

Meinung

Sauber bleiben

Von Eike Rüdebusch

Es gibt nichts Gutes, außer: Man tut es - wusste schon Erich Kästner. Und das gilt auch für Wuppertal und den Wunsch nach einer sauberen Stadt. Wer es sauber haben will, der muss mit anpacken.

Gerade in Zeiten von Corona hat sich der Müll vermehrt: Mehr Online-Shopping, mehr Essen und Getränke auf die Hand. Wenn man ehrlich ist, wird sich vieles davon nicht mehr umkehren lassen. Onlineshopping und Coffee to go waren auch vor Corona auf dem Vormarsch. Es gilt, damit umzugehen lernen.

Was am meisten hilft, ist Vermeidung: Es gibt nichts Gutes, außer: Man lässt es. Man kauft also Kaffee im eigenen Becher, nimmt Tupferdosens mit für das Essen vom Restaurant und bestellt eben nicht online - oder nutzt die Kartons mehrmals.

Aber das ist natürlich nicht alles. Wenn 100 Tonnen Müll von Grünflächen und Spielplätzen geholt werden müssen, 40 Tonnen aus dem Wald - dann ist das kaum mit kleinteiliger Eigenverantwortlichkeit zu regeln. Dann muss die Vermüllung des öffentlichen Raums eben auch härter verfolgt werden. Es wäre schön, wenn die Stadt mehr Personal dafür hätte. Sie stößt aber an ihre Grenzen.

Am Ende sind wir aber alle Teil der Stadt und müssen helfen: Müll aufheben, wilde Müllkippen melden und mit gutem Beispiel vorangehen, indem man etwa den Müll klein macht vor dem Wurf in den Eimer. Sauber bleiben. Und andere dabei mitnehmen.

eike.ruedebsch@wz.de



Nachrichten

Lindh kritisiert Bereicherung

Bundestagsabgeordneter Helge Lindh (SPD) sieht den Beschluss zum Lobbyregister als wichtigen Fortschritt - kritisiert aber die bisher entdeckten Bereicherungen stark: „Ein Bundestagsabgeordneter vertritt das Volk - das darf kein Nebenjob sein. Wer seine Nähe zu Entscheidungsträgern missbraucht, um sich finanziell zu bereichern, missbraucht letztlich sein Mandat. Wer sein Mandat als Türöffner für finanziell lukrative Geschäfte begreift, der hat im Deutschen Bundestag nichts verloren“, sagt Lindh. Die persönlichen Bereicherungen einzelner Abgeordneter „inmitten der größten Krise der Nachkriegsgeschichte“ hätten „der Demokratie zutiefst geschadet“ mit Blick auf die Verstrickungen in die Maskenaffären, nach Aserbaidschan und Mazedonien.

Exkursion nach Florenz

Die ursprünglich für Juni 2020 geplante Städteexkursion „Florenz-Siena“ des Freundeskreises Beer Sheva soll nach dreimaligem Schieben jetzt vom 18. bis 23. September stattfinden. Bis dahin sei ein entsprechender Impffortschritt zu erwarten. Wer mitfahren möchte, soll sich möglichst schnell bei dem Vorsitzenden Arno Gerlach (mailto:arno-gerlach.de, Tel. 520944) melden. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Anzeige

Folgende Prospekte finden Sie in Teilen der heutigen WZ-Auflage:

Karstadt / Kaufhof

Glückwünsche

Maria Kötter (92): Ev. Pflege Diakonie Vohwinkel

Anneliese Feldhaus (94): Lutherstift Seniorenzentrum

Notdienste

Krankenhäuser

Helios, Heusnerstr., Tel. 8960; Bethesda, Hainstr., Tel. 2900; St. Petrus, Carnaper Str., Tel. 2990; St. Josef, Bergstr., Tel. 4850; St. Anna, Vogelsangstr., Tel. 299 3810

Ärztlicher Bereitschaftsdienst der Kassenärztlichen Vereinigung: Tel. 116 117

Apotheken

Park-Apotheke, Friedrich-Ebert-Straße 88/90, Wuppertal (Elberfeld), Tel.: 0202/303013; Pinguin-Apotheke Werth, Werth 16, Wuppertal (Barmen), Tel.: 0202/590094; Amboss-Apotheke, Hauptstraße 53, Wuppertal (Cronenberg), Tel.: 0202/474141

SO FINDEN SIE ZU UNS

Westdeutsche Zeitung
General Anzeiger
Wuppertaler Nachrichten
Wuppertaler Anzeiger
Lokalredaktion

Telefon: 0202/717-2627 oder -2628,
E-Mail: redaktion.wuppertal@wz.de

Andreas Boller (verantwortl.), Svenja Lehmann (stellv.), Hannah Florian, Anne Grages, Günter Hiege (Sport), Claudia Kasemann, Martin Lindner, Daniel Neukirchen, Manuel Praest, David Reininghaus, Eike Rüdebusch, Katharina Rüh, Monika Werner-Staude (Kultur)
Kreis Mettmann: Andreas Reiter, Holger Bangert

Digitalredaktion:

Jessica Küppers

Verantwortlich für Anzeigen:

Daniel Poerschke

Telefonischer Anzeigenverkauf:

Telefon: 0202/717-1, Fax: 0202/717-2669, E-Mail: anzeigen@wz.de

Anschrift (für die o.g. Verantwortlichen):

Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG

Ohligsmühle 7-9, 42103 Wuppertal,

Telefon: 0202/717-0

WZ-Punkte

Elberfeld: Buchhandlung v. Mackensen, Friedrich-Ebert-Straße/
Ecke Laurentiusstraße 12, 42103 Wuppertal,

Telefon: 0202/304001

Barmen: Mayersche Buchhandlung, Werth 54, 42275 Wuppertal, Tele-

fon: 0202/43042800

Leser-Service

Telefon: 0800/1452452 (kostenlose Service-Hotline)

Professorin Christine Volkmann über Firmengründungen, 100 Jahre Gucci und Familienunternehmen in Wuppertal

Was die Firmen Gucci und Jackstädt gemein haben

Von Uwe Blass

1921 gründete der Sattlermeister Guccio Gucci eine kleine Lederwerkstatt in Florenz, aus der sich ein Weltkonzern entwickeln sollte. Sind Gründer eigentlich risikobereiter als andere Menschen?

Volkmann: Die Risikoeinstellungen von Gründern im Verhältnis zu Nicht-Gründern wurden in der Vergangenheit häufig einer wirtschaftswissenschaftlichen Betrachtung unterzogen. Die Frage nach der Risikoneigung von Gründern ist komplex und konnte bis heute in der Forschung noch nicht eindeutig beantwortet werden. Unterschiedliche Studien zeigen, dass nicht eindeutig belegt werden kann, dass Gründer risikoaffiner sind. In diesem Sinne wurden in der Forschung weitere Eigenschaftsdimensionen, wie Mut, Wettbewerbsbereitschaft sowie Selbstvertrauen und -wirksamkeit untersucht. Hiernach ist etwa Mut ein wesentlicher Aspekt einer Gründung. Guccio Gucci hatte Mut zur Umsetzung seiner eigenen Idee. Er ist dabei allerdings nicht leichtfertig, sondern geplant durch eingehende Beobachtung der Umwelt und des Marktes, vorgegangen. Denn er beobachtete über mehrere Jahre hinweg die Konsumgewohnheiten der gehobenen Klasse in London, bevor er 1921 sein Lederwarengeschäft eröffnete. Aus seinen Beobachtungen heraus wusste er, dass er Produkte von höchster Qualität herstellen musste, um dem Kaufinteresse der reichen Kaufleute zu entsprechen und um zeitgleich eine Marktlücke zu adressieren.

Aus der Ressourcenknappheit des Nachkriegseuropas entwickelte Gucci 1947 erstmals eine Damenhandtasche mit Bambusgriff, die sogenannte Bamboo Bag, in die er günstiges Naturmaterial in die Luxuswelt integrierte. Wie innovativ müssen Gründer heute sein, um sich dem ständig wechselnden Markt anzupassen?

Volkmann: Die angesprochene Bamboo Bag ist ein gutes Beispiel dafür, wie Unternehmer „unternehmerische Gelegenheiten erkennen“ und nutzen, um einen zusätzli-

chen Wert zu schaffen. Guccio Gucci erkannte, dass die Materialien, trotz ihres günstigen Preises von Kunden als qualitativ hochwertig und exotisch wahrgenommen wurden und diese daher bereit waren, einen höheren Preis zu zahlen. Die Bedeutung von Innovationen für Unternehmen hat sich hierbei seit den 1950er Jahren nicht verändert und ist stark mit wichtigen Erfolgsgrößen wie Umsatz und Gewinn verknüpft. Um die Innovationskraft zu gewährleisten und sich in einem immer wechselnden Markt langfristig anzupassen, spielt auch die Fokussierung auf die Kernkompetenzen im Gründungsteam eine zentrale Rolle.

Erst 1960 wurde das bis heute bekannte Symbol der Firma, zwei miteinander verbundene Steigbügel - oder die ineinander verschlungenen Gs für Guccio Gucci - kreiert. Wie wichtig ist die richtige Marketingstrategie für ein Start-up-Unternehmen?

Volkmann: Der Erfolg eines Start-ups ist unter anderem von der Marketingstrategie abhängig und damit von grundlegender Bedeutung. Schon seit einigen Jahren - und nicht erst seit COVID-19 - sind in den meisten Branchen digitale Marketingstrategien wichtig, so auch im Luxusgütermarkt. Die Positionierung im Markt durch eine ausführliche Marktanalyse vorab und die Identifikation der Zielgruppe ist für die langfristige Annahme des Produktes oder der Dienstleistung durch den Kunden elementar. Dabei sollte das Alleinstellungsmerkmal und der Nutzen für die Kunden klar identifiziert sein. Dies ist notwendig, um sich von Wettbewerbern zu differenzieren.

Auch in Wuppertal gibt es noch familiengeführte Unternehmen. Worin liegen deren Vorteile?

Volkmann: Der Anteil von Familienunternehmen an allen Unternehmungen liegt in Deutschland bei mehr als 90%. Dies verdeutlicht die hohe volkswirtschaftliche Bedeutung von Familienunternehmen. Der Vorteil von Familienunternehmen liegt in ihrer langfristigen strategischen Ausrichtung. Diese ist



Der Gründer von Gucci hat ein Weltunternehmen geschaffen.

Foto: dpa

unter anderem in der Bedeutung von nicht-finanziellen Erfolgsgrößen dem sogenannten „Socioemotional Wealth“ begründet. Beispiele hierfür sind etwa die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, die Reputation, die Identität, die Fähigkeit, Einfluss auf das Unternehmen ausüben zu können, sowie die Aufrechterhaltung der Familiendynastie. Diese Faktoren wirken sich langfristig auf die Erreichung finanzieller Erfolgsgrößen aus. Ausdruck dieser Ausrichtung ist etwa eine langfristige Beschäftigung von Mitarbeitenden. Eine hohe Mitarbeitendenbindung bedeutet zugleich auch ein hohes Sozialkapital und eine hohe Produktivität der Arbeitskräfte. Vertrauen genießen Familienunternehmen aber nicht nur in den Kreisen ihrer Belegschaft, sondern auch in der Wahrnehmung anderer Bezugsgruppen (Stakeholder). Ein Grund hierfür liegt unter anderem in weniger risikoreichen Entscheidungen von Familienunternehmen im Vergleich zu Großkonzernen. Hierdurch werden stabile Renditen und Wachstum ermöglicht. Ein weiterer Vorteil ist die oftmals hohe Eigenkapitalquote, die als Indiz für eine langfristige Robustheit gegenüber Krisen und Marktschwankungen gilt. Der Erfolg von Familienunternehmen lässt sich in Wuppertal beispielsweise anhand der Wuppertaler Familie Jackstädt verdeutlichen. Vor 100 Jahren gründete Wilhelm Jackstädt die Feinpapiergroßhandlung Jackstädt, die von seinem Sohn Werner Jackstädt in einen Weltkonzern entwickelt wurde. Das positive Wirken der Familie Jackstädt ist heutzutage durch die Arbeit der Jackstädt Stiftung und des Jackstädtzentrums für Unternehmens- und Innovationsforschung geprägt.

Gucci spricht mit seiner Angebotspalette in erster Linie Frauen an. Bei eigenen Unternehmensgründungen sind Frauen noch immer sehr zögerlich. Für das von Ihnen initiierte Projekt „Women Entrepreneurs in Science“ hat es Ende 2020 rund 2 Millionen Euro Förderung vom Ministerium gegeben. Diese Förderung soll für den Aufbau eines NRW-weiten Netzwerkes für Gründerinnen, Gründungsinteressierte Frauen, Mentorinnen und Unterstützerinnen aufgewendet werden. Mit welchen Maßnahmen ermutigen Sie Frauen zu gründen?

Volkmann: Gründerinnen sind in Deutschland und in NRW immer noch unterrepräsentiert. Im Jahr 2020 lag der Anteil der Gründerinnen

Zur Person

Prof. Dr. Christine Volkmann ist Lehrstuhlinhaberin für Unternehmensgründung der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft Schumpeter School of Business and Economics der Bergischen Universität.

bei circa 30 Prozent. Im Bereich der schnell wachsenden, innovativen Start-up Unternehmen sogar nur bei 15 Prozent. Das Projekt, das durch das Land Nordrhein-Westfalen gefördert wird, adressiert Gründerinnen aus den NRW-Hochschulen mit dem Ziel, potentielle Gründerinnen für Unternehmensgründung zu sensibilisieren und bei ihrer Gründung zu unterstützen. Das Projekt Women Entrepreneurs in Science etabliert ein NRW-weites Hochschulnetzwerk für Frauen, das passende Vorbilder schafft und die nötige Aufmerksamkeit und Unterstützungsleistung - vor, während und nach der Gründung - bietet. Hierbei agiert die Bergische Universität als Initiatorin des Netzwerkes und als Organisatorin verschiedener NRW-weiter Veranstaltungsmo-

Nach Impfstopp mit Astrazeneca wurde jetzt Moderna bei Proviel-Werkstätten verimpft

800 Werkstattmitarbeiter geimpft

Große Erleichterung herrscht bei den Verantwortlichen und den Mitarbeitern von Proviel. Vergangene wurden die Mitarbeiter in den Werkstätten für Menschen mit psychischen Erkrankungen gegen Corona geimpft. Viele von ihnen leiden an multiplen Vorerkrankungen und sind besonders gefährdet. Gleichzeitig fahren die meisten mit dem Bus zur Arbeit. Die Sorge vor einer Ansteckung war tägliches Gesprächsthema. SPD-Landtagsabgeordneter Josef Neumann hatte sich dafür eingesetzt, dass Eingliederungsstätten in NRW schnell im eigenen Haus impfen können. „Es geht darum, das Leben zu schützen“, sagt er schlicht.

Der Impfstopp mit Astrazeneca bestärkte sehr viele bei Proviel. Die Impfstraße war aufgebaut, Personal bereitgestellt, alle Unterlagen vorbereitet. Und vor allem hatten die Fachkräfte seit Wochen versucht, alle Sorgen und Vorurteile bei den Mitarbeitern auszuräumen. „Unsere Betriebsärztin hat sehr viele Gespräche geführt und auf-

geklärt“, erzählt Geschäftsführer Christoph Nieder. Karin Gövert, Vorsitzende des Werkstatttrats sagt: „Ich bin froh, dass sich jetzt ein Großteil der Mitarbeiter für das Impfen entschieden hat.“

Dann mussten Montag vor zwei Wochen innerhalb weniger Stunden alle Impftermine abgesagt werden. Stundenlang telefonierten die Fachkräfte, versuchten, die Situation zu erklären und zu beruhigen. Viele der Menschen mit psychischen Erkrankungen reagierten mit Verunsicherung. Es war klar, dass auch bei Wiederzulassung von Astrazeneca die Impfbereitschaft deutlich sinken würde. Dann kam wenige Tage später die Nachricht, dass die Werkstätten stattdessen Moderna erhalten würden.

So lief an den Impftagen alles reibungslos. 282 Menschen wurden alleine am ersten Tag geimpft. Am Begrüßungstisch im Lager wurde den Impfwilligen Fieber gemessen, am nächsten Tisch unterschrieben sie mit frisch desinfizier-



Josef Neumann hat das Impfteam bei Proviel besucht.

Foto: Andreas Fischer

tem Stift den vorbereiteten Einwilligungs- und Aufklärungsbogen. Wer länger als drei Tage nicht in der Werkstatt war, musste dann erst einmal zum Corona-Schnelltest. Anschließend ging der gut beschilderte Weg ums Haus herum zu den Schulungsräumen, wo die Gemeinschaftspraxis Hausprax mit zwei Ärzten impfte. „Bisher hatten wir keine echten Zwischenfälle“, freut sich Ärztin Saskia Sondermann.

In großen Räumen nebenan

warteten alle Geimpften mit viel Abstand noch 20 Minuten, falls allergische Reaktionen auftreten. Dann war alles erledigt. „Das war nicht schlimm, nur ein kleiner Piki“, sagte eine Mitarbeiterin. „Eine Sorge weniger“, pflichtet ihr eine andere bei. Der Termin für die zweite Impfung in vier Wochen steht bereits. So können die Mitarbeiter zukünftig unbesorgter zur Arbeit kommen und vielleicht auch irgendwann wieder gemeinsam feiern.



WESTDEUTSCHE ZEITUNG

Verlag: Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG
Wuppertal - Düsseldorf - Krefeld

Geschäftsführer: Oliver Moll

Chefredakteur: Lothar Leuschen

Stellvertretung: Annette Ludwig

Chefredakteur: Olaf Kupfer

und Ltg. Digitaler Content: Ellen Schröder

Nachrichten/Wirtschaft: Frank Polke

Sport: Alexander Hefflik

Service: Uwe Gebauer

Hier und Heute/Kultur: Ellen Schröder

Leitung Lesermarkt: Sabine Junker

Leitung Werbermarkt: Daniel Poerschke

Anzeigenpreisliste Nr. 50 gültig ab

1. Januar 2021

Druck: Rheinisch-Bergische Druckerei

GmbH Düsseldorf

Anschrift: Westdeutsche Zeitung GmbH &

Co. KG, Ohligsmühle 7-9, 42103 Wuppertal,

weitere Anschriften siehe Lokalteil.

Internet: www.wz.de

Für unverlangt eingesandte Manuskripte u.

Fotos wird keine Gewähr übernommen.

Bei Betriebsstörung d. höhere Gewalt, Streik

usw. keine Ersatzansprüche.

Die WZ verwendet Recycling-Papier.

Dienstag mit PRISMA

Wochenmagazin zur Zeitung.

LESERSERVICE: 0800 / 1 452 452

(kostenlos aus d. d. Festnetz

und per Mobilfunk)

Montag bis Freitag 6.30 bis 16.00 Uhr

Samstag 6.30 bis 12.00 Uhr