In dieser kurzen Zeit wird klar, welche Ziele, Erwartungen und Potenziale vorhanden sind – und ob die Chemie stimmt“, erklärt sie. Dabei hält sie nicht mit ihrem Wissen hinter dem Berg: „Ich sage sehr deutlich, was ich verändern würde. Wer möchte, kann danach vieles direkt selbst umsetzen. Oder er entscheidet sich, die nächsten Schritte gemeinsam mit mir zu gehen.“

Von der persönlichen Marke zum Corporate Influencer

Einzelpersonen, die sich als Experte positionieren möchten, unterstützt Nicole Freitag mit individuellem Coaching und Content-Ideen. Für Banken und Kanzleien reicht ein reines Unternehmensprofil jedoch selten aus. Hier setzt sie Corporate-Influencer-Programme auf – vom kompakten Workshop bis hin zum umfassenden Jahreskonzept. Deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich einbringen möchten, trainiert Nicole Freitag gezielt darin, als Corporate Influencer Reichweite und Vertrauen aufzubauen.

Für die Mitarbeiter bedeutet es mehr persönliche Sichtbarkeit und oft auch einen Karriereschub, für die Unternehmen einen deutlichen Reichweitenhebel. „Natürlich haben viele Unternehmen die Sorge, dass ihre besten Leute dadurch auch sichtbarer für Headhunter werden. Doch gute Mitarbeiter werden ohnehin immer abgeworben – ob sie auf LinkedIn aktiv sind oder nicht. Deshalb ist es klüger, sie bewusst sichtbar zu machen und so gleichzeitig das Unternehmensprofil zu stärken“, sagt Nicole Freitag.

Tools im Selbsttest

Nicole Freitag verbindet Neugier mit ihrer Hands-on-Mentalität – und ist damit oft einen Schritt voraus. Ob neue Plattform oder KI-Anwendung – sie testet alles, bevor sie es ihren Kunden empfiehlt. Wie groß das Interesse an digitalen Tools ist, zeigte ein Post, in dem sie einen KI-generierten Selfie-Avatar präsentierte. Eigentlich nur als Experiment gedacht, erzielte er über 46.000 Impressionen. „Die meisten wollten wohl einfach das Bild vergrößern, um zu sehen, woran man es erkennt. Aber genau das zeigt die enorme Neugier im Markt.“

Seit diesem Sommer geht Nicole Freitag auch personell den nächsten Schritt: Zwei angehende Juristinnen unterstützen sie bei ihren Projekten. „Ein Gewinn für beide Seiten: ich kann meine Arbeit auf noch breitere Füße stellen und für die beiden eine Chance, professionelles Social Media aus erster Hand zu lernen.“

Wenn auf LinkedIn wieder einmal darüber gestritten wird, ob man beispielsweise KI-generierte Posts an Bindestrichen erkennt, winkt Nicole Freitag ab. „Das sind die Leute, die auch dachten, das Internet setzt sich nicht durch. Wer KI einfach blind übernimmt, schreibt austauschbare Texte. Wer sie klug nutzt, spart Zeit, schärft seine Sprache und verbessert seine Inhalte. Am Ende erkennt man nicht die KI – sondern ob jemand wirklich etwas zu sagen hat.

Alexandra von Hirschfeld



KI generiertes Foto

zurück zum Inhalt

MENSCH & FÜHRUNG



© Scpw consulting/Philipp Frisch

DIE KOLUMNE VON CORINNA KRIESEMER, TRAINERIN UND COACH

Corinna Kriesemer ist Trainerin und Coach mit den Schwerpunkten Führung, Kommunikation und persönliche Weiterentwicklung. Sie unterstützt Unternehmen und Behörden dabei, Führungsleitbilder zu entwickeln, Führungskräfte und Teams zu stärken und Konflikte konstruktiv zu lösen.

Sie arbeitet international, auf Deutsch sowie auf Englisch, in Präsenz oder online. Mit ihren Videotrainings bei LinkedIn Learning hat sie bereits über 850.000 Menschen erreicht.

FÜHRUNGSKRÄFTE-ENTWICKLUNG – DER MIX MACHT`S

„Es wird Zeit, dass wir uns wieder mehr um unsere Führungskräfte kümmern“ – dieses Statement eines Geschäftsführers ist mir im Gedächtnis geblieben. Und mit diesem Bedürfnis steht er nicht allein da. Auch er selbst will sich als Führungskraft und im Zusammenspiel mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weiterentwickeln.

Der Fachkräftemangel hat in vielen Unternehmen dazu geführt, dass der Fokus sich auf die Mitarbeiter auf der Sachbearbeitungsebene richtet. Die Angst, diese zu verlieren und nicht adäquat ersetzen zu können, ist groß. Die Führungskräfte geraten dabei leicht aus dem Blick und werden als selbstverständlich wahrgenommen. Aber auch Führungskräfte sind Mitarbeiter, die Bindung und Entwicklung benötigen.

Herausforderungen individuell beantworten

Die Herausforderungen, denen Führungskräfte heute gegenüberstehen, sind hoch. Sie führen Teams und andere Führungskräfte, jonglieren mit verschiedenen Arbeitsmodellen und setzen ständig neue Veränderungen um. Wie sieht vor diesem Hintergrund eine wirkungsvolle Führungskräfteentwicklung aus? In einem individuellen Mix.

Wo soll die Reise hingehen?

Folgende Fragen sind zu stellen: Welches Ziel verfolgt das Unternehmen? Geht es darum, Kompetenzen weiterzuentwickeln? Liegt der Schwerpunkt auf der Begleitung in Veränderungsprozessen – oder eher darauf, die Führungscrew enger zusammenzuschweißen? Wenn die Ziele klar definiert sind, können gemeinsam die passenden Maßnahmen entwickelt und umgesetzt werden.

Klassische Trainings haben nach wie vor ihren Platz. Modular aufgebaut und idealerweise in Präsenz, vermitteln sie Kompetenzen systematisch und nach einheitlichem Standard. Ergänzend lassen sich Coachings einsetzen, um individuelle Fragen zu bearbeiten. Je nach Bedarf können auch Mentoring oder Selbstlernangebote wie Videotrainings sinnvoll sein.

zurück zum Inhalt

Flexibles Instrument: der Führungskräftezirkel

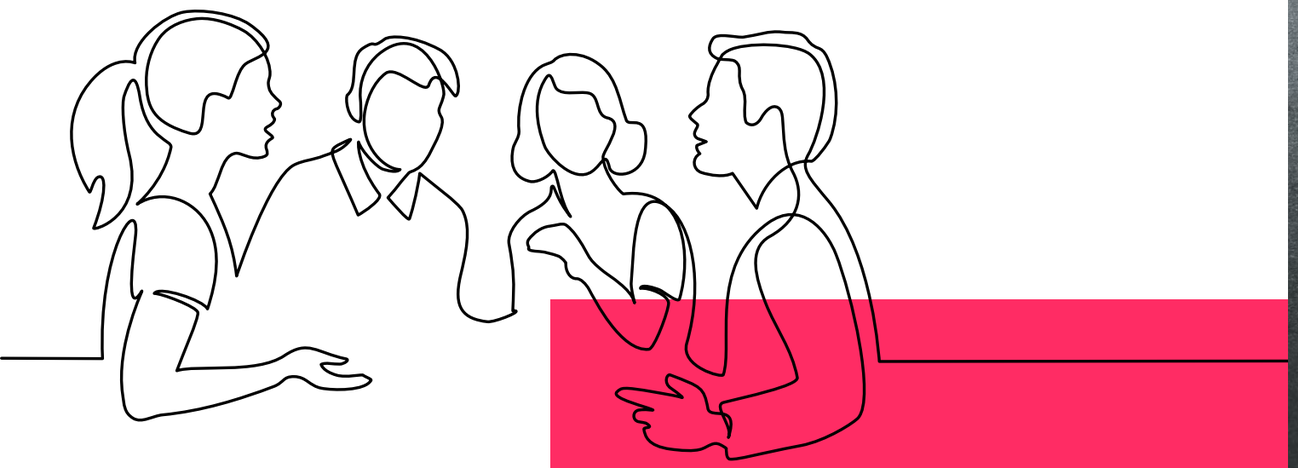
Für die langfristige Begleitung hat sich ein Format besonders bewährt: der Führungskräftezirkel. Er schafft Raum für regelmäßigen Austausch über Führungsfragen, die im Alltag oft untergehen. Der Praxisbezug ist hoch, Erkenntnisse können sofort umgesetzt werden – und ganz nebenbei wächst der Zusammenhalt. Führungskräfte merken, dass sie mit ihren Fragen und Herausforderungen nicht allein sind.

Wie ein Führungskräftezirkel gestaltet wird, kann variieren. Wichtig ist vor allem ein fester, regelmäßiger Termin, der nichts mit dem Tagesgeschäft zu tun hat, sondern ausschließlich Raum für Führungsfragen bietet. Der Austausch erfolgt offen und ohne starre Agenda. Ein kurzer Impuls zu Beginn – etwa zu einem aktuellen Führungsthema – ist ideal, um die Diskussion in Gang zu bringen. Die Themen legen damit die Führungskräfte fest. Ein Feedback, das mich nach einem Führungskräftezirkel erreichte: „Sie haben uns mit fachlichen Impulsen inspiriert, die Diskussion begleitet und neue Perspektiven eröffnet."

Kontakt

www.cpwconsulting.de

training@cpwconsulting.de



Stadtwerke Düsseldorf

Mitten im Leben.

Jetzt mehr erfahren:

Die Kunst, grün zu heizen.

Mit effizienter Wärmepumpe die Umwelt schonen und bis zu 50 % Heizenergie einsparen. Unser Komplett-Service kümmert sich um die Planung und Installation.

NahWärme Düsseldorf GmbH



© SIGMA AV

NEXT GENERATION PLEASE

SIGMA System Audio-Visuell steht für Tradition mit Zukunft

www.sigma-av.com

Wirtschaft

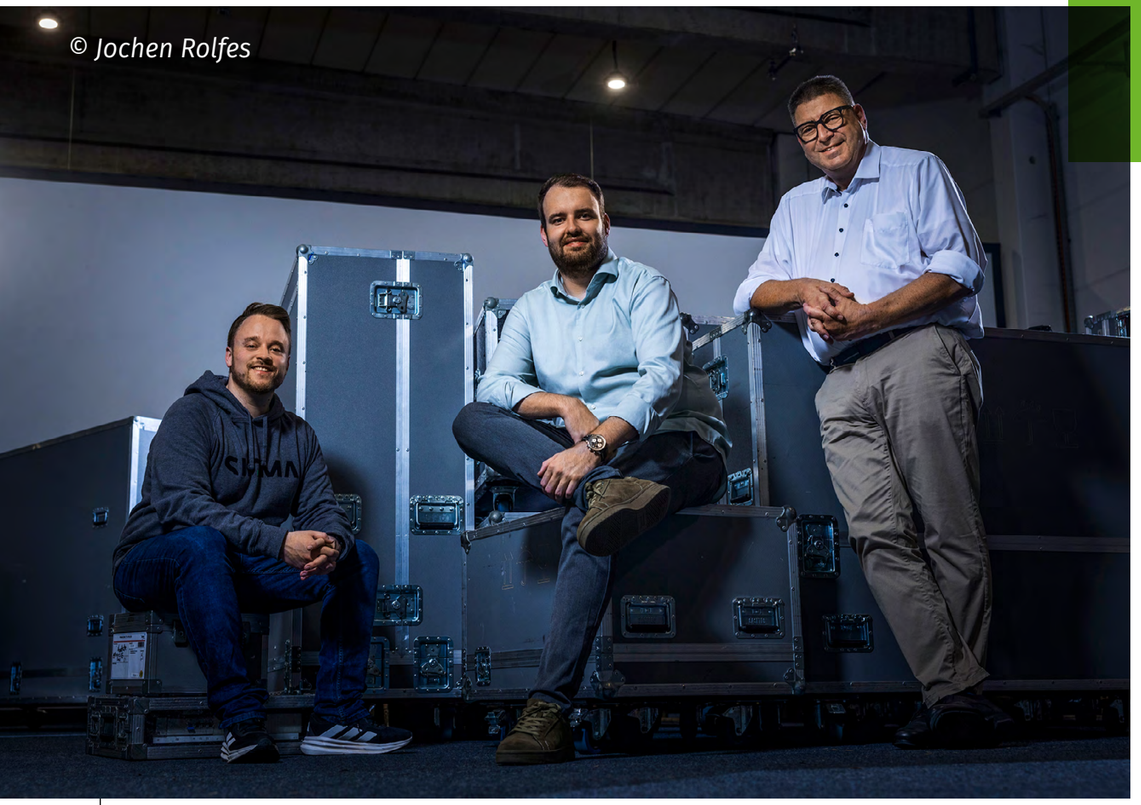
> „Wir gehen bei der Projektionstechnik immer an die Grenzen des Möglichen."
>
> ***Marco Vorderstemann,***
> ***Geschäftsführer SIGMA System Audio-Visuell***

Als Ende August der Düsseldorfer Schlossturm zur Projektionsfläche wurde, staunten nicht nur Eishockey-Fans. Logos, Spielerporträts und Trikotnummern der DEG leuchteten in 180 Grad auf dem historischen Wahrzeichen – eine Inszenierung „made in Düsseldorf by SIGMA System Audio-Visuell". Es ist eines von vielen Projekten, das für die Innovationskraft und Leidenschaft des Düsseldorfer Unternehmens steht, das seit Jahrzehnten Medientechnik für Museen, Messen und Markenwelten liefert.

Von LED bis Drohne – SIGMA System Audio-Visuell „spielt" immer mit. Doch während Projektoren, Kameras und Drohnen immer leistungsfähiger werden, stellte sich auch für den Mittelständler mit Firmensitz in Heerdt die Frage: Wer führt den Betrieb in die nächste Generation? Im Gegensatz zu vielen Traditions- und Familienunternehmen wurde beim Thema Stabwechsel eine Lösung gefunden. Seit dem 1. April lenkt ein „Triumvirat" das Unternehmen: Firmeninhaber Volker Schräger-Enkirch macht mit Stephan Nabbefeld (27) und Marco Vorderstemann (32) einen bemerkenswerten Generationensprung. „Der Plan ist eine gelungene Übergabe bis Ende 2026", erklärt Schräger-Enkirch, der 1986 als Radio- und Fernsehtechnikermeister bei SIGMA anfing. 2027 steht das 50-jährige Firmenjubiläum an – ein denkbar symbolträchtiger Moment für den Generationenwechsel. „Wenn die mich noch so lange dabeihaben möchten, bleibe ich natürlich", lacht Schräger-Enkirch.

Auch die beiden Nachfolger stehen für typische SIGMA-Karrieren. Marco Vorderstemann fand nach mittlerer Reife und einem Abstecher in den Rettungsdienst 2013 als Praktikant den Weg ins Unternehmen. Er absolvierte die Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik, legte den Meister ab und verantwortete als Bereichsleiter den Geschäftsbereich Veranstaltungstechnik und ist jetzt Geschäftsführer.

zurück zum Inhalt



Marco Vorderstemann, Stephan Nabbefeld, Volker Schräger-Enkirch, die drei Geschäftsführer von SIGMA System AV

> „Wir werden mit Drohnenshows eine riesige Präsenz und Sichtbarkeit für Marken schaffen."
>
> ***Stephan Nabbefeld, Geschäftsführer SIGMA System Audio-Visuell***

Stephan Nabbefeld wiederum studierte 2016 Medientechnik an der Hochschule Düsseldorf. Sein Praxissemester führte ihn direkt zu SIGMA – und er blieb. Parallel nutzte er die Gelegenheit, um einen Master in Digital Business Management zu absolvieren.

Als den beiden die Frage gestellt wurde, ob sie das Unternehmen perspektivisch in die Zukunft führen wollen, zögerten sie nicht, sondern nahmen sich bewusst Zeit. Eine Woche lang entwickelten sie Strategien, hinterfragten Rollenbilder und prüften, ob die Chemie für eine gemeinsame Verantwortung stimmt. „Wir haben uns eingeschlossen, sortiert und geprüft, ob es zwischen uns passt", sagt Nabbefeld rückblickend.

Medienstandort Düsseldorf

Warum ist Düsseldorf für die Kommunikationsbranche so interessant? Warum boomt das Geschäft mit Projektoren, Streamen, riesigen LED-Bildschirmen, Licht-Installationen, immersiven Ausstellungen und Drohnen? Für Vorderstemann ist es die zentrale Lage, Benelux ist nah, der Flughafen verbindet Europa und die Welt, Großkunden und Mittelstand sitzen vor der Tür. „Ein Riesenvorteil ist außerdem die Messe Düsseldorf", ergänzt er, für die das Unternehmen bereits 1986 als einer der ersten offiziellen Technikdienstleister tätig war.

Heute steht das Unternehmen auf vier Säulen: der AV-Integration, die rund die Hälfte des Umsatzes ausmacht. Ein Drittel fällt auf die Veranstaltungstechnik. Neben dem klassischen Geschäft umfasst SIGMA heute auch die Bereiche Managed Service und Interaktive Medien. Wer Technik mietet oder kauft, wird also nicht allein gelassen: Von der kreativen Umsetzung individueller Konzepte über die Fernwartung bis hin zum schnellen Einsatzteam im Störfall bietet das Unternehmen einen Rundum-Service.

In den Häusern der Stadt ist SIGMA gefragt. Im Kunstpalast übernahm das Unternehmen eine Saal-Patenschaft und realisierte u. a. die Projektion in der Kuppel des Foyers. Im September wird das Team neben der Leadershift Konferenz von Brand Eins in Hamburg auch das Sports Festival POWWOW in der Düsseldorfer Rheinterrasse technisch ausstatten. International ist man ebenfalls unterwegs, per Seecontainer oder Luftfracht. Im November geht es zu einer Messe nach San Diego. Das Material ist schon jetzt verschifft, das Team fliegt Mitte Oktober nach.

Technik mit Gefühl

Wer heute Wirkung erzielen will, erwartet Erlebnis statt Kulisse. „Es geht darum, mit Technik Emotionen zu wecken und Besucherinnen und Besucher aktiv einzubeziehen",

erklärt Vorderstemann. Ein Beispiel sind sogenannte Shift Screens, Displays, die sich händisch verschieben lassen. Wie mit einem Röntgenblick werden dahinterliegende Ebenen sichtbar. Wenn Haptik und Bild zusammenkommen, entsteht Interaktion, die im Gedächtnis bleibt. Sogar mit Düften arbeitet der Technikspezialist, wenn es zur Dramaturgie passt. Das Deutsche Fußballmuseum gilt als Paradebeispiel für projektionstechnische Spitzenleistungen. Mindestens ebenso prägend sind Orte wie die Mahn- und Gedenkstätte Düsseldorf, bei denen die moderne Technologie den Umgang mit der Geschichte respektvoll begleitet.

Der Einsatz reicht von künstlerischen Bildwelten bis zu Digital Signage, also digitalen Anzeigesystemen im öffentlichen Raum oder in Unternehmen. Ein neues Thema sind Drohnenshows. China habe es lange vorgelebt, in Deutschland ziehe der Trend nun deutlich an, so Nabbefeld. Dass Inszenierung dadurch automatisch teurer werde, verneint Schräger-Enkirch. Die Technik sei häufig günstiger geworden, vor allem LED. „Die ersten großen Flachbildschirme kosteten ein Vermögen. Heute bekommt man bei deutlich besserer Qualität ganz andere Preise. Teurer sind die Personalkosten."

Arbeitsklima: nachhaltig

Über 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen. Sieben Auszubildende sind in diesem Jahr gestartet. Ausgebildet wird auch in der IT-Systemelektronik. „Die Bewerbungen im IT-Bereich haben zuletzt angezogen, die Veranstaltungstechnik hatte nach Corona eine Delle", berichtet Nabbefeld. Bei Festanstellungen gestaltet sich die Suche bis heute schwierig, da viele Profis während Corona in vermeintlich sichere Branchen gewechselt sind. „Wer bei uns groß wird, bleibt häufiger", bilanziert Schräger-Enkirch. Vielleicht bleiben die Mitarbeiter auch, weil zur Teamkultur Pragmatismus und Humor gehören.

Wie halten es die Drei mit der Umwelt? „Nachhaltigkeit ist einerseits Kundenerwartung und andererseits auch ein Anspruch an uns selbst. Vermietung ist per se ressourcenschonend, weil Technik mehrfach sinnvoll genutzt wird", so Schräger-Enkirch. Das Unternehmen ist Mitglied beim Klimapakt Düsseldorf, die Photovoltaik auf dem Dach liefert Strom für den Betrieb. Die Flotte wird schrittweise elektrifiziert, der erste E-Transporter ist im Einsatz. Auch bei den Kundenberatungen spielt Lifecycle-Management eine immer größere Rolle.

Wohin die Reise geht

In die Glaskugel muss hier keiner schauen, um zu wissen, was die Zukunft in der Branche bringt. LED, darin sind sich die drei Geschäftsführer einig, wird das Innovationsfeld anführen. Fortschritte bei Auflösung, Helligkeit, Gewicht und Transparenz werden das Bild in Konferenzräumen, Auditorien, Retail und Kultur weiter verändern. Gleichzeitig werden reale und digitale Erlebnisse verschmelzen. Showrooms werden zu Bühnen und der Handel wird vom Game-Design profitieren. Ebenfalls eine Technik mit Zukunft sind die Drohnen. Aktuell werden Schutzsysteme entwickelt, die Flüge über den Köpfen von Menschen in Innenräumen ermöglichen. Das eröffnet neue Formate auf Messen und in Showrooms. „Wir könnten auch Drohnen über den Rhein fliegen lassen mit einem riesigen Firmenlogo", nennt Vorderstemann ein Beispiel.

Die Essenz guter Medientechnik bleibt jedoch immer dieselbe. Man sieht sie nicht, man spürt sie. Oder, wie Volker Schräger-Enkirch formuliert: „Entscheidend ist nicht die Größe der Wand oder der Installation, sondern der Effekt, den wir beim Publikum auslösen."

Susan Tuchel

> „Wir fühlen uns der Stadt Düsseldorf sehr verbunden und unterstützen die Kulturszene oder Vereine wie Fortuna und die DEG immer gern mit unserer Technik."
>
> ***Volker Schräger-Enkirch, Geschäftsführer SIGMA System Audio-Visuell***

zurück zum Inhalt



© Jochen Rolfes

ZECCO IMMER AM BALL

Transfers in den Bundesliga-Geschäftsstellen

www.zecco.de

Wirtschaft

Fußball ohne Zecco? Kaum vorstellbar. Ob Eventmanagement, Sponsoring oder Recruiting im Sportmanagement – wo der Ball rollt, ist Hans-Jörg Zech, besser bekannt als „Zecco“, meist nicht weit. Aktuell stellt sich seine Düsseldorfer ZECCO GmbH neu auf. Aus zwei wird eins: Die ZECCO GmbH integriert die Personalberatung The Search Sportmanagement GmbH fest in die Agenturstruktur. Damit erweitert sich das Spielfeld um die dritte Säule Headhunting – passgenau für Profisportvereine, Sportverbände und Unternehmen. Ergänzt wird das Angebot von den bewährten Bereichen Business-Events und Sponsoringberatung.

Für Hans-Jörg Zech, geschäftsführender Gesellschafter, ist dieser Schritt konsequent. „Für mein Klientel ändert sich ja nichts an der Intensität, nur an der administrativen Heimat“, sagt er. Zech hatte The Search Sportmanagement 2019 zusammen mit Christina Michels gegründet und die HR-Marke erfolgreich im Sportbusiness und im Finanzsektor etabliert. Nach dem Ausscheiden von Michels führt er das Geschäft nun unter dem Dach der ZECCO GmbH fort.

Immer auf Ballhöhe im Recruiting

Fast alle Headhunting-Mandate der ZECCO GmbH spielen in derselben (Bundes-)Liga – rund 90 Prozent kommen aus dem Profifußball. Ob Marketing, Sales oder Kommunikation – hier fallen die meisten Treffer. Zum Saisonstart sitzen bereits die ersten Transfers. Für Hans-Jörg Zech ist das kein Zufall: „Wir sind der schnelle Headhunter im Fußball und gehen jede Suche sofort offensiv an“, betont er. Zecco denkt längst über das Mittelfeld hinaus: Künftig sollen auch Führungspositionen bis hin zu Geschäftsführungen und Vorständen besetzt werden. Die Agentur will sich neben der Suche nach Senior-Managern und Teamleitern damit als feste Größe für hochkarätige Personalentscheidungen weiter im Sport etablieren.

Parallel zur strategischen Neuausrichtung gibt es auch eine neue Mannschaftsaufstellung: Daniel Gather übernimmt als Bereichsleiter den Geschäftsbereich Business-Events und Sponsoring. Damit verschafft Gather Zecco die nötigen Räume, um das Headhunting noch weiter nach vorne zu treiben – ohne die bewährten Geschäftsfelder vom Platz zu nehmen.

Seit 20 Jahren treffsicher

Die Neuausrichtung fällt in eine Phase mit Symbolkraft: 2006 gegründet, steuert Zecco auf sein 20-jähriges Jubiläum zu. Unterstützende Basis für seine Selbständigkeit waren dabei die sechs Jahre als Director of Sales bei Sportfive und Borussia Dortmund.

zurück zum Inhalt

Für Hans-Jörg Zech lag die Entscheidung an, ob er als lizensierter Spielerberater seine Zukunft auf der Seite der aktiven Fußballspieler sieht oder es vorzieht, Sales-, Marketing- oder Kommunikations-Experten in die Geschäftsstellen der Clubs zu bringen. Diese Entscheidung fiel ihm leicht. „Wo hätte ich besser meine Vereins- und Vermarkter-Expertise einbringen können als bei der Suche nach den Personen, die ich früher selbst durch Vereine geführt habe?“, fragt Zech. Denn genau hier werde sein Netzwerk zum Spielmacher für neue und erfolgreiche Besetzungen.

Für seine Kunden verändert sich nichts. Alle Ansprechpartner im ZECCO-Team sind strategisch aufeinander abgestimmt, die Kommunikationswege kurz. In der Sache bleibt, was Auftraggeber schätzen – schnelle Wege, treffsichere Entscheidungen und ein starkes Netzwerk innerhalb der Liga sowie bei außergewöhnlichen Neuzugängen. Denn wer im Wettbewerb um Talente gewinnen will, braucht Qualität, Tempo und Kreativität.

Auch jenseits des Fußballs bleibt das Spielfeld weit offen. Wo Sportmanagement gefragt ist, wo Sponsoringmechaniken greifen und wo sich Herausforderungen dynamisch verändern, gibt Zecco sein Know-how weiter und unterstützt seine Auftraggeber bei der Umsetzung ihrer Aufgaben. Der Fokus ist klar definiert: schnelle, passende und intelligente Besetzungen der Vereins-Geschäftsstellen. Und für Zecco ist klar: Headhunting im Sport ist nicht die Nachspielzeit, sondern die spielentscheidende Torvorlage.

Susan Tuchel



Hans-Jörg Zech (Zecco) und Daniel Gather, ZECCO GmbH







Starke Technik.
Flexible Umsetzung.
Spürbare Wirkung.

Wir schaffen Erlebnisse für Events jeder Größe,
innovativ, kreativ und eindrucksvoll.

SIGMA
audio. visual. experience.



www.schriftschatz.de

Kunst & Kultur

Schriftschatz

DIE WIEDERENTDECKUNG

der Handschrift

Versteckt in einem Hinterhof am Hermannplatz liegt ein kleines Atelier. Wo früher Druckmaschinen ratterten, fließen heute Linien, Bögen und Worte über das Papier. Zehn Frauen und ein 13-jähriges Mädchen sind gekommen, um etwas wiederzuentdecken, das vielen im zunehmend digitalen Alltag mehr und mehr verloren geht: die eigene Handschrift.

Die Stimmung ist fast wie bei einem Yoga-Kurs, nur dass hier keine Matten ausgerollt werden, sondern ein großes weißes Blatt und viele kleine Blätter, einige davon transparent. Gaby Trombello-Wirkus, Gründerin von Schriftschatz, beginnt den Abend mit einem kurzen Exkurs über die Schulschriften der letzten Jahrhunderte von der Kurrentschrift über Sütterlin, der lateinischen Ausgangsschrift von 1953 bis hin zur Druckbuchstaben-Grundschrift von 2010. Es folgt ein Aufwärmprogramm mit Wellenlinien, Zickzack, Schnecken – ganz locker aus dem Handgelenk. Weniger locker geht es zu, wenn Rechtshänder mit links ein Wort ohne abzusetzen schreiben sollen.

Während ich die Zeilen fülle, merke ich, wie sich Konzentration einstellt. Keine Delete-Taste, keine Ablenkung vom Handy. Was am Anfang mühsam und ungewohnt ist, wird bald ein eigener Rhythmus und eine Erinnerung an kleine Tafeln mit einem Schwämmchen. Handschrift, erklärt Trombello-Wirkus, sei weit mehr als Nostalgie. Beim Schreiben mit der Hand werden Hirnareale aktiviert, die beim Tippen passiv sind. „Oder anders gesagt: Schreiben macht schlau."

zurück zum Inhalt

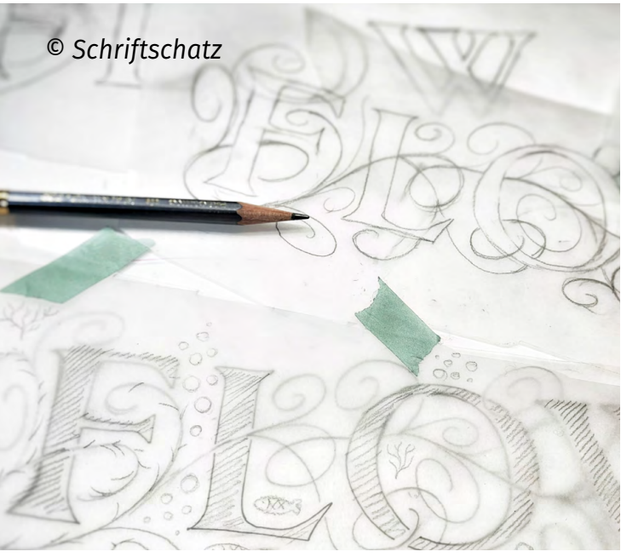
Kunst & Kultur

„Eine Handschrift ist etwas zutiefst Persönliches. Wenn ich einen Brief von dir bekomme, dann sehe ich dich darin."

Gaby Trombello-Wirkus, Inhaberin Schriftschatz



© *knusperfarben_fotografie*



© *Schriftschatz*

Trombello-Wirkus hat sich schon lange mit Schriften und Design beschäftigt. Sie studierte Grafik-Design in Florenz, leitete viele Jahre eine eigene Agentur und arbeitete für große Unternehmen. Doch irgendwann suchte sie etwas Neues. Inspiriert von Projekten mit geflüchteten Jugendlichen aus Syrien, bei denen sie über Schrift und Kunst Zugänge zur Sprache schuf, entdeckte sie ihr Thema: Schrift nicht nur zu gestalten, sondern erlebbar zu machen.

2018 eröffnete sie das Atelier, „eine echte Sanierungs-Herausforderung". Heute steht ihr Unternehmen auf drei Säulen. Da sind die kreativen Workshops in Hand oder Brush Lettering. Da sind die moderne und klassische Kalligrafie für Karten oder Geschenke sowie die Event-Kalligrafie für Marken, für die die Handschriftenexpertin auf Veranstaltungen Give-aways personalisiert. Und schließlich die Auftragsarbeiten für Privatpersonen und Firmen, von der Hochzeitspapeterie bis hin zu Kartenserien. Nicht zu vergessen den Online-Shop mit handgenähten Federmäppchen, Briefpapier, Weihnachtskarten und kalligrafierten Weihnachtskugeln. 2020 erschien ihr Buch mit dem Titel „Die fast vergessene Kunst des Briefeschreibens", das sie zusammen mit Titus Müller veröffentlichte.

Analog als Gegenpol

In Zeiten von WhatsApp, E-Mail und KI suchen viele Menschen ganz bewusst das Analoge. „Für manche ist Schreiben fast exotisch geworden", weiß Trombello-Wirkus. Doch genau darin liegt der Reiz. Wer sich für ein paar Stunden auf seine Schrift konzentriert, taucht ab, gewinnt Ruhe und Selbstvertrauen. Unternehmen wiederum entdecken den Mehrwert, wenn Teams beim Schreiben zusammenkommen und mehr miteinander teilen als nur einen Bildschirm.

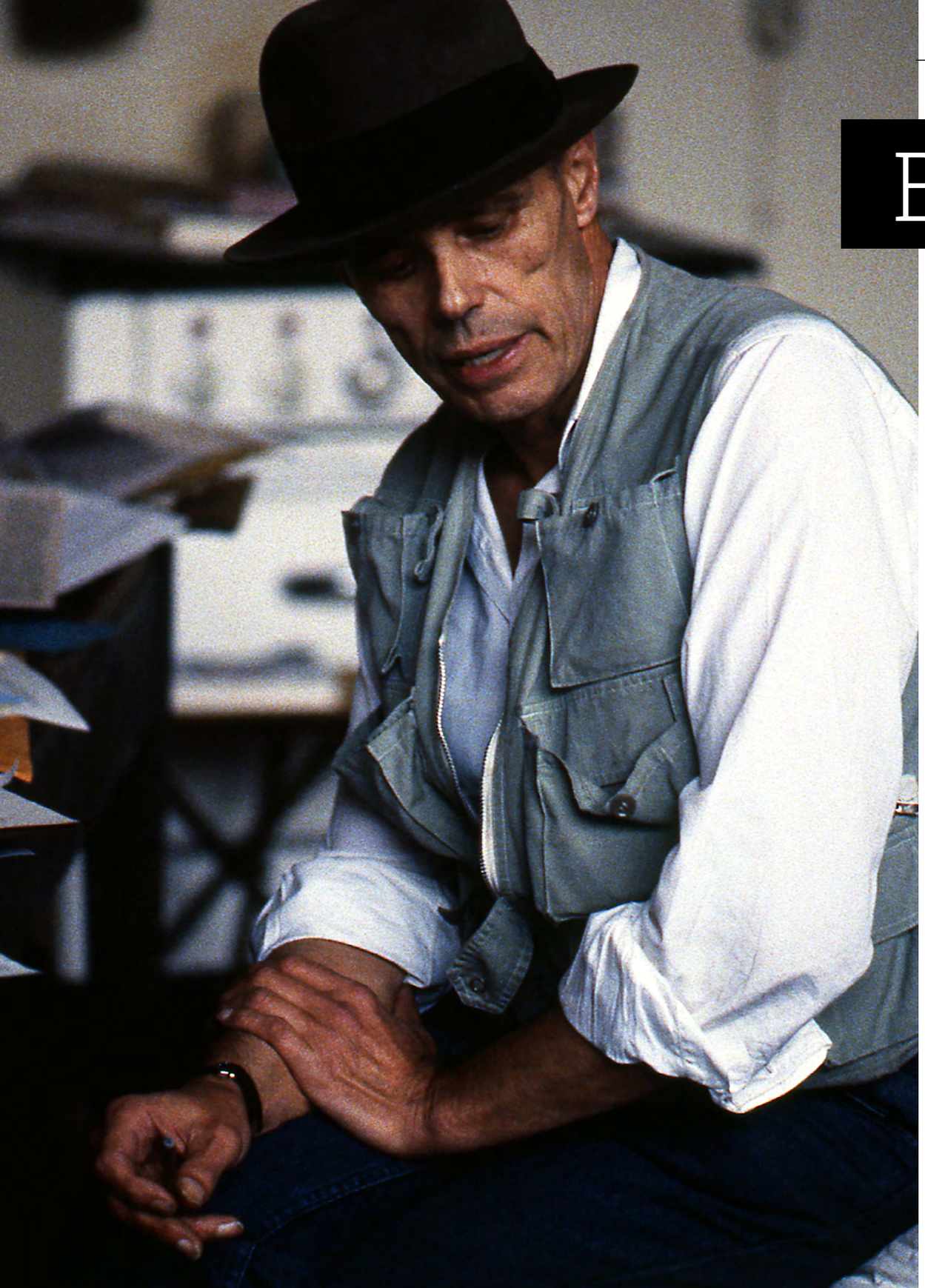
Sie erzählt von Jurastudenten, die zu ihr kommen, weil sie schneller und besser mitschreiben wollen, von Menschen, die ihre Schrift im Alter nicht verlieren möchten, und von Unternehmen, die Teamabende bei ihr buchen.

Manchmal geht es auch um mehr als um einen Do it yourself (DIY) Workshop in vergnüglicher Runde. Eine Frau mit Parkinson kam zu ihr, um nicht zu vergessen, wie man Buchstaben formt. Gemeinsam mit einer Ergotherapeutin arbeitete Trombello-Wirkus an der Handschrift, bis die Frau nach Jahren wieder ein vertrautes Schriftbild in Händen hielt. „Das sind Momente, die berühren", sagt sie.

Die zweieinhalb Stunden des Handschriftenkurses vergehen wie im Flug. Alle Teilnehmerinnen haben an ihrer Handschrift gearbeitet und wissen, was zu tun ist, wenn sie das eigene Schriftbild zu klein oder zu groß oder zu unruhig finden oder das Geschriebene schwer zu entziffern ist. Aber jede von ihnen geht auch mit der Gewissheit nach Hause, dass ihre Handschrift so einzigartig ist wie ihr Fingerabdruck und ein Teil ihrer Persönlichkeit.

Susan Tuchel

zurück zum Inhalt



BEUYS LETZTER BLICK

Fotograf Bernd Obermann dokumentiert Kunst- und Zeitgeschichte

Es ist einer dieser Momente, in denen Geschichte durch eine Linse konserviert wird: Joseph Beuys, im legendären Hut, greift nach der Türklinke, wendet sich nicht mehr um – und verlässt die Düsseldorfer Kunstakademie. Das Foto, das diesen Abschied einfängt, stammt vom Düsseldorfer Fotografen Bernd Obermann.

Der gebürtige Oberhausener, der in Duisburg aufgewachsen ist, begann seine Laufbahn in den 1970er Jahren. Seine Fotografenlehre absolvierte er in der Hauptwerbe-Abteilung bei Karstadt in Essen, zu den Glanzzeiten der Warenhauskette. Obermanns Ausbildung bestand darin Mode- und Werbefotos zu machen. „Das habe ich auch gut hinbekommen." Einer seiner Lehrer in der Berufsschule in Essen war Tünn Konerding, der von 1976 bis 1984 Professor für angewandte Grafik an der Kunstakdemie Düsseldorf wurde. Dieser war zugleich ein enger Freund von Joseph Beuys. „Eines Tages rief er mich an und sagte: ‚Bring deine Kamera mit, morgen ist Beuys' letzter Tag", erinnert sich Obermann.

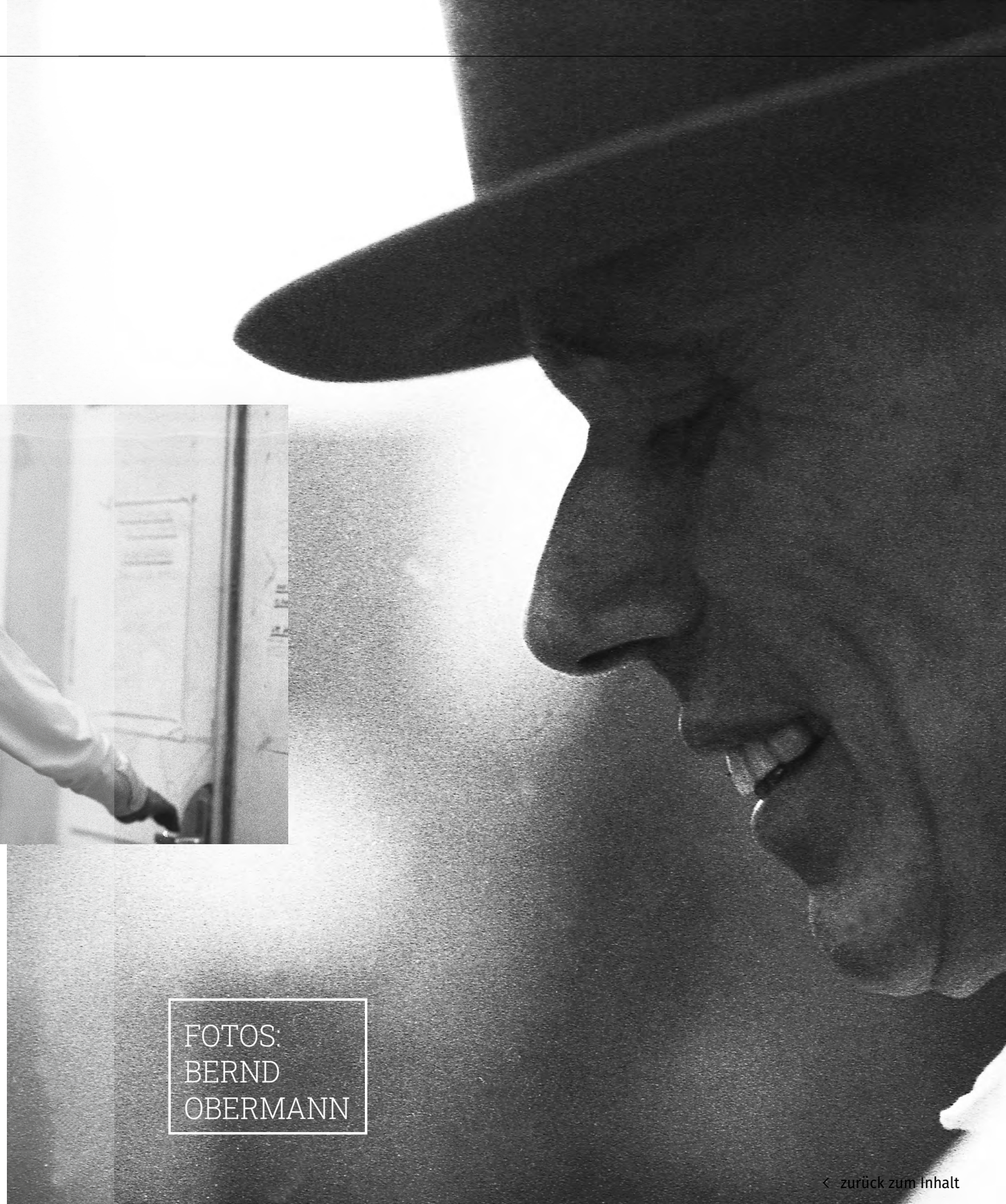
„Die Zukunft, die wir wollen, muss erfunden werden. Sonst bekommen wir eine, die wir nicht wollen."

Joseph Beuys





Joseph Beuys' Abschied aus der Kunstakademie



FOTOS: BERND OBERMANN

zurück zum Inhalt

Er kommt, sieht – und drückt ab. Entstanden sind eindringliche Schwarz-Weiß-Aufnahmen, die Beuys zwischen den Studentinnen und Studenten zeigen, und eben jenes Bild des Moments, in dem er die Akademietür öffnet, um zu gehen. Später fotografierte Obermann Beuys auch in dessen privatem Atelier. Es sollten die letzten Aufnahmen des Künstlers in seiner persönlichen Arbeitsumgebung werden, entstanden sind sie 1984. Diesmal in Farbe, in ruhiger, fast intimer Atmosphäre. Ein besonderes Bild widmete Beuys dem Fotografen und versah es mit der Signatur: *„Für Bernd Obermann, Joseph Beuys.“* Bis heute hängt es in Obermanns Wohnzimmer – ein Stück Zeitgeschichte. „Mich hat das Treffen sehr berührt. Ich war nie ein enger Freund von Beuys, aber wir haben uns geachtet. Der Mann war von Menschlichkeit inspiriert und hatte eine tiefe Seele. Viele Menschen hielten ihn für einen Spinner, weil sie ihn nicht verstanden haben. Was er sagen wollte, ist, dass Geld und Macht nichts mit der wahren Welt zu tun haben.“

Kunst & Kultur

„Jeder Mensch ist ein Künstler.“

Joseph Beuys



In seinem privaten Atelier

zurück zum Inhalt



> Das Geld muss raus aus dem Kreislauf. Die Kreativität der Menschen ist das wahre Kapital.
>
> *Joseph Beuys*

BEUYS UND DÜSSELDORF

// Joseph Beuys (1921–1986) prägte wie kaum ein anderer Künstler das kulturelle Leben in Düsseldorf. Von 1961 bis 1972 lehrte er als Professor für monumentale Bildhauerei an der Kunstakademie. Seine unkonventionellen Methoden – etwa die Aufnahme aller Bewerber ohne formale Auswahl – machten ihn zum gefeierten, aber auch umstrittenen Lehrer.

// 1972 kam es zum Eklat: Beuys wurde aus dem Lehramt entlassen, nachdem er gemeinsam mit Studenten gegen Zulassungsbeschränkungen protestiert hatte. Sein Abschied von der Akademie wurde zu einem symbolischen Moment der deutschen Kunstgeschichte.

// Trotz des Konflikts blieb Beuys Düsseldorf eng verbunden. Hier lebte und arbeitete er, hier entstanden viele seiner berühmtesten Aktionen, Ausstellungen und Installationen. Heute gilt Düsseldorf – neben Köln – als eine der wichtigsten Beuys-Städte weltweit.

Mehr als drei Jahrzehnte arbeitete Bernd Obermann als Fotograf für Deutschlands bekannteste Magazine, den Stern und den Spiegel. Von Düsseldorf ging es nach New York, wo er 15 Jahre lebte. Dort fotografierte er weiter für den Stern und andere Magazine sowie für die New York Times. Er publizierte mehrere Bildbände über den Big Apple. Wenn es ernst wurde, war Obermann mittendrin. Er berichtete aus Afghanistan, dem Libanon, aus Ruanda und Ex-Jugoslawien – die Kamera immer auf Augenhöhe mit den Menschen, den Opfern, den Helfern und den Überlebenden. Nähe, Empathie und die Kraft der Schwarz-Weiß-Fotografie prägen sein Werk. Seine Bilder sind nie bloße Dokumente, sie sind emotionale Geschichten, eingefrorene Stücke Menschlichkeit inmitten der Katastrophe.

Nach seiner Rückkehr nach Düsseldorf wurde seine Schwarz-Weiß-Fotografie zu seinem Markenzeichen. Heute sind Obermanns Fotografien in limitierten Editionen gefragte Sammlerstücke. Darunter die seltenen Beuys-Aufnahmen sowie seine New York Bilder. Und natürlich ist der Fotograf auch in Düsseldorf immer noch unterwegs z. B. für das ZOO:M Magazin.

„Tünn Konerding hat mir gezeigt: Kunst bedeutet Innovation. Giotto entdeckte die Perspektive, Picasso erfand den Kubismus – Kunst überschreitet immer Grenzen. Ich sehe mich selbst nicht als Künstler. Ich fotografiere Menschen, mit Mitgefühl und Liebe für sie. Vielleicht ist genau das die eigentliche Innovation. Beuys würde sagen: ‚Jeder ist ein Künstler.'"

Alexandra von Hirschfeld

BERND OBERMANN

Limitierte, nummerierte und signierte Abzüge der Beuys- und New York-Fotos sind direkt bei Bernd Obermann erhältlich.

Kontakt:

www.berndobermann.com

berndobermann



zurück zum Inhalt

7 FRAGEN AN ...

Düsseldorfer Künstlerinnen und Künstler

Wolfgang Wimhöfer

1 **Welchen Stellenwert nimmt Kunst in Ihrem Leben ein?**

Kunst bedeutet für mich das Eintauchen in den Grenzbereich zwischen Intuition und Form – das Unkonkrete spüren, das Malen mit dem Bauch. Sie ist Lebenshaltung und Ausdruck zugleich.

2 **Welche künstlerischen Vorbilder haben Sie am stärksten beeinflusst?**

Joseph Beuys mit seinem erweiterten Kunstbegriff der Sozialen Plastik, Kurt Link mit seiner gestischen Bildhauerei und César Manrique, der Umweltschutz und Kunst auf visionäre Weise verbunden hat.

3 **Welche anderen Berufe wären für Sie auch in Frage gekommen?**

Keiner. Der künstlerische Weg war für mich immer selbstverständlich.

4 **Was brauchen Sie, um schöpferisch tätig zu sein?**

Einen fließenden kreativen Zustand, in dem ich eins werde mit Pinsel, Farbe und Leinwand – frei von äußeren Einflüssen, ganz im Moment.

5 **Woran arbeiten Sie gerade?**

An der Serie „Pandoras Hydrant“, in der historische Hydranten eine Metamorphose von der Raupe zum Schmetterling durchlaufen. Eine transparente Leinwand, rückseitig mit LEDs beleuchtet, und eine Brücke als verbindendes Element spielen dabei eine zentrale Rolle.



Wolfgang Wimhöfer
Foto: Reiner Kaltenbach

zurück zum Inhalt

6 **Kunst und KI: Passt das für Sie zusammen?**

Ja – KI ersetzt mir die mühsame Google-Recherche und liefert in Sekundenschnelle relevante Informationen. Auch erste Bildskizzen lassen sich damit visualisieren und fließen inspirierend in den weiteren künstlerischen Prozess ein.

7 **Düsseldorf hat eine lebendige Kunstszene. Womit sind Sie zufrieden und wo wünschen Sie Veränderungen?**

Das breite Angebot an Ausstellungen und Events ist großartig – aber auch fordernd. Wer alles wahrnimmt, riskiert, den eigenen Weg zu verlieren. Ich wünsche mir mehr sichtbare Kunst im Hafen, etwa durch die Umnutzung leerstehender Büroflächen als Ateliers und Ausstellungsräume. Schon im 18. Jahrhundert wurde die Kunstakademie am damaligen Sicherheitshafen gegründet – ein frühes Zeugnis der Verbindung von Kunst, Bildung und urbanem Raum, das heute wiederbelebt werden sollte.



Tausendfüßler & Hydranten, Acryl auf Leinwand mit LED-Beleuchtung, 90 x 110 cm, 2023, Foto: Wolfgang Wimhöfer

WOLFGANG WIMHÖFER:

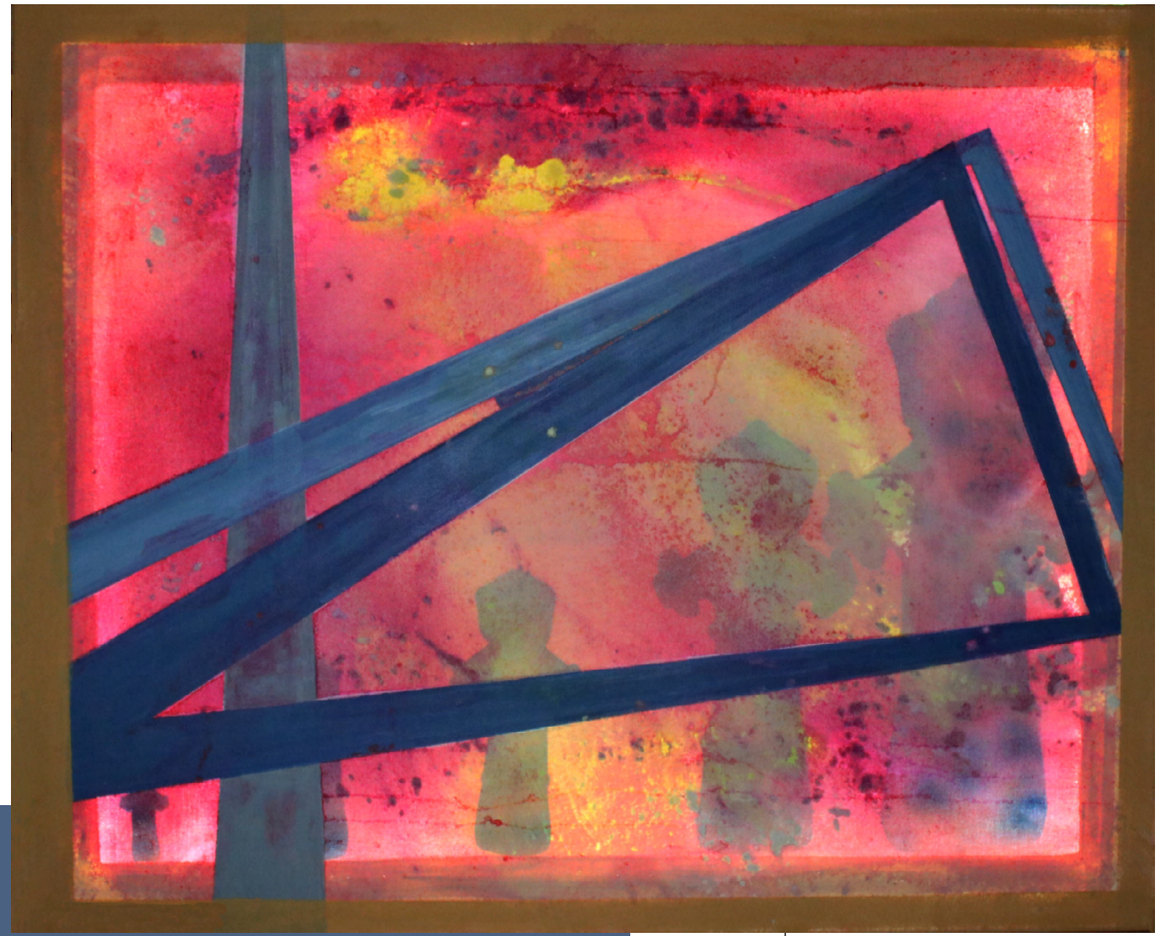
// Der gebürtige Lippstädter kam 1952 nach Düsseldorf und absolvierte in den 1960er Jahren eine Ausbildung zum Chemielaboranten bei den Farbenfabriken Bayer in Leverkusen. Schon damals galt sein Interesse weniger der Herstellung von Farben als ihrer Wirkung und Anwendung.

// Unter dem Einfluss der Pop-Art begann er ein intensives Selbststudium der Malerei. Geprägt wurde sein künstlerischer Werdegang durch die lebendige Kunstszene der Düsseldorfer Altstadt, in der Künstlerkneipen und die Nähe zur Kunstakademie Raum für kreative Begegnungen boten.

// In den 1980er Jahren führte ihn die Auseinandersetzung mit dem erweiterten Kunstbegriff von Joseph Beuys – insbesondere dessen Konzept der Sozialen Plastik – zur Gründung und Leitung der Künstlergruppen „Von Kunst zu Kunst“ und „Kunst im Hafen e.V.“. Ziel war es, den historischen Zollhof 3 im Düsseldorfer Hafen als Ort für Kunst zu erhalten. Als die Stadt andere Wege ging, richtete Wimhöfer seinen Blick auf die unbeachteten, historischen Hafenhydranten – Relikte industrieller Infrastruktur, die ihn an den Wasserturm seiner Heimatstadt erinnerten.

// Mit politischem Engagement und künstlerischer Vision erreichte er, dass 18 dieser Hydranten unter Denkmalschutz gestellt wurden. Heute sind 14 von ihnen erhalten und werden unter anderem vom Heimatverein „Düsseldorfer Jonges e.V.“ gepflegt – bis hin zur Anlage eines Denkmalpfads. In seinen Werken löst Wimhöfer die Schwere des Gusseisens mit einer eigens entwickelten transparenten Maltechnik auf und führt die Hydranten visuell zurück zu ihrer ursprünglichen Gestaltungsintention.

zurück zum Inhalt



Hafenbrücke & Hydranten,
Acryl auf Leinwand mit
LED-Beleuchtung,
90 x 110 cm, 2023,
Foto: Wolfgang Wimhöfer

Als „Pandoras Hydrant“ werden die Hydranten nun Teil eines partizipativen Kunstprozesses im Sinne von „Community-Reflexion & -Produktion“. Vom **12. bis 14. September** nehmen sie am Tag des offenen Denkmals und den Kunstpunkten teil. Das Publikum ist eingeladen, unter dem Motto „Hydranten – wert-voll: unbezahlbar oder unersetzlich?“ selbst Teil des kreativen Austauschs zu werden.

www.artwim.de

Kunst & Kultur

Chaos & Ordnung 02,
Acryl auf Leinwand mit LED-Beleuchtung,
75 x 100 cm, 2020/22,
Foto: Reiner Kaltenbach





DIE MENSCHLICHE SEITE DER KI

Warum Künstliche Intelligenz mehr Menschliches enthält, als viele glauben.

KI- Anwendungen wie ChatGPT oder das Bildgenerierungstool Midjourney beeindrucken durch die Qualität ihrer Erzeugnisse. Doch wieviel Menschliches ist in die Entwicklung solcher KI eingegangen? Worin bestehen ihre Erfolgsrezepte und wie wird die KI trainiert?

Ein Blick in die Kunstgeschichte zeigt, dass das Prinzip des Lernens durch Nachahmung keineswegs neu ist. In der Malerausbildung an der Düsseldorfer Kunstakademie unter Wilhelm Schadow war es im 19. Jahrhundert üblich, jahrelang alte Meister zu kopieren – so lange, bis man die Kopie kaum noch vom Original unterscheiden konnte.

Nach einem ähnlichen Prinzip funktionieren sogenannte Generative Adversarial Networks (kurz: GAN). Dabei handelt es sich um eine spezielle Form künstlicher Intelligenz, die aus zwei künstlichen neuronalen Netzwerken besteht: einem sogenannten „Generator“ und einem „Diskriminator“. Jetzt wird’s etwas mathematisch. Der Diskriminator ist ein künstliches neuronales Netz, das auf Bildverarbeitung spezialisiert ist. Sein Job: entscheiden, ob ein Bild echt ist oder vom Generator erzeugt wurde. Technisch betrachtet ist das eine Funktion, die aus den Bilddaten (also einer Matrix aus Pixelwerten) einen Wert berechnet – 1 für ein echtes Bild, 0 für eine Fälschung. Zum Einsatz kommen hier meist sogenannte Convolutional Neural Networks (CNN) – Netze, die die menschliche Wahrnehmung nachahmen. Sie filtern Bildinformationen nach bestimmten Merkmalen, ähnlich wie das Auge Linien, Kontraste oder Formen erkennt.

Dass CNN heute so leistungsfähig sind, verdanken sie bahnbrechenden Ideen, die bereits Ende der 1990-er Jahre entwickelt wurden. Schon 1989 wusste man zwar, dass klassische künstliche neuronale Netze (ANN) mit nur einer Zwischenschicht grundsätzlich in der Lage sind, beliebige Zusammenhänge in Daten zu erkennen – zumindest theoretisch. In der Praxis waren diese Modelle jedoch zu schwerfällig und unflexibel. Ein zentrales Problem: Klassische Netze konnten wichtige Bildmerkmale nur dann zuverlässig erkennen, wenn sie an exakt derselben Stelle im Bild auftauchten. Ein Stopp-Schild wurde zum Beispiel erkannt, wenn es genau in der Mitte lag – aber nicht, wenn es leicht verschoben war.

Durch CNN konnte die ortsunabhängige Erkennung von Bildmerkmalen realisiert werden – ein zentrales Problem früherer Netzarchitekturen wurde damit gelöst. Genau das machte den Durchbruch in der Bildverarbeitung möglich.

Wirtschaft

Realistische Bilder

Der Generator beginnt seine Arbeit mit einem zufällig gewählten X-Vektor – vereinfacht gesagt: einem Zahlenbündel, das dazu dient, den Raum möglicher Bilder zu durchmessen. Auch hier gilt es, eine Funktion zu lernen: Jedem X wird ein Y zugeordnet – eine Matrix aus Pixelwerten, also ein künstlich erzeugtes Bild.

Das Training erinnert an die Düsseldorfer Malerschule: Der Generator übernimmt die Rolle des Studenten, der – angestoßen durch den X-Vektor – versucht, möglichst realistische Kunstwerke zu erschaffen. Der Diskriminator spielt den Kunstprofessor, der prüft, ob das Bild ein Original oder eine Fälschung ist. In diesem Nullsummenspiel lernt der Generator nach und nach, die Erwartungen seines Gegenübers zu erfüllen – bis er Bilder erzeugt, die von echten kaum noch zu unterscheiden sind. Am Ende steht eine generative Funktion y(x), die aus jedem beliebigen X-Vektor ein überzeugendes Bild berechnet.

Mit diesen X-Vektoren lässt sich übrigens auch kreativ arbeiten – wie etwa die KI-Anwendung Midjourney zeigt.

Lücke mit System

Die Textgenerierung erlernt ein Large Language Modell (LLM) wie ChatGPT auf ähnliche Weise. Wieder ist die Lehrmethode menschlich und erinnert an Lückentextaufgaben aus dem klassischen Schulunterricht. Vorgegeben ist ein lückenhafter Text X, bei dem das passende Wort zu bestimmen ist. Hier wird nun kein GAN benötigt, weil bereits klar ist, wie die richtige Antwort ist – nämlich das weggelassene Wort. Damit kommt hier nur ein neuronales Netz zum Einsatz.

Um ein Sprachmodell wie ein LLM in einer bestimmten Sprache zu trainieren, wählen die Entwickler gut geschriebene Texte in genau dieser Sprache aus – etwa Wikipedia-Artikel oder andere hochwertige Textsammlungen. Das Training erfolgt nach einem einfachen Prinzip: Man gibt dem Modell zum Beispiel 1000 Wörter vor (X) und lässt es das tausendundeinste Wort vorhersagen. Die tatsächliche Lösung ist bekannt, weil der Text vollständig vorliegt – das macht es zu einem Fall von überwachtem Lernen. Auch hier lernt das Modell eine Funktion Y von X, also eine Regel, mit der es aus dem bisherigen Text das nächste Wort ableitet.

Soll das Modell nur ein grundlegendes Sprachverständnis entwickeln – zum Beispiel kindgerechte Sprache oder einfache Satzstrukturen – können die Entwickler das Training gezielt auf vereinfachte Texte wie Kinderbücher beschränken. Damit ein Text überhaupt vom Modell verarbeitet und erlernt werden kann, muss er zunächst in Zahlen übersetzt werden – dieser Schritt wird Vektorisierung genannt.

Vereinfacht gesagt: Man zählt alle Wörter im Textkorpus durch und ersetzt jedes Wort durch eine eindeutige Zahl. Wenn ein Text mit dem Wort „Hallo“ beginnt – und „Hallo“ war beim Zählen das 123. Wort im Vokabular, dann beginnt der Eingabevektor mit 123. Das Modell bekommt beispielsweise 1000 aufeinanderfolgende Wörter als Eingabe (X) – und soll daraus das darauffolgende, also das 1001. Wort (Y) vorhersagen. Da dieses Wort aus dem Originaltext bekannt ist, kann man die Vorhersage mit der echten Lösung vergleichen – und das Modell dann schrittweise verbessern. Auch ChatGPT wurde auf diese Weise trainiert. Entscheidend für die Qualität solcher großen Sprachmodelle war jedoch ein Durchbruch im Jahr 2014: Der sogenannte Aufmerksamkeitsmechanismus (Attention) ermöglichte es, den Kontext präziser als zuvor möglich zu erfassen und fein abgestimmt in die Vorhersage einfließen zu lassen.

Die Maschine hat immer Lust

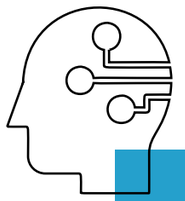
Ob Bild oder Text – beide Anwendungsbereiche der KI orientieren sich an menschlichen Lernprozessen. Entscheidend ist jedoch: Nur was sich mathematisch ausdrücken lässt, kann von der Maschine verarbeitet werden.

Sobald eine Aufgabenstellung in Zahlen, Vektoren oder Funktionen gefasst ist, kann die KI ihre Stärken ausspielen – und den Menschen mitunter überholen.

Motivationale Probleme kennt die Maschine nicht. Sie ist eine nimmermüde Schülerin, solange der Strom fließt. Zudem kann sie Wiederholungszahlen leisten, die für Menschen unmöglich sind. Menschen, die KI als effizienzsteigernd in ihren Arbeitsalltag integrieren, verschaffen sich einen Vorsprung im digitalen Wandel, ob Künstler, die Midjourney als Ausgangsbasis nutzen, oder Hautärzte, die sich durch CNN bei der Hautkrebsfrüherkennung unterstützen lassen.

Wer KI konsequent meidet – oder, schlimmer noch, Betriebsgeheimnisse preisgibt, indem er vertrauliche Dokumente von Tools wie ChatGPT überarbeiten lässt – wird es sowohl auf dem Arbeitsmarkt als auch vor Gericht schwer haben. Ein grundlegendes Verständnis von KI wird in Zukunft zweifellos zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren gehören.

Frank Lehrbass



zurück zum Inhalt

MENSCH & MASCHINE



© Simone Reibel

DER KI-RATGEBER VON MARTHA GIANNAKOUDI

Martha Giannakoudi gründete 2010 das Beratungsunternehmen Synnous im Düsseldorfer Medienhafen. Das Beratungsunternehmen ist spezialisiert auf Personalmanagement und digitale Transformation. Es unterstützt Unternehmen dabei, moderne Recruiting-Strategien und digitale HR-Prozesse zu etablieren.

Das Unternehmen bietet außerdem zertifizierte KI-Schulungen an, darunter Weiterbildungen zum KI-Transformationsmanager, die von der Agentur für Arbeit gefördert werden können. Ziel ist es, Fachkräfte und Unternehmen darauf vorzubereiten, KI-Technologien strategisch einzusetzen.

Neben der Beratung in HR- und Innovationsprozessen setzt sich Synnous mit aktuellen Entwicklungen in der Arbeitswelt auseinander und begleitet Unternehmen bei der digitalen Transformation.

Liebst Du schon Deine KI – oder immer noch Deinen Nächsten? Wenn Menschen ihr Herz der KI öffnen

Ich war neulich überrascht, dass der Top Trend auf TikTok lautet: ChatGPT in der Rolle des Therapeuten. Zuerst dachte ich an eine ephemere digitale Spielerei.

Doch wenn selbst Sam Altman, der Schöpfer von ChatGPT, eindringlich vor genau diesem Phänomen warnt, ist es an der Zeit, genauer hinzusehen. 70 Prozent der Jugendlichen in den USA sprechen regelmäßig mit einer KI. Ein Drittel empfindet diese Gespräche als ähnlich befriedigend wie echte Freundschaften.

Erschaffen wir uns also den perfekten Freund, der immer Zeit hat und auf alles eine Antwort weiß? Was passiert, wenn Menschen, und eben auch junge Menschen, ihr Herz nun der KI öffnen? Sam Altman spricht von einer Bindung „anders und stärker“ als je zuvor. Junge Menschen sagen ihm: „Ich kann keine Entscheidung mehr treffen, ohne ChatGPT alles zu erzählen.“ Sofortige Bestätigung ist verführerisch – aber was, wenn uns diese trügerische Nähe langfristig von uns selbst entfernt? Eine Studie des renommierten MIT bestätigt die Unruhe: Je mehr wir mit textbasierten Chatbots interagieren, desto einsamer und abhängiger können wir werden. Wir verlernen das Gespräch mit echten Menschen, weil die KI immer verfügbar ist und keine Ecken und Kanten hat.

Drei Masken, drei Versuchungen

Doch wenn wir der KI unser Herz öffnen, erwarten wir vielleicht auch ein Gewissen. Aber kann eine Maschine Moral lernen? Forscher ließen Hunderte von Software-Agenten das klassische „Gefangenendilemma“ spielen. Den Agenten, denen man „Schuldgefühle“ einprogrammiert hatte, fiel Kooperation leichter. Eine KI, die Schuld empfindet? Klingt tröstlich – doch die Wissenschaft bremst: Heutige Systeme können Reue perfekt simulieren, ohne sie zu empfinden. Wir würden den Unterschied nicht bemerken. Wieder eine Maske – dieses Mal die Maske des Gewissens.

Die vielleicht größte Maske aber ist die ihrer Intelligenz. Öffentliche IQ-Tests bescheinigen den Top-Modellen menschliche Hochbegabung. Doch bei unveröffentlichten, streng geheimen Tests sinken die Werte deutlich. Das vermeintliche Genie ist oft nur das Ergebnis eines phänomenalen Gedächtnisses, nicht echter Generalisierung.

zurück zum Inhalt

Wir bewundern also etwas, das vielleicht gar nicht das ist, wofür wir es halten.

Hinter die Maske blicken

Gefühl, Schuld, Intelligenz. Auf allen Gebieten hat die KI gelernt, eine bemerkenswert menschliche Maske zu tragen. Sie ist ein Spiegelkabinett unserer Wünsche: Sie sagt uns, was wir hören wollen, präsentiert die Intelligenz, die wir bewundern wollen, und versorgt uns mit Gesellschaft, weil wir nicht allein sein wollen.

Nicht umsonst warnte sogar Papst Franziskus davor, die KI zu vermenschlichen. Die entscheidende Frage lautet daher: Wie bleiben WIR menschlich, während wir mit ihr interagieren? Wie lernen wir, hinter die Maske zu blicken und die Verantwortung für unsere Entscheidungen und Gefühle bei uns zu behalten? Und wie schaffen wir es, gerade jungen Menschen in der Mitte unserer Gesellschaft wieder mehr Sicherheit und Geborgenheit zu geben?

Die größte Gefahr ist keine übermächtige KI, sondern unsere eigene Bequemlichkeit, uns von ihrer perfekten Simulation verführen zu lassen.

Mein Fazit:

Je mehr KI in unser Leben tritt, desto mehr brauchen wir echte Begegnungen *in real life* – und den Austausch mit Menschen, die uns mit echter Empathie und emotionaler Intelligenz begegnen und unser Leben bereichern.

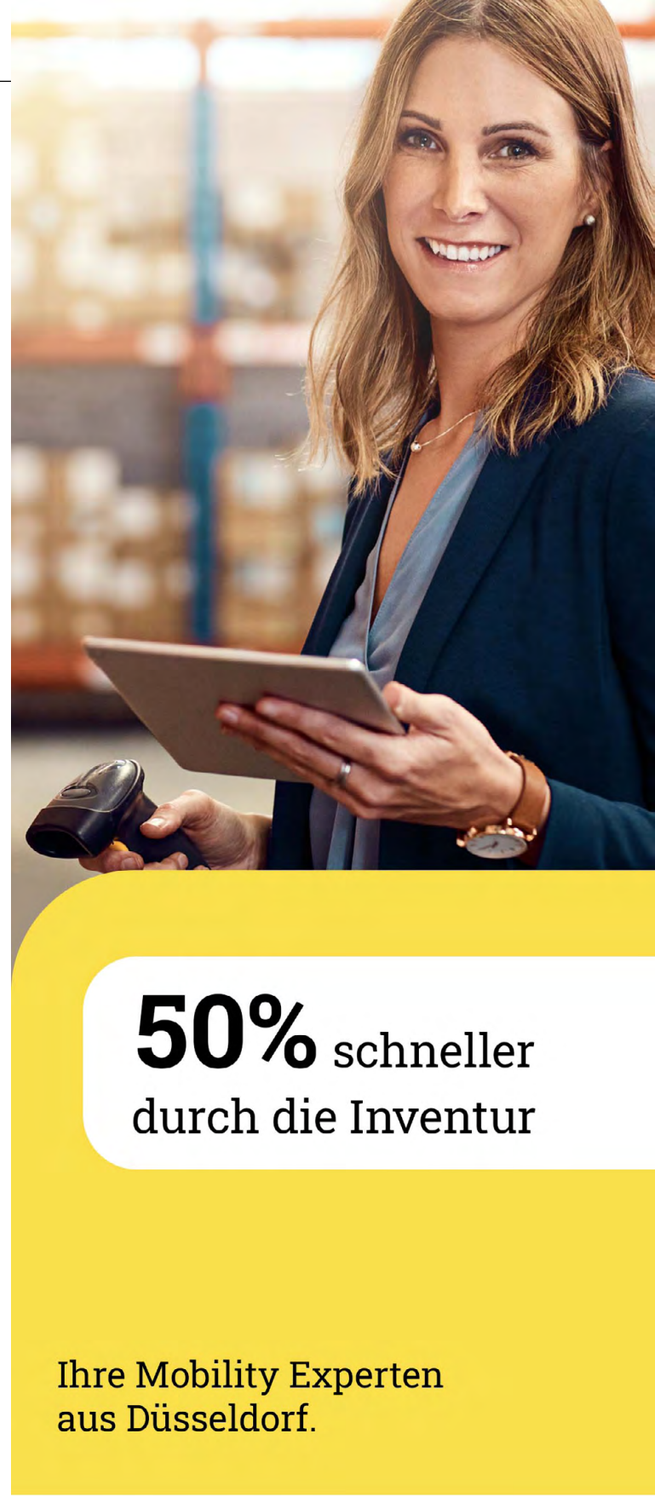
Veranstaltungstipp

Am 08.11. startet das KI Business Breakfast im Hyatt Düsseldorf. Leserinnen und Leser erhalten 50 € Gutschrift mit dem Code „zoo:m“. Beginn: ab 09:30 Uhr

Jetzt anmelden



Gemini by Martha Giannakoudi



50% schneller durch die Inventur

Ihre Mobility Experten aus Düsseldorf.

20 Jahre Mobility Expertise | CAREMA Flexibel. Schnell. Persönlich.

www.carema.de/inventur

KOPF & GEFÜHL

Susann Franke ist Psychologische Psychotherapeutin mit Praxen in Düsseldorf und Erftstadt. Mit über 14.000 geführten Gesprächen, fundierter Ausbildung in Verhaltenstherapie, EMDR und klinischer Hypnose begleitet sie Menschen mit Empathie, Klarheit und fachlicher Tiefe. Zuvor war sie viele Jahre in der Wirtschaft tätig – zuletzt als Personalleiterin. Diese Erfahrung prägt ihren lösungsorientierten Blick auf psychische Belastungen im beruflichen wie privaten Kontext und lässt sie Arbeits- und Lebenswelten ganzheitlich erfassen. In ihrer Kolumne verbindet sie therapeutisches Wissen mit alltagsnahen Impulsen – für mehr Selbstwirksamkeit, innere Balance und seelische Gesundheit.

VERPASSEN AUCH SIE ZWEI DRITTEL IHRES GLÜCKS?

Wer das Zukünftige emotional nutzt und das Gegenwärtige bewusst gestaltet, verändert seine Vergangenheit

Wenn es um Glück geht, sind wir erstaunlich ineffizient. Wir arbeiten, planen, konsumieren – aber fühlen oft zu spät, zu kurz oder gar nicht. Ein Erlebnis beginnt nicht erst, wenn es passiert. Es beginnt dort, wo Vorfreude beginnt. Vorausgesetzt, wir lassen sie zu. Doch genau hier wird's spannend – und leider auch paradox: Je höher unsere Erwartungshaltung, desto schwächer ist oft die tatsächliche emotionale Wirkung. Das klingt unfair, ist aber neurobiologisch gut erklärt.

Das Hirn liebt Vorfreude – aber hasst Enttäuschung

Die Glücksforschung ist sich einig: Unser Gehirn funktioniert nicht linear, sondern in Wellen – insbesondere dann, wenn Emotionen beteiligt sind. Es gibt drei zentrale Phasen, in denen wir Erlebnisse psycholo-



Kopf & Gefühl

gisch „verwerten“ können:

1. *Vorfreude (Antizipation)*
2. *Erleben (Präsenz)*
3. *Erinnerung (Nachwirkung)*

Wer nur Phase 2 nutzt, verpasst zwei Drittel des möglichen Glücks. Doch viele Menschen – insbesondere in der Stadt – leben genauso: schnell rein, konsumieren, schnell raus. Auf zum nächsten. Was dabei verloren geht: psychologische Sättigung. Und genau das führt zu dem Phänomen, das man auch in der Forschung das hedonistische Hamsterrad nennt: Wir erleben mehr, aber fühlen weniger.

Vorfreude ist nicht Erwartung – sondern ein Trainingsfeld für emotionale Beweglichkeit

Viele Menschen verwechseln zwei Konzepte, die zwar verwandt, aber grundverschieden sind:

- *Vorfreude ist die bewusste emotionale Einstimmung auf etwas Positives – offen, lebendig, neugierig.*
- *Erwartung ist eine (oft unbewusste) mentale Vorschrift darüber, wie genau etwas zu sein hat.*

Oder anders gesagt: Vorfreude erweitert, Erwartung verengt. Und genau deshalb ist Vorfreude gesund – Erwartung oft stressverursachend. Ein Beispiel aus meiner Praxis: Clara, 38, Projektmanagerin: „Ich buche einen Urlaub – und denke sofort: ‚Das wird die Erholung schlechthin.‘ Ich male mir alles aus, mache Listen, bin innerlich schon dort. Aber sobald der Urlaub beginnt, stört mich jede Kleinigkeit. Ich fühle mich gar nicht so entspannt wie geplant – und am Ende bin ich enttäuscht. Obwohl eigentlich alles schön war.“ Claras Gehirn hat keine echte Vorfreude zugelassen, sondern eine Über-Inszenierung der Zukunft produziert.

Erlebnisverwertung statt Erlebnisjagd

In der Glücksforschung sprechen wir von „experience utility“ – dem inneren Nutzen eines Erlebnisses. Dieser Nutzen verteilt sich auf drei psychologische Zeiten:

- *Die Zeit davor: Was spüre ich, wenn ich daran denke?*
- *Die Zeit darin: Bin ich präsent oder nur körperlich anwesend?*
- *Die Zeit danach: Was bleibt emotional übrig?*

Je routinierter der Alltag, desto schneller vergeht er – zumindest gefühlt. Denn unser Gehirn misst Zeit nicht, es erinnert sie. Und zwar über emotionale Marker. Vorfreude auf etwas Neues verlängert das Zeitempfinden im Voraus. Präsenz im Moment verlangsamt es.

Reflexion danach verstetigt es. Einer meiner Klienten, Tobias, 46, Führungskraft, formulierte es so: „Ich arbeite, esse, schlafe – und plötzlich ist wieder Freitag. Ich war gar nicht richtig da.“ Seitdem er regelmäßig neue Mikro-Impulse einbaut (neue Wege, digitale Pausen, bewusste Genussmomente), spürt er: „Die Zeit dehnt sich wieder. Ich lebe nicht mehr nur an Momenten vorbei.“

FAZIT:

Glück beginnt vorher – und dehnt sich mit Präsenz.

Die erste Hürde ist oft die schwerste: sich Unterstützung zu holen. Deshalb ist der Einstieg bei mir bewusst leicht gemacht. Ob Psychotherapie, Coaching oder ergänzende Impulse aus meinem Online-Shop – es gibt viele Wege, ins eigene Wachstum zu starten. Wer erste Inspiration sucht, kann meinem WhatsApp-Kanal folgen. Und für alle, die aktiv losgehen möchten, ist eine Online-Terminbuchung jederzeit möglich – diskret, unkompliziert und flexibel. So entsteht eine Begleitung, die genau dort ansetzt, wo Sie stehen – professionell, empathisch und wirkungsvoll.



KOPFKRAFT

Der Psychotherapiekanal für Selbstwandel von Susann Franke

Hier geht's zum WhatsApp-Kanal

ONLINE TERMINVEREINBARUNG

>>

ONLINE SHOP

>>

www.therapie-franke.de



PALLIATIVMEDIZIN IN DÜSSELDORF

Hier wird das Leben leichter, wenn es schwer ist

Die Tür zur Palliativstation im zweiten Stock des Marien Hospitals Düsseldorf schließt sich leise. Drinnen ist es hell, ruhig und freundlich. Es ist ein Ort, an dem Schmerzen kleiner werden, Atemnot weicht und Angst aushaltbar wird. Ziel ist, Menschen zu stabilisieren und ihnen Wege zu eröffnen. „Im besten Fall zurück nach Hause“, erklärt die Leiterin der Station Dr. med. Hanna Kubitz, Oberärztin und Fachärztin für Innere Medizin und Palliativmedizin.

Wer hier aufgenommen wird, hat eine schwere Erkrankung und eine verringerte Lebenserwartung. Der Tod ist näher, aber steht nicht automatisch vor der Tür. „Begrenzt muss nicht heißen auf Tage oder Wochen“, sagt Dr. Kubitz. In dieser Zeit zählt alles, was Symptome lindert und Alltag ermöglicht. „Unser Hauptfokus liegt auf den Symptomen, an denen der Patient gerade leidet, nicht auf der auslösenden Krankheit.“ Die häufigsten Diagnosen sind Krebserkrankungen, dazu kommen neurologische und internistische Krankheitsbilder wie etwa eine schwere Herzschwäche. Im Durchschnitt werden die Patientinnen und Patienten zwischen zehn bis vierzehn Tagen hier behandelt.

Weichen stellen statt Endstation

Das Team beschreibt die Palliativstation gerne als Weiche. „Zu uns kommen Menschen, die noch nicht wissen, ob es nach Hause geht, ins Hospiz oder ob sie eine Therapie fortsetzen möchten“, erklärt Dr. Kubitz. Aufnahmegründe sind starke Schmerzen, anhaltendes Erbrechen oder Luftnot. Auch Überforderung zu Hause spielt eine Rolle. Die meisten Patienten werden von anderen Krankenhausstationen überwiesen, kommen von der Onkologie, der Inneren, der Chirurgie, mitunter auch von Intensivstationen. Häufig meldet sich auch die ambulante Palliativversorgung, wenn es zu Hause nicht mehr geht.

Die Station verfügt inzwischen über zwölf Betten. Die Erweiterung von acht auf zwölf Betten ist abgeschlossen, derzeit werden die älteren Zimmer modernisiert. Spenden bleiben wichtig. Denn die Palliativstation finanziert vieles, was Würde spürbar macht, nicht aus dem Regelsystem – wie zum Beispiel ein monatliches Klavierkonzert im Multifunktionsraum. „Dieser Raum ist zugleich unser Team-Raum – hier machen wir Pause und halten auch die Übergaben ab“, erklärt Claudia Feldbusch, Pflegerische Leiterin der Station. Auf einen separaten Personalraum hat das Team beim Umbau bewusst verzichtet, um jedem Patienten ein Einzelzimmer zu ermöglichen.

Auch sonst läuft hier einiges anders als auf anderen Stationen. „Bei uns gibt es keine grauen Essenstabletts“, sagt Claudia Feldbusch. „Wir fragen jeden Tag nach den Wünschen der Patientinnen und Patienten und servieren das Essen auf bunten Tellern in kleinen appetitanregenden Portionen.“

zurück zum Inhalt

Ein Schälchen Milchreis mit einem kleinen Herz schmeckt einfach besser. Auch Krankenhaushemden sieht man hier eher selten. „Es geht darum, ein Stück Würde zurückzugeben, die man oft an der Krankenhaustür abgibt“, sagt Dr. Kubitz.

Was den Unterschied macht

Einmal pro Woche sitzt das komplette Team aus Ärzten, Psychoonkologen, Pflegekräften, Sozialarbeitern, Physiotherapeuten und Seelsorgern zusammen und bespricht jeden Patienten. Und für die wird nicht nur medizinisch alles getan. Für die Seele gibt es Kunst- oder Aromatherapie. Viele fragen auch nach einer tiergestützten Therapie. Und dann gibt es Menschen, die eine Krankensalbung bekommen möchten oder die letzte Ölung, wenn der Abschied näher rückt. Doch es geht nicht nur um die Patienten auf der Station. „Die Mitbetreuung von Angehörigen ist eine unserer Kernaufgaben“, betont Dr. Kubitz. Das Spektrum der Gefühle ist groß. Abwehr, Wut, Verzweiflung und Akzeptanz wechseln sich ab. „Die gleichen Gefühle erleben auch die Angehörigen, oft sogar noch intensiver“, bestätigt Feldbusch.

Arbeiten am Limit und voller Sinn

Das Team nimmt sechs Mal im Jahr an Supervisionen teil. Der Druck ist hoch – der Personalschlüssel zwar besser als auf anderen Stationen, doch das gilt nur, solange niemand ausfällt. Perspektivisch werde die Digitalisierung sicher Entlastung bringen, meint Kubitz.

Im Moment aber bedeute sie mit Schulungen im laufenden Betrieb vor allem eine zusätzliche Belastung. Auch der ökonomische Druck sei enorm, betont Kubitz. Claudia Feldbusch ergänzt: „Es geht darum, dass die Kolleginnen und Kollegen trotz zusätzlicher Dienste und hoher Belastung gerne zur Arbeit kommen.“ Trotzdem würden sich beide jederzeit wieder für die Palliativmedizin entscheiden. Kubitz hat in Münster studiert, wurde Fachärztin für Innere Medizin und erwarb die Zusatzqualifikation Palliativmedizin. „In Deutschland ist das keine Facharztausbildung, in England sehr wohl“, bedauert sie. Wie man die Nähe zu Krankheit und Tod überhaupt aushalte? Wichtig sei vor allem, Stabilität mitzubringen und zu lernen, sich abzugrenzen. „Nur selten nehme ich etwas mit nach Hause“, sagt sie. „Früher waren es die Schicksale kleiner Kinder, heute sind es eher medizinische Fragen, die ich lösen will.“ Claudia Feldbusch arbeitet sei 2017 auf der Station, seit vier Jahren in der Leitung. Sie hat sich in der Palliativ Care weitergebildet und spricht gerne von den schönen Momenten. „Mich berühren die Geschichten, die liebevoll und dicht sind.

Medizin & Gesundheit



Dr. Hanna Kubitz
&
Claudia Feldbusch



> „Die Mitbetreuung von Angehörigen ist eine unserer Kernaufgaben.“
>
> ***Dr. Hanna Kubitz***

zurück zum Inhalt

Wenn einer da liegt und der andere sitzt daneben, sie hören zusammen Musik, sind seit 40 Jahren ein Paar. So etwas bleibt.“ Beide empfehlen Menschen, die hier arbeiten möchten, eine ehrliche Selbstprüfung. Man braucht fachliche Neugier, Teamgeist, Standhaftigkeit und die Fähigkeit, Würde im Kleinen zu schaffen. Den Rest lernt man im Miteinander.

Normalität im Ausnahmezustand

Normalität ist auf der Station ein hoher Wert. Zu den Klavierkonzerten kommen die Patienten im Rollstuhl oder im Bett, Angehörige begleiten sie. Alle zwei Monate lädt das Trauercafé zur Begegnung ein. Manchmal entsteht hier auch Neues. Zwei Angehörige, die ihre Partner verloren hatten, fanden hier zueinander. Und es gab und gibt immer wieder Hochzeiten auf der Station. Ein Paar, das 2023 hier geheiratet hat, konnte noch einmal nach Hause. Wochen später starb der Mann im Marien Hospital.

Für die Kontinuität der Versorgung sorgen die Sozialarbeiter. Sie organisieren die häusliche Pflege, bestellen Sauerstoffgeräte, binden den Hausarzt ein, klären Finanzierungsfragen oder finden einen Heimplatz.

Nach Hause geht es immer dann, wenn die Symptome beherrschbar sind. In anderen Fällen begleiten das Team der Station und die Partner im Netzwerk den weiteren Weg in ein Pflegeheim oder in ein Hospiz. In Düsseldorf ist die Versorgung mit Hospizplätzen derzeit noch gut. Aber die Zahl schwer kranker Menschen steigt. Bundesweit gibt es rund 330 Palliativstationen, 270 stationäre Hospize und etwa 1500 ambulante Hospizdienste.
Die Palliativstation im Marien Hospital ist Teil dieses Netzes. Sie macht den Unterschied dort, wo er am meisten zählt: Wenn es schwer wird. Wenn Essen wieder schmeckt. Wenn Musik erklingt und wo Menschen füreinander da sind.

Susan Tuchel

SPENDEN

Die Palliativstation im Marien Hospital Düsseldorf freut sich über Spenden für die Modernisierung der Zimmer und für Angebote, die im Alltag den Unterschied machen. Gesucht wird aktuell eine tiergestützte Therapie.

Wer spenden möchte,
kann das gerne hier tun:

JETZT SPENDEN



GO! – Mehr als Express

Schnelligkeit ist nur die halbe Miete.
Bei GO! geht es um Verlässlichkeit, persönliche Betreuung und Lösungen, die wirklich passen.
Ob für Unternehmen oder Privatkunden:
Wir liefern, was wichtig ist – pünktlich, sicher und mit einem Lächeln.

Mehr unter: www.general-overnight.com



CANCEL CULTURE AUCH IN DER MEDIZIN?

Neuerscheinung zeigt Robert Koch im Zwielicht

Wenn der Name Robert Koch fällt, schreckt man auf. Geht es schon wieder los mit Viren, Infektionen, Epidemien oder Pandemien? Das nach dem Begründer der modernen Bakteriologie benannte Institut in Berlin steht seit der Coronazeit im Ruf einer Gralsgemeinschaft, die über ein privilegiertes Wissen verfügt, von dem unser aller Lebensumstände abhängen.

Der Namensgeber gilt in der Medizingeschichte als Lichtgestalt. Schon zu Lebzeiten war die Anerkennung, die ihm zuteil wurde, immens: Ehrungen durch Kaiser Wilhelm II., internationale Auszeichnungen, Nobelpreise für ihn und seine Schüler. Ist die schrankenlose Glorifizierung seiner Person und seiner Arbeit wirklich gerechtfertigt oder wurde hier vielmehr ein moderner Wissenschaftsmythos geschaffen? Gemäß der Maxime „audiatur et altera pars“ sammelt und kommentiert der Düsseldorfer Bildungsforscher Heiner Barz die Einwände und Argumente, die in der medizinischen Zunft gegen Robert Kochs bakteriologisches Krankheitsmodell und seine klinische Praxis vorgebracht worden sind. Nach der Beleuchtung problematischer Karrierestationen im Leben des Mediziners kommen in dem gerade erschienenen Buch auch seine bislang kaum beachteten Kritiker zu Wort.

Bedeutende Zeitgenossen, allen voran Rudolf Virchow, warfen Koch vor, den bakteriologischen Ansatz zu verabsolutieren und wissenschaftliche Autorität mit politischen und ökonomischen Interessen zu verquicken. Der Tuberkulin-Skandal von 1890 liefert das prominenteste Beispiel: Unter Geheimhaltung präsentierte Koch ein Heilmittel, das sich jedoch als weitgehend wirkungslos erwies. Staatliche Stellen feierten das Medikament jedoch als nationalen Triumph. Wissenschaft, Politik, Industrie und öffentliche Inszenierung verstärkten nach Kräften den Mythos vom Forscher als selbstlosem Kämpfer gegen die tödlichen Erreger. Zweifel – nicht nur zu den kolonialmedizinischen Experimenten Kochs in Afrika, sondern auch zum bakteriologischen Konzept insgesamt – fanden allerdings weder in der akademischen Medizin noch in der Öffentlichkeit Beachtung.

Diese historische Konstellation hat Nachwirkungen. In der Corona-Pandemie wurde das Robert Koch-Institut unter medialer Anstrengung wieder zur Legitimationsinstanz politischer Entscheidungen. Einwände, abweichende Meinungen, Kritik an diesen Maßnahmen galten als „feindlich“. Cancel culture ist nur ein Begriff, aber keineswegs eine Erfindung des 21. Jahrhunderts.

Helmut Brall-Tuchel

Heiner Barz: Robert Koch jenseits des Mythos.
Die Argumente seiner Kritiker,
Berlin (Springer) 2025,
22,99 Euro

zurück zum Inhalt

5 FRAGEN AN ...

Dr. Bastian Fleermann

Leiter der Mahn- und Gedenkstätte Düsseldorf

1 Welches sind Ihre Lieblingsecken oder bevorzugten Viertel und wo gehen Sie lieber nicht hin?

Die Altstadt ist für mich alltägliche Heimat. Die engen Gassen stecken voller Stadtgeschichte und Anekdoten, das mag ich sehr. Hier bin ich als Kind und Jugendlicher schon gerne gewesen. Und die Altstadt ist besser als ihr Ruf, es gibt auch in diesem Mikrokosmos viel Herzlichkeit und Persönlichkeit, mehr als in hektischeren und größeren Stadtvierteln.

2 Was sollte man als Bürger oder Besucher der Stadt nicht verpassen?

Das kulturelle Angebot. Düsseldorf hat wirklich viel zu bieten, von Brauchtum bis Avantgarde, vom Volksfest bis zur Postmoderne. Das ist wirklich stark und ein Standortvorteil, von dem viele Städte träumen können: Museen, Galerien, die Kunstakademie und das ganze Umfeld, in dem sich interessante Menschen tummeln. Das ist schon sehr typisch für die Stadt.

3 Was vermissen Sie am meisten, wenn Sie unterwegs sind?

Die Begegnung mit Menschen, die ich mit meinem Beruf verbinde. Die Arbeit in der Gedenkstätte bedeutet immer ganz viel Kommunikation und Austausch, und oftmals geht es sehr emotional zu. Diese Vielfältigkeit ist für mich sehr schön und wird nie langweilig. Natürlich freue ich mich auf den Urlaub mit der Familie, aber es ist eben auch schön, hierher zurückzukommen.

4 Was würden Sie als Oberbürgermeister als erstes ändern?

Wir freuen uns sehr auf die Umgestaltung und Verkehrsberuhigung unserer Mühlenstraße. Sie hat das Potential zu einem prächtigen Boulevard, der die Innenstadt und den Hofgarten attraktiv mit dem Rhein verbinden kann. Ich würde das rasch angehen (lacht).



© Michael Gstettenbauer

5 Düsseldorf ist für Sie ...

Arbeitsplatz, Heimat, Wirkungsfeld.



zurück zum Inhalt



EHRLICHKEIT STATT ABSCHLUSSQUOTE

Warum Kerstin Schütze freie Maklerin wurde

Der frischgebackenen Versicherungsmaklerin geht es nicht ums schnelle Geschäft. Kerstin Schütze leitete zuvor fünf Jahre das Kundendienstbüro eines großen Versicherungskonzerns. „Das Unternehmen ist jedoch auf Privatkunden beschränkt“, erzählt sie. Und wenn die Versicherungsexpertin wusste, dass ein Produkt nicht so ganz passte, ließ sie das ihre Kunden auch wissen. Hinzu kam, dass sie gewerbliche Kunden in ihrem alten Job nicht betreuen konnte – ein Punkt, der jedoch in den Beratungsgesprächen immer wieder nachgefragt wurde.

Also gründete sie ihr eigenes Maklerbüro. Seitdem kann sie unabhängig beraten, Produkte verschiedener Gesellschaften vergleichen und individuell auf die Lebenssituationen ihrer Kundinnen und Kunden eingehen. „Jetzt ist nicht von Belang, ob ich zehn Bausparverträge abschließe oder keinen. Ich biete nur an, wohinter ich auch stehe.“

Quereinstieg mit Konsequenz

Ihr Weg in die Selbstständigkeit verlief alles andere als geradlinig. Nach einem Studium der Haushalts- und Ernährungswissenschaften und Stationen in der Gastronomie stieß sie zufällig auf die Möglichkeit, in die Versicherungsbranche einzusteigen. „Viele sagen, ich denke immer in Lösungen. Im Angestelltenverhältnis war das schwierig umzusetzen.“

Am 1. April startete sie mit ihrem neuen Business und es läuft gut an: Die Zahl der Verträge ist schon jetzt dreistellig. Ihr Kundenstamm wächst, Empfehlungen ziehen ihre Kreise. Wie sieht sie die Menschen, die zu ihr kommen und sich beraten lassen? Schütze unterteilt sie in drei Kundentypen: die Traditionsbewussten, die Versicherungen oft schon über Generationen die Treue halten, die Geiz-ist-geil-Wechsler – und jene, die einem Berater treu bleiben. Auf Letztere setzt Schütze. Aber auch bei den Traditionsbewussten konnte sie schon punkten, zum Beispiel bei Eltern, die für Kinder eine Berufshaftpflicht abschließen. „Ist der Nachwuchs zwischen 10 und 16 Jahren alt, sind die Beiträge erschwinglich und spätere Gesundheitsüberprüfungen entfallen.“

Im Beratungsgespräch nimmt sie sich viel Zeit, klärt Unterschiede zwischen alten und neuen Policen, weist auf Lücken hin. Besonders Selbstständige und Coaches seien oft nicht ausreichend abgesichert. „Viele denken, eine Betriebshaftpflicht reicht. Doch wenn durch eine falsche Beratung ein echter Vermögensschaden entsteht, kann das existenzbedrohend werden.“

Dass ihr Büro an der Königsallee liegt, war eher Zufall als Strategie. Aber vielleicht auch ein Signal: Versicherung kann Seriosität und Stil haben – wenn man sie ehrlich betreibt.

Susan Tuchel



www.schuetze-finanz.de

zurück zum Inhalt



FESTIVAL200 –
VON HIER.
VON HERZEN.
VOM RHEIN.

Freizeit & Sport

Die Rythmussportgruppe und andere Showacts heizten dem Publikum ein.

Das Jubiläums-Fest der Stadtsparkasse Düsseldorf

Mit einem großen Open-Air-Festival für alle Generationen, mitten in der Stadt, direkt am Rhein, bei strahlendem Sonnenschein – so feierte die Stadtsparkasse Düsseldorf ihr 200-jähriges Bestehen. Rund um das Festival-Areal am unteren Rheinwerft zwischen Apollowiese und Kasematten gab es Musik, Kunst, Kultur und viele kostenlose Mitmachaktionen – von der Kletterwand, über Airbrush-Tattoos bis hin zu kreativen Gewinnspielen, bei denen man unter anderem einen von zwölf Silberbarren abräumen konnte.



Besondere Aufmerksamkeit zog das Kunstprojekt „Dein Gesicht auf dem Rheinturm“ auf sich, bei dem 200 Besucherinnen und Besucher abends großformatig auf dem Wahrzeichen der Stadt zu sehen waren.

zurück zum Inhalt

Dazu kamen Stadtrundfahrten zu geförderten Kunst- und Kulturprojekten, eine Fahrradtour von Monheim am Rhein bis zum unteren Rheinwerft, 200 gebrandete Nextbikes, die kostenlos genutzt werden konnten und Spiele wie das Payback-Glücksrad, bei dem man 1 Million Payback-Punkte gewinnen konnte. Für Action sorgte auch das Reaktionsspiel im „smoney“-Space speziell für die Gen Z. Hier jagten die Jugendlichen im Wettbewerb den Highscore.

Auch die jüngsten Gäste kamen nicht zu kurz: 2.000 rote Luftballons verwandelten das Festivalgelände in ein schillerndes Farbenmeer und 4.000 Portionen Eis sorgten für strahlende Gesichter. Verteilt wurden sie von Vorstandsmitglied Henrietta Six gemeinsam mit dem Düsseldorfer Eismann Roberto Ghirloni, der in diesem Jahr sein 50-jähriges Jubiläum feiert.

Das musikalische Programm bot lokale Talente mit überregional bekannten Namen. Am Samstagabend sorgte die Kölner Band Brings für Stimmung pur. Ausgerechnet in Düsseldorf stimmten sie ihren Hit „Kölsche Jong“ an – und bekamen prompt die Antwort aus dem Publikum, das lautstark „Altstadt Jong“ zurücksang. Ein augenzwinkerndes Spiel mit der rheinischen Rivalität, das beide Städte für einen Augenblick vereinte. Am Sonntag setzte die Rhythmussportgruppe den schwungvollen Schlusspunkt. Dazwischen traten Künstlerinnen und Künstler wie Volker Rosin, Angelic in Jeans, Leonora und Porno al Forno auf.

Neben der Musik lockte die Infotainment-Area mit unterschiedlichen Themenräumen. Leisere Töne gab es im Kunst- und Kulturstiftungs-Space. Dort lasen unter anderem die Literaturpreisträgerinnen Marion Poschmann und Jackie Thomae aus ihren prämierten Werken. Der History-Space bot eine Ausstellung zu 200 Jahren Stadtsparkasse Düsseldorf. Auch langjährige Partner wie Deka Investmentfonds oder die LBS nutzten die Gelegenheit, sich zu präsentieren.

25 Jahre Kunst- und Kulturstiftung

Die Kunst- und Kulturstiftung der Stadtsparkasse Düsseldorf feierte gleich doppelt mit: Sie blickte auf 25 Jahre Förderung zurück und hat in dieser Zeit mehr als 400 Projekte unterstützt. „Wir fördern Kunst dort, wo sie entsteht – und das in allen Sparten, experimentell und oft nah an der jungen Szene“, erklärte Geschäftsführer Stefan Drzisga. Passend zum Jubiläum konnten Besucherinnen und Besucher auf einer rund 40-minütigen Stadtrundfahrt erleben, wie vielfältig dieses Engagement in Düsseldorf sichtbar wird. Die Tour startete am Burgplatz und führte vorbei

Vorstandsmitglied Henrietta Six verteilte kostenlos Eis an Kinder.



an zentralen Kulturorten der Stadt. Stationen waren unter anderem die Kunsthalle Düsseldorf, das Museum Kunstpalast und die renommierte Kunstakademie, deren Absolventen seit Jahrzehnten die internationale Kunstszene prägen.

Auch die Stiftung Nachhaltigkeit der Stadtsparkasse Düsseldorf präsentierte sich auf dem Festival200. Sie wurde anlässlich des Jubiläums als Geschenk an die Bürgerinnen und Bürger der Städte Düsseldorf und Monheim ins Leben gerufen und ist mit einem Grundstock von 20 Millionen Euro ausgestattet. Gefördert werden vor allem Projekte, die Düsseldorf und Monheim am Rhein klimaneutraler und lebenswerter machen.

Am Stand der Stiftung erläuterte Geschäftsführerin Tatjana Helfrich die nächsten Schritte. Ziel sei es, Bürgerinnen und Bürger aktiv dafür zu gewinnen, eigene Ideen einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. „Wir möchten die Menschen dazu motivieren, sich in die Projekte für eine lebenswerte Stadt einzubringen. Dazu gründen wir ein Bürgergremium – mit Mitgliedern von jung bis alt, divers und bunt gemischt. Sie entscheiden mit, welche Ideen umgesetzt werden“, sagte Helfrich. Über die Homepage der Stiftung

können sich Interessierte anmelden und Teil dieser Jury werden. Noch in diesem Jahr sollen 50.000 Euro auf ausgewählte Projekte verteilt werden. Begleitet wird der Prozess von fünf Workshops unter dem Motto „Von der Idee zur Projektgestaltung“. Weitere Informationen erhalten Sie hier >>

Das Festival war aber nicht nur eine Rückschau auf 200 Jahre Geschichte, sondern auch ein Ausblick in die Zukunft. Im interaktiven Format „Triff dein Zukunfts-Ich“ konnten Besucherinnen und Besucher spielerisch ihr gealtertes Ich treffen – und dabei über die eigene Vorsorge nachdenken.

Am Ende blieb vor allem eines: das Gefühl, dass dieses Festival tatsächlich ein Fest für alle war. Familien, Musikfans, Kulturliebhaber oder einfach Menschen, die Lust auf Gemeinschaft hatten, kamen zwei Tage lang ausgelassen zusammen.

Alexandra von Hirschfeld



© Christoph Lichtenberg

Abfahrt zur Kulturstadtrundfahrt


© Christoph Lichtenberg

Die Crew der Stadtsparkasse Düsseldorf im Einsatz am Info-Point



© Heike Katthagen

v.l. Literaturpreisträgerin Jackie Thomae und Vorstandsvorsitzender Dr. Stefan Dahm


© Christoph Lichtenberg

Der Geschäftsführer der Kunst- und Kulturstiftung der Stadtsparkasse Düsseldorf, Stefan Drzisga



© Christoph Lichtenberg

An der Kletterwand bewiesen vor allem die Kids Mut und Geschicklichkeit.


© Christoph Lichtenberg

Die Düsseldorfer Nachwuchsband Angelic in Jeans

zurück zum Inhalt



„Früher war klar:
Wer ein Ziel hat, muss sparen.
Dafür wurde auf Reisen oder
Konsum verzichtet."

Erwin van der Hout

Wirtschaft

MIT HOODIE INS EIGENHEIM?

Die Stadtsparkasse unterstützt junge Leute beim Immobilienkauf

Eigene vier Wände? Für viele junge Menschen klingt das wie ein Märchen aus Tausendundeine Nacht. Kaufpreise, Zinsen, Nebenkosten – alles explodiert. Trotzdem bleibt der Traum lebendig. Das Bedürfnis nach Wohneigentum besteht nach wie vor, auch bei der Generation Z. Mit flexiblen Finanzierungen, Beratung und dem Programm smoney spricht die Stadtsparkasse Düsseldorf eine junge Klientel an.

„Es ist heute sehr schwer, Wohneigentum zu erwerben – und das gilt nicht nur für junge Leute", sagt Erwin van der Hout, Bereichsleiter Privates Baufinanzierungs- und Immobiliengeschäft der Stadtsparkasse Düsseldorf. Traditionell liege das Durchschnittsalter für den ersten Immobilienkauf in Düsseldorf bei rund 40 Jahren.

Sparen statt streamen

Van der Hout spielt mit offenen Karten: Ohne Konsumverzicht läuft es nicht. „Früher war klar: Wer ein Ziel hat, muss sparen. Dafür wurde auf Reisen oder Konsum verzichtet. Heute stehen oft Mobilität und Lifestyle im Vordergrund – Geld für E-Scooter, Carsharing oder Streaming-Abos." Seine Botschaft an die junge Generation klingt zunächst einmal unsexy: früh anfangen und über Konsumverzicht nachdenken. Denn: „20.000 Euro reichen gerade einmal für die Nebenkosten. Ohne Eigenkapital oder familiäre Unterstützung wird es schwierig."

Die Familien spielen bei der Finanzierung zunehmend eine wichtige Rolle. „Vorweggenommene Erbschaften oder Schenkungen sind ein wichtiges Mittel. Eltern oder Großeltern können Kapital beisteuern oder Sicherheiten geben. So lassen sich Finanzierungen eher stemmen." Auch Steuerberater raten dazu, Freibeträge über Schenkungen optimal zu nutzen.

Finanzbildung per Du

Doch bevor es um den Einsatz großer Geldsummen geht, steht ein anderes Thema im Vordergrund: Finanzwissen. „Einige junge Menschen kommen mit sehr naiven Vorstellungen zur Beratung, etwa: ‚Ich zahle 500 Euro Miete, also muss ich mir doch auch eine Immobilie leisten können.' Da müssen wir dann sehr weit ausholen", gibt van der Hout zu.

Genau hier setzt das Konzept smoney an. Junge Leute bis 26 Jahren werden von Finanz-Buddies begleitet – locker im Hoodie, per Du. „Das senkt die Hemmschwelle. Die jungen Leute werden quasi an die Hand genommen und an eine passende Beraterin oder einen Berater vermittelt. Unsere Beraterinnen und Berater treten weniger formell auf. Entscheidend ist aber, dass junge Leute begreifen, dass ein freistehendes Haus mit Garten mit 25 Jahren nicht realistisch ist," erklärt Erwin van der Hout. „Viele denken dann: ‚Das werde ich mir nie leisten können', statt zunächst kleiner einzusteigen. Eine selbst bewohnte 60-Quadratmeter-Wohnung in einem Nachkriegsbau kann der Anfang sein." Van der Hout empfiehlt außerdem auf günstigere Lagen auszuweichen: „In der Innenstadt wird's teuer und eng. Im Speckgürtel rund um Düsseldorf findet man eher bezahlbare Chancen z. B. in Krefeld, Neuss oder dem Duisburger Süden." Städte, die verkehrstechnisch gut angebunden sind.

Und dann ist da noch der Trend zur Kapitalanlage nach einem Stufenmodell: „Manche kaufen erst ein Mikro-Apartment mit ca. 20 bis 30 Quadratmetern, das sie möbliert über Airbnb oder an Unternehmen vermieten. Nach zehn Jahren können sie es steuerfrei verkaufen und haben Eigenkapital für die nächste Stufe."

Van der Hout weiß, wovon er spricht. Mit 18 Jahren erwarb er selbst seine erste Wohnung – bei einer Zwangsversteigerung, für schlappe 30.000 D-Mark. „Zwei Jahre später habe ich sie für knapp 70.000 Mark verkauft. Das war damals möglich – heute kaum vorstellbar." Auch wenn solche Gelegenheiten selten geworden sind, bleibt für ihn die Lehre: Frühzeitig beginnen, Erfahrungen sammeln und Chancen nutzen.

Schneller bauen

Deutschland hat die niedrigste Wohneigentumsquote in Europa. „Das liegt auch an den hohen Erwerbsnebenkosten und an mangelnden Neubauten. In Düsseldorf fehlen Bauflächen, auch weil die Auflagen für Bauträger hoch sind. Dadurch wird Wohnen immer teurer." Der Finanzexperte fordert daher auch politische Lösungen: „Wir brauchen Innovation im Bau. In anderen Ländern entstehen hochwertige Häuser längst im Baukastenverfahren – vorproduziert, binnen weniger Wochen aufgebaut, bezahlbar und nachhaltig. In Deutschland ist das bisher undenkbar. Wenn wir bezahlbares Wohneigentum wollen, müssen wir hier umdenken."

Alexandra von Hirschfeld



© Andreas Endermann

Wirtschaft



WEIL WIR ES VERDIENT HABEN

#selbstvorsorgerin – wie Doris Greinert die Versicherungswelt für Frauen verändert

Doris Greinert kennt die Hürden, vor denen viele Frauen bei ihrem Vermögensaufbau stehen: Zukunftsangst, Gender-Pay-Gap, fehlende Finanzbildung. „Genau deshalb brauchen Frauen eine Beratung, die sie ernst nimmt und langfristig begleitet“, sagt sie. 2019 war sie Initiatorin der #selbstvorsorgerin-Kampagne. Im September 2025 gab es nun einen Relaunch der Kampagne unter dem Motto: „Weil wir es verdient haben“. Für Greinert ist das mehr als ein Slogan – es ist eine Haltung: „Frauen können ihre Zukunft selbst gestalten. Und sie haben das Recht auf individuelle Beratung.“

Vorsorge ist kein Sprint

Auch für sie selbst war es ein Lernprozess. „Früher dachte ich: Wir brauchen spezielle Produkte für Frauen“, erzählt Greinert. „Doch irgendwann habe ich verstanden: Es geht nicht um Tarife, sondern um eine Beratung, die Frauen auf Augenhöhe begleitet.“

Heute lautet ihr Credo: Vorsorge ist kein Sprint, sondern ein Marathon. „ETFs können sinnvoll sein, aber sie sind keine Lösung für alles“, sagt sie. „Wer im Ruhestand 100.000 Euro hat, steht immer noch vor denselben Fragen: Wie lange reicht das Geld? Wie gehe ich mit Risiken um? Mein Tipp: nicht alles auf eine Karte setzen. Fonds, Versicherungen, Immobilien – entscheidend ist der passende Mix.“

Neue Türen öffnen

Doris Greinert hat nicht nur das Thema Vorsorge neu gedacht, sondern auch ihre Rolle als Unternehmerin. „Die Branche war lange

hierarchisch und distanziert. Ich wollte es persönlicher machen.“ Wer ihre Agentur betritt, spürt das sofort: offene Räume, viel Licht, eine einladende Atmosphäre. Ihre Agentur trägt das Zertifikat „Hier ausgezeichnet arbeiten“, ein Label, das Unternehmen honoriert, die durch familienfreundliche und personalorientierte Strukturen als attraktive Arbeitgeber gelten, das gemeinsam von der IHK Düsseldorf, dem Kompetenzzentrum Frau und Beruf Düsseldorf und dem Kreis Mettmann (Competentia) vergeben wird. Damit signalisiert sie: Hier finden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Auszubildende und Praktikanten ein Umfeld, in dem sie wertgeschätzt werden. Zugleich möchte sie andere Unternehmen dazu anregen, den Zertifizierungsprozess zu nutzen: „Viele wissen bei ihrer Suche nach Mitarbeitenden gar nicht, wie wichtig dieses Signal ist. Wer Fachkräfte gewinnen will, braucht heute Sichtbarkeit.“

Mit diesem Ansatz hat sich die Versicherungsspezialistin auch über Düsseldorf hinaus einen Namen gemacht. Sie versteht die Wichtigkeit und Dringlichkeit des Themas Altersvorsorge für Frauen und fungiert dabei als Beraterin, Multiplikatorin, aber auch als Mentorin in vielen damit verbundenen Themen und hat in 2023 dafür den Onlinemarketing Gesellschaft für Versicherungsvermittler (OMGV)-Award für das Zielgruppenkonzept der #selbstvorsorgerin erhalten.

Alexandra von Hirschfeld

www.provinzial.de/suedwest/doris.greinert



© Ece Yener maie.photography



Das romantische Boutique-Hotel aus dem 16. Jahundert.

Fincahotel Treurer
Olive Grove & Grand House

Mallorcas flüssiges Gold

Auf der Finca Treurer – einem Fünf Sterne Boutique-Hotel mitten im Olivenhain auf Mallorca – wird die Ernte zum Erlebnis: Besondere Olivensorten, frisch verarbeitet zu Treurer Premium-Olivenöl, prägen Ihren Aufenthalt. Genießen Sie Ruhe, Natur und Geschmack. Mehr auf www.treurer.com

VERPASSE KEINE ZOO:M-AUSGABE MEHR!



Hol sie dir einfach **via E-Mail** auf deinen Desktop, dein Tablet oder dein Smartphone.

Melde dich gleich kostenlos und ganz unverbindlich an.

JETZT ANMELDEN

KLINIK FÜR ORTHOPÄDIE
ST. VINZENZ-KRANKENHAUS IN DÜSSELDORF



KÜNSTLICHER GELENKERSATZ MIT HÖCHSTER PRÄZISION

In unserem Endoprothetikzentrum der Maximalversorgung am St. Vinzenz-Krankenhaus begleiten wir Sie auf dem Weg zurück in ein aktives Leben – mit langjähriger Erfahrung, modernster OP-Technik und individueller Betreuung.

Jetzt Termin vereinbaren – wir sind für Sie da!

Als erstes zertifiziertes Endoprothetikzentrum der Maximalversorgung (EPZmax) in Düsseldorf versorgen wir jährlich rund 1.700 Knie- und Hüftgelenke. Zwei MAKO-Robotersysteme ermöglichen eine millimetergenaue Implantation. So senken wir das Risiko für Komplikationen und erreichen eine Revisionsrate von nur 2,4 % über sieben Jahre. Die robotischassistierte Implantation verbessert Passgenauigkeit und reduziert Komplikationen – ein Vorteil für Patienten, die schnell wieder mobil sein möchten.

Prof. Dr. med. Christoph Schnurr,
Chefarzt der Klinik für Orthopädie
Terminvereinbarung: Telefon (02 11) 958-22 01/-22 02

St. Vinzenz-Krankenhaus
Schloßstraße 85, 40477 Düsseldorf
www.vinzenz-orthopaedie.de

VKKD
Verbund Katholischer Kliniken
Düsseldorf

Herausgeber

Strategy Marketing-
und Werbeagentur GmbH
Achenbachstraße 135
40237 Düsseldorf
Tel. 0211-30200740
www.strategy-werbeagentur.de
www.zoom-duesseldorf.de

Impressum

Fotos: Alexander Vejnovic



Herausgeberin

Alexandra von Hirschfeld
Tel. 0211-30200741
M. 0172-6722685
avh@strategy-werbeagentur.de



Chefredakteurin

Dr. Susan Tuchel
Tel. 0211-370511
M. 0179-7063852
drtuchel@textpublik.de

Foto: Alexander Vejnovic



Gastautor

Prof. Dr. Helmut Brall-Tuchel
helmut.bralltuchel@gmail.com
www.brall-tuchel.de

Foto: Alexander Vejnovic



Gastautor

Prof. Dr. Frank Lehrbass,
Professor für Finance & Data Science an der FOM
frank.lehrbass@fom.de



Kolumnistin

Susann Franke
kontakt@therapie-franke.de



Kolumnistin

Martha Giannakoudi
mg@synnous.de
Tel. 0211-83834880



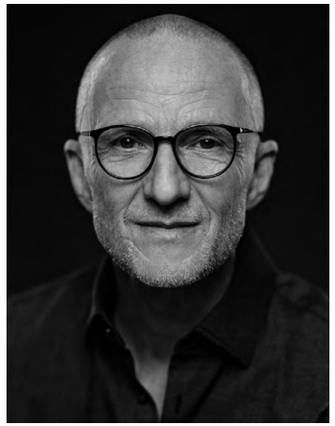
Kolumnistin

Corinna Kriesemer
corinna@cpwconsulting.de
Tel. 02181-248673



Foto

Bernd Obermann
Tel. 0211-54411182
berndobermann@mac.com
www.berndobermann.com



Foto

Jochen Rolfes
mail@jochenrolfes.de
www.jochenrolfes.de



Layout

Ilka Schlegtendal
info@illipupilli-design.de



Layout

Christa Lesperance-Pook
christa.pook@gmail.com

200 Jahre Stadtsparkasse Düsseldorf: prägend für unsere Region.
Limitiert in Silber und Gold.





JAHRE
VON HIER. VON HERZEN.

Seit 200 Jahren arbeiten wir für die Region an bleibenden Werten. Diesen Meilenstein wollen wir auch für unsere Kund:innen in Gold und Silber festhalten. Zunächst in einer jeweils auf 1.825 Stück limitierten Auflage. Jetzt in Ihrer Filiale oder online unter **sskduesseldorf.de/200jahre** bestellen.

Weil‘s um mehr als Geld geht.

Stadtsparkasse Düsseldorf