

GASTKOMMENTAR

Frischer Wind

Jens Eckhoff

In der vergangenen Woche fand in Bremerhaven eine der bedeutendsten Tagungen zum Thema Windenergie statt. In Bremen trafen sich die Kuratoren der Stiftung zur Förderung der Offshore-Windenergie. Dieses sind weitere Zeichen dafür, dass Bremen und Bremerhaven zum führenden Zentrum für Windenergie in Deutschland aufgestiegen sind.

Jahrelang hat die gesamte bremische Politik auf dieses Ziel hin gearbeitet. Seit 1997 wurden alle Initiativen zur Windenergie einstimmig in der Bürgerschaft verabschiedet. Das Beispiel Wind zeigt, dass der Standort Bremen Stärken hat, die man nur kontinuierlich entwickeln muss.

Bremerhaven profitiert

Insbesondere Bremerhaven hat von der Entwicklung im Offshore-Bereich profitiert. Mittlerweile ist die Seestadt führend in dieser Branche. So wurde mit den beiden Produzenten Repower und Multibrud, wissenschaftlichen Einrichtungen wie der Fraunhofer Gesellschaft, einem Netzwerk wie der Windenergieagentur und der sehr guten Arbeit der Wirtschaftsförderung Bremerhaven die Basis hierfür gelegt.

Die Entwicklung am Arbeitsmarkt zeigt, dass sich die Windenergie mittlerweile zum Jobmotor entwickelt hat. Trotz Krise in den Sektoren Logistik und Schiffbau sinken glücklicherweise die Arbeitslosenzahlen in Bremerhaven. Dieses zeigt, dass regenerative Energien nicht nur Investitionen in die Umwelt sind, sondern auch das soziale Zusammenleben stärken.

Sicherlich: Die Windenergie wurde und wird seit vielen Jahren durch festgelegte Tarife gefördert, aber mittlerweile gehen von den in Deutschland produzierten Anlagen 70 Prozent ins Ausland. In dieser Branche entstehen vor allem auch deshalb Arbeitsplätze, weil sich Deutschland über das System der Stromerzeugung gegenüber anderen Ländern erarbeitet hat, der durch technologische Führerschaft sogar noch ausgebaut werden könnte.

Kräfte bündeln

Durch eine Vernetzung von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Banken ist es in Bremen gelungen, alle Kräfte zu bündeln und Arbeitsplätze zu schaffen. Die Zukunft braucht aber einen ähnlichen Gestaltungswillen. Durch Finanzkrise und konkurrierende Städte sind die Erfolge der Vergangenheit für die Zukunft längst nicht abgesichert.

Bremerhaven braucht einen Offshore-Hafen. Die Größe der Anlagen auf See erfordert einen direkten Zugang zum Wasser. Auf der Luneplate, bzw. dem Luneort, sind solche Flächen vorhanden, doch bisher hat sich kein namhafter Vertreter der Bremer Landespolitik zu diesem Projekt bekannt und dieses, obwohl bereits die ersten Firmen ins niedersächsische Cuxhaven abgewandert sind.

Aber auch der Service der Anlagen auf hoher See erfordert ganz neue Wartungskonzepte. Hier werden in den nächsten Jahren ebenfalls viele neue Arbeitsplätze geschaffen. Hierfür bedarf es ebenfalls eines neuen Hafentwicklungsplans, damit der Basishafen für die Wartung auf hoher See Bremerhaven wird.

Liquide Mittel fehlen

Die Finanzierungsmöglichkeiten von regenerativen Energien müssen durch die Bremer Aufbaubank ausgebaut werden. Durch die Kreditklemme werden in den nächsten Jahren schon genehmigte Projekte nicht umgesetzt werden können, da nicht genügend liquide Mittel vorhanden sind. Des Weiteren ist eine noch bessere Einbindung der Bremer Universität, insbesondere die Geowissenschaften, sicherzustellen. Der Wille an der Uni ist vorhanden, doch es müssen auch hierfür zusätzliche Mittel durch den Senat zur Verfügung gestellt werden.

Bremen hat sehr gute Voraussetzungen zu einem Cluster der regenerativen Energien in Europa zu werden. Dazu bedarf es aber ebenso stärkerer Anstrengungen in den Bereichen Photovoltaik und Geothermie. Hier müssen ebenfalls entscheidende Player an den Standort Bremen gebunden werden. Ein Gesamtkonzept ist hierfür erforderlich, in denen alle Beteiligten zusammenarbeiten. Diese einmalige Ausgangsposition darf nicht leichtfertig verspielt werden, denn die Arbeitsplätze 2020 werden bereits heute durch die politischen Entscheidungen geschaffen.

DER AUTOR



Jens Eckhoff ist Präsident des Kuratoriums der Stiftung zur Förderung der Offshore-Windenergie und Geschäftsführer der inhoch5 Projektentwicklung GmbH. Er war 13 Jahre Mitglied der Bremischen Bürgerschaft und von 2003 bis 2006 Bausenator.

REDAKTION WIRTSCHAFT

Telefon: 04 21 - 36 71 34 05
Telefax: 04 21 - 36 71 10 12
E-Mail: wirtschaft@weser-kurier.de

Das Hobby als Geschäftsidee

Heiner Lobenberg hat sich als Newcomer mit „Gute Weine“ am Markt behauptet

Von Heinz Holtgreff

Bremen. Eine Branche mit Jahrhunderte alter Tradition in Bremen ist der Weinimport. Von Tradition kann dagegen Heiner Lobenberg kaum sprechen: Erst 1992 machte er sich mit seiner Firma „Gute Weine“ selbstständig und ist heute ein bundesweit sehr erfolgreicher Anbieter hochwertiger Gewächse. Den imaginären Ritterschlag bekam er im Februar 2009, als sein Unternehmen als Lieferant für Rot- und Weißwein für die Schaffermahlzeit in der Oberen Rathaushalle ausgewählt wurde.

Für den 52-jährigen Weinhändler war das ein großer Moment, denn quasi noch als Branchenneuling im Weinimportgeschäft hatte er die alleingewessenen bremischen Weinhäuser wie Eggers & Franke, Reidemeister & Ulrich, A. Segnitz & Co., Ludwig von Kapff und den Bremer Ratskeller in einer strengen, anonymen Blindprobe aus dem Feld geschlagen.

Dabei ist Heiner Lobenberg im Weinfach Autodidakt. Nach mehreren Brüchen in seiner Biografie machte er sein liebstes Hobby 1992 zur Geschäftsidee. In einem kleinen Laden am Dobben verkaufte er zunächst als Ein-Mann-Unternehmen die überschaubaren Vorräte aus einer Garage. Heute setzt er rund zehn Millionen Euro pro Jahr um, ist einer der letzten verbliebenen eigenständig operierenden Weinimporteure in Bremen.

Bis die erste Flasche über seinen Ladentisch ging, war es ein langer Weg. Lobenberg wurde 1957 in Lingen als zweites von sieben Kindern und einziger Junge geboren. Den ersten Bruch in seinem Leben gab es im Alter von nur elf Jahren, als sein Vater, der Gründer von drei erfolgreichen überregionalen Unternehmen, plötzlich starb.

Nach dem Abitur studierte Lobenberg als Kontrapunkt zur Familie in Marburg Philosophie und Soziologie bis zum Vordiplom, dann wechselte er nach Hamburg, studierte Volkswirtschaft, schloss das Studium schließlich in Münster als Dipl.-Volkswirt ab. Mit seiner Freundin zog er nach Berlin, beschäftigte sich mit volkswirtschaftlichen Studien und weiß seitdem: „Man muss nur die Fragen richtig stellen, dann kommen die erwünschten Antworten heraus.“ Die Konsequenz aus dieser Erkenntnis: „Das Studium war gut, aber in diesem Metier zu arbeiten ist Blödsinn.“

Auf Wunsch seiner Mutter, die inzwischen wieder einen Partner gefunden hatte, wechselte Lobenberg ins vom Vater gegründete Unternehmen, der Firma „adrett“, Bestandteil der Deutschen Berufskleider Leasing, einer der Branchenführer in Deutschland. Zum Tafelsilber der Familie gehörten zudem 120 Imbissbetriebe der Marke „Kochlöffel“. Fünf Jahre arbeitete Lobenberg als Geschäftsführer der Berufswäsche, war zuständig für die Niederlassungen, darunter auch die in Bremen. In dieser Zeit lernte er viel, betrieb das Geschäft letztlich aber ohne wirkliches Herzblut und daher durchaus auch mit Frustrationen.

Nach fünf Jahren kam es zum Streit mit dem Stiefvater und zur radikalen Trennung. Lobenberg kündigte von jetzt auf nachher, legte ein Jahr schöpferische Pause ein und zog mit Ehefrau Andrea und Sohn Luca nach Zypern. Seine Großmutter hatte ihm Geld vererbt, so war die Auszeit zu finanzieren. Das Sabbatjahr nutzte der Familienvater unter anderem zur Beantwortung der Frage: „Was willst du eigentlich künftig beruflich machen?“

Die Beantwortung wurde durch die Tatsache erleichtert, dass sich Lobenberg seit sieben, acht Jahren sehr intensiv mit Wein beschäftigte. Am Anfang standen eine Flasche Beaujolais und ein Aldi-Tetrapak, im Laufe der Zeit stiegen die Ansprüche und das Weinverständnis. Bald verschlang er Fachliteratur, alle Weinversender kannten den Weinverrückten aus Bremen. Lobenberg: „Ich habe gelesen und probiert, aus dem liebsten Hobby wurde meine Geschäftsidee.“ Schon von Zypern aus knüpfte er Kontakte zu Händlern, fuhr auf Weinmessen, bereitete den Start in die Selbstständigkeit akribisch vor.

Der Laden am Dobben wurde mit Bordmitteln renoviert, gemeinsam mit einem Weinfreund und Händler aus Berlin entwickelte er Marketingideen. Eine Berliner Berufsschulklasse entwickelte das Logo für die Firma „Gute Weine“, das Lobenberg heute noch nutzt, sein Freund in Berlin hat den Weinhandel an der Spree vor vielen Jahren aufgegeben.

Die Hausbank OLB in Lingen unterstützte die Firmengründung des Bremers mit einem Kredit über 100 000 D-Mark, zudem brachte Lobenberg seinen wertvollen privaten Weinkeller in das Unternehmen ein. Von sehr vielen Mitarbeitern im elterlichen Unternehmen veränderte sich der Weinhändler auf null. Der Laden lief schnell an, bald reichte die eine Garage als Lager nicht mehr aus, es wurden weitere gemietet.

1993 erzielte der Bremer Newcomer in Fachkreisen über Nacht bundesweite Bekanntheit. Er hatte Beilagen in den beiden führenden Zeitschriften „Alles über Wein“ und „Vinum“ geschaltet, die „knackigen Preise haben mir viele Freunde in der Händlerschaft beschert“, sagt Lobenberg augenzwinkernd.

Der Coup gelang. Der Einzelkämpfer schuftete fortan 14 Stunden am Tag, stand tagsüber im Laden, packte die Bestellungen



Heiner Lobenberg mit dem von seiner Firma gelieferten Schafferwein. FOTOS: FRANK THOMAS KOCH

zusammen, brachte sie abends zur Post. Die ersten Helfer wurden eingestellt, auch der wirtschaftliche Erfolg stellte sich ein. Alles, was verdient wurde, steckte Lobenberg wieder in das Unternehmen.

So hält er es auch heute noch und hält sich an weitere unverrückbare Grundsätze: „Nie wieder Krawatte“ – vielleicht der unwichtigste. Der konsequenteste: „Ich arbeite nur mit Lieferanten, mit denen ich persönlich gut kann“, lautet ein weiterer. Und schließlich: „Ich kaufe nur ein, was ich selbst gern trinken mag.“

Zu den Favoriten des Bremer Importeurs gehören in der Weißweinfaktion Burgunder, deutsche Rieslinge und Grüne Veltliner aus Österreich. Bei den Roten bevorzugt er Bordeaux, Rhone-Weine und Piemontese Gewächse. Und da er immer alles ganz genau wissen will, liest er regelmäßig jeden greifbaren Fachtext. Als Universal-Nachschlagewerk hat er immer den aktuellen Großen Johnson und den Weltweinatlas zur Hand – und rät dies auch allen ernsthaft am Thema Interessierten.

Anfangs brachte der Weinhändler seine Offerten noch als lose Blätter aus dem Copyshop an die Kundschaft, dann wurden sie farbig, schließlich gebunden. Heute umfasst der Katalog von „Gute Weine“ 1500 Positionen, die in einem gut 350 Seiten starken DINA4-Katalog beschrieben, abgebildet und bewertet werden. 10 000 kaufende Privatkunden hat die Firma in der Kartei, 60 bis 70



Christoph Janssen führt als Franchise-Nehmer den „Gute-Weine“-Laden am Ostertorsteinweg.

Prozent der Aufträge werden per Internet erteilt und in ganz Deutschland vertrieben.

Ein Ladengeschäft im Viertel hat „Gute Weine“ auch heute noch; Franchisenehmer Christoph Janssen vertreibt das Angebot am Ostertorsteinweg. Die Gastronomie wird von Lobenbergs weiterer Firma „Wein-Profi“ beliefert, die von Stefan Maas, einem früheren leitenden Mitarbeiter des Traditionshauses Joh. Eggers Sohn, geleitet wird.

Das Schwergewicht im Angebot von „Gute Weine“ stellt Frankreich dar, hier ganz besonders Bordeaux. Beim Umsatz macht Frankreich 60 Prozent aus, mengenmäßig 40 Prozent. Italien folgt mit 20 Prozent, je zehn Prozent entfallen auf Deutschland und Spanien, je fünf Prozent auf Portu-

gal und die USA, der Rest auf die neue Welt.

Anfangs musste sich Heiner Lobenberg seine Ware noch bei größeren Händlern besorgen, direkt wollten ihn etliche Produzenten nicht beliefern, weil sie langjährige Kundenbeziehungen mit den alleingewessenen Importeuren hatten. Das stachelte den Ehrgeiz des Bremers förmlich an. Mit Hartnäckigkeit weichte er die Ablehnung auf, „manchmal auch mit unnetten Methoden“, wie er schmunzelnd erzählt.

Im Laufe der Jahre hat sich Lobenberg bei seinen Lieferanten einen guten Ruf erworben, „für viele Winzer ist es eine Ehre, wenn sie mit uns arbeiten“, sagt der Weinhändler stolz. Inzwischen kauft er bis auf Bordeaux-Weine ausschließlich direkt bei den Winzern ein, das Bordeaux-Geschäft läuft traditionell über Zwischenhändler, den sogenannten Negociants, vor Ort. Die Firma Hermann & Theodor Mostermans ist sein Lieferant der ersten Stunde, dem er treu geblieben ist und mit dem er Millionen-Umsätze macht. Lobenberg: „Bei denen gelten Absprachen und ein Handschlag noch etwas.“

Vom Neuling bis zum etablierten und anerkannten Weinimporteur war es ein langer Weg, inzwischen ist Lobenbergs Firma das letzte eigenständige Schwergewicht im bremischen Weinimport. A. Segnitz & Co. und das Bremer Weinkolleg gehören zu Schlumberger, die Racke Eggers & Franke-Gruppe mit Reidemeister & Ulrich und Ludwig von Kapff sowie weiteren Töchtern wird von Racke aus Bingen geführt, andere Importhäuser sind ganz vom Markt.

Und Lobenberg will weiter wachsen. Das größte Problem ist dabei die Liquidität. „Ich reize die Linien aus.“ Das ist auch notwendig, denn der Bremer kauft auf Grund der Rarität und Exklusivität seiner Produkte notgedrungen von 80 Prozent seiner Weine die Jahresmenge in einer einzigen Tranche ein. Das erfordert enorme Summen und auch Mut seiner langjährigen Hausbank, der „Bremischen Volksbank“. Lobenberg hat es sich zum Ziel gesetzt, aus allen Regionen auf dem Globus ausschließlich die besten Weine anzubieten. Das sind nach seiner Überzeugung meist „Insiderweine“ und nicht die bekanntesten.

Neun Mitarbeiter beschäftigt „Gute Weine“ im Büro an der Tiefer. Lager und Buchhaltung hat Lobenberg extern vergeben. Das Mahnwesen ist so gut wie beschäftigungslos, die Forderungsausfälle liegen, so Lobenberg, unter einem Prozent: „Meine Kunden werden noch rot, wenn sie eine Mahnung erhalten.“

Lobenberg ist stolz darauf, durch jahrelanges Training sehr gekonnt und professionell zu verkosten. Selbstbewusst sagt er: „Meine Kunden verlassen sich auf meine Bewertungen, die in vielen Fällen bereits vor den Urteilen der renommierten Weinkritiker wie Robert Parker oder René Gabriel in Kundeninformationen zu lesen sind.“

Selbst wenn ein Kunde einmal seine in vielen Jahren gesammelten Weinschätze nicht mehr selbst trinken mag oder kann, hilft der Bremer. Das Gemeinschaftsunternehmen, die Weinauktion Koppe & Partner, an dem Lobenberg neben Gernot Koppe und drei weiteren Partnern beteiligt ist, veranstaltet jedes Jahr acht Versteigerungen von hochwertigen Weinen in den besten Hotels Deutschlands. Eingeliefert werden Einzelflaschen und ganze Keller von privaten Kunden – nur hochwertig müssen die Bouteillen sein.

PRIVATWIRTSCHAFT

Experten unter sich

Bremen (asp). Prominenter Besuch bei der BLG: Hartmut Ostrowski, Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG, und Heinz Fiege, Chef der Fiege Holding, kamen zu einem Informationsbesuch nach Bremerhaven und Bremen. Gastgeber war BLG-Chef Detthold Aden, der als ehemaliger Chef der Logistik-Sparte von Bertelsmann immer noch freundschaftliche Beziehungen zu den Gütersählern unterhält. Auch Ostrowski ist ausgewiesener Logistik-Experte, ebenso natürlich Heinz Fiege, dessen international tätiges Unternehmen im Bremer GVZ eine große Niederlassung unterhält. Beide zeigten sich beeindruckt von der Angebotspalette der BLG in Bremen und in Bremerhaven. Heinz Fiege bestätigte so ganz nebenbei erneut sein Interesse am Großprojekt JadeWeserPort in Wilhelmshaven.

Abschied

Bremen (asp). Ein schwerer Verlust für die IG Metall Bremen: Die langjährige 2. Bevollmächtigte Inge Lies-Bohlmann verabschiedet sich in den vorgezogenen Ruhestand. Lies-Bohlmann war bisher gemeinsam mit dem 1. Bevollmächtigten Dieter Reinken hauptamtlich für die Verwaltungsstelle Bremen zuständig, und damit für 28 000 Mitglieder, einer Männerdomäne mit Betrieben in der Automobil-, Flugzeug und Schiffbauindustrie. Längst vorbei die Zeiten, als die zierliche Gewerkschafterin sich auf dem Podium einer Betriebsversammlung erst mühsam Gehör verschaffen musste. Sie hat sich durch ihr energisches und kompetentes Auftreten schnell den Respekt und die Sympathie ihrer Kollegen erworben.

ANZEIGE

fedelhören
der die das besondere.
heute: haus nr. 91



Hermann Figge, Inhaber

albatros buchhandlung:

Lesestoff für die Sommerzeit –

ob zuhause oder unterwegs: In unserer Buchhandlung finden Sie eine interessante Auswahl an Romanen und Erzählungen sowie ein gepflegtes Krimi- und Lyrikregal. Kinder- und Jugendbücher haben ihren Extrarum und für die Ohren haben wir Hörbücher und Klassik-CD's. Kunst, Architektur, Geschichte/Politik, Philosophie und Psychoanalyse runden unser Angebot ab.

Hier können Sie in Ruhe stöbern und manches entdecken. Erfahrene BuchhändlerInnen beraten Sie gerne.

telefon 0421-32 72 48

albatros.buchversand@nord-com.net

wir haben die schönsten dinge der stadt:

la bottega italiana // klaviere backhaus // goldschmiede haarstick // galerie gaviel // teppichhaus gleue // weinhandel im fedelhören // keramik atelier // albatros buchhandlung // die blöchliger // blaukontor für gestaltung // gold + form // hanseatische münzenhandlung // grünhaus stuke // ihr raumausstatter im fedelhören // das atelier // lingua world //

www.fedelhoeren.de