

Die Kreativbranche in Hessen wächst weiter

Ob Pettersson auch auf diese Idee gekommen wäre? Der etwas schrullige Mann aus der schwedischen Serie „Pettersson und Findus“ ist ein Erfinder, und vielleicht hätte er in der digitalen Wirklichkeit seinen Spaß daran, wie Filmsequenzen am Computer mit Leben gefüllt werden. So wie es das Frankfurter Büro der schwedischen Bewegtbildagentur Chimney für den Kinofilm „Findus zieht um“, der derzeit in den Kinos läuft, getan und sich dabei eines digitalen Rasters bedient hat, wodurch im Film Kater Findus über den abgebildeten Hof springen kann. Trotz dieses Auftrags gehört die Filmbranche zu den Verlierern in der Statistik der Kreativwirtschaft in Hessen, in der auch die Spiele-, Werbe-, Design-, Presse-, Buch- und Musikbranche zusammengefasst sind. Im Filmsegment gingen die Umsätze um neun Prozent auf 816 Millionen Euro zurück. Insgesamt jedoch wuchs die Branche 2016 um 1,7 Prozent auf 13,8 Milliarden Euro Umsatz, das ist ein Plus von 13,9 Prozent. Auch kleinere Teilmärkte der Kreativwirtschaft entwickelten sich positiv, etwa der Markt für darstellende Künste, der zuletzt um 15 Prozent auf 490 Millionen Euro Umsatz gewachsen ist. Als Spitzenreiter wurde die Spiele- und Softwarebranche (3,9 Milliarden Euro Umsatz) vom Werbemarkt (4,1 Milliarden) abgelöst. Das hängt laut hessischem Wirtschaftsministerium mit einem Anstieg der Umsätze bei Agenturen in Wiesbaden zusammen. Für eine konkrete Aussage fehlen demnach aber noch die Daten. Pettersson hätte dafür bestimmt eine hübsche Maschine gebaut. (ddt.)



Ein Zuhause für Findus: Die digitale Bearbeitung von Kinofilmen ist Teil der Kreativbranche.

Foto Chimney Group

ZAHLE DES TAGES



Leichte Eintrübung

IHK-Umfrage zeigt: Die besten Zeiten sind vorbei

Die Unternehmer und Manager in Frankfurt, im Hochtaunus- und im Main-Taunus-Kreis sind zwar nach wie vor guter Stimmung, aber es blicken nicht mehr ganz so viele entspannt in die Zukunft wie noch vor einiger Zeit. Die IHK Frankfurt veröffentlichte gestern die Ergebnisse ihrer regelmäßigen Konjunkturumfrage, wonach der Anteil der Teilnehmer, der für die Zukunft noch bessere Geschäfte erwartet als jetzt, auf 25 Prozent zurückgegangen ist. Vor Jahresfrist hatten sich noch 28 Prozent optimistisch gezeigt.

Umgekehrt stieg der Anteil derjenigen, die mit schlechteren Geschäften rechnen, vom Herbst vergangenen Jahre bis jetzt von zehn auf zwölf Prozent. Das Gros gab 2017 wie auch jetzt an, es werde alles weitergehen wie bisher.

Dazu passt auch, dass der Anteil derjenigen, die weiteres Personal einstellen wollen, von 29 auf 27 Prozent zurückgegangen ist. Die Erklärung für die leicht verschlechterten Ausblicke ist leicht zu finden: Es sind die Verwerfungen weltweit. Was die Erwartungen für ihr Exportgeschäft betrifft, zeigten sich die rund 3000 befragten Unternehmer und Manager deutlich skeptischer als vor einem Jahr; mit schlechteren Auslandsgeschäften rechnen jetzt 15 Prozent, fast doppelt so viele wie im Herbst 2017.

Gegenwärtig aber ist alles offenbar noch in Ordnung. Auf die Frage, wie es ihrem Betrieb derzeit gehe, antworteten glatt 50 Prozent, die Lage sei gut. Vor einem Jahr waren es 48 Prozent gewesen. Zwischenzeitlich war der Wert sogar auf 53 Prozent gestiegen. mak.

Abwerbung am Arbeitsplatz verboten

hs. FRANKFURT. Die Abwerbung am Arbeitsplatz ist verboten, falls dies gegen die Prinzipien des fairen Wettbewerbs verstößt. Das Frankfurter Oberlandesgericht hat mit dieser Begründung der Klage eines Personaldienstleisters stattgegeben. Der verlangte, ein konkurrierendes Unternehmen müsse solche Versuche während der Arbeitszeit unterlassen.

Das gelte selbst dann, wenn wie in diesem Fall der Ummworbene auf seinem privaten Handy angerufen werde, entschied die Richter. Erlaubt sei dergestalt allenfalls eine erste Kontaktaufnahme, um weitere Gespräche zu vereinbaren. Tatsächlich habe ein Mitarbeiter des Beklagten jedoch binnen fünf Tagen den Auserkorenen siebenmal während der Arbeitszeit angerufen, um ihm einen neuen Job anzubieten. Grundsätzlich gehöre das Abwerben von Mitarbeitern zum freien Wettbewerb und sei deswegen hinzunehmen. Unzulässig sei es jedoch, wenn dadurch Betriebsabläufe gestört würden, heißt es sinngemäß in der Begründung des rechtskräftigen Urteils. Der Personalabwerber müsse daher fragen, wo er seinen Gesprächspartner erreiche. (Aktenzeichen 6 U 51/18).

Sie schickt Millionäre in die Wüste

Menschen, die Stephanie Elingshausen ihre Urlaubsplanung überlassen, geben erstaunlich viel Geld aus, um mal so richtig einfach zu leben.

Von Inga Janović

NIDDATAL. Kanada, Norwegen und Island liegen im Trend. Nicht wenige von Stephanie Elingshausens Kunden zog es in diesem Jahr in eher raue Gegenden, fernab von Internetanschlüssen und Besprechungsräumen. Stattdessen ein paar Tage segeln, an einsamen Fjorden wandern, mit den Einheimischen Fisch grillen. Großer Komfort musste nicht sein. „Da geht es nicht um blankpolierten Luxus, diese Leute suchen eher das Urgemütliche, Bodenständige“, sagt Stephanie Elingshausen, Inhaberin der Reiseagentur C&M Traveldesign.

Das scheint nichts Besonderes, aber Elingshausens Kundschaft gehört in die Kategorien Reich bis Superreich, deshalb ist der Verzicht auf Komfort eine Erhöhung wert. Die Menschen, die die Unternehmerin in den Urlaub schickt, sind Unternehmer oder Manager samt Familien, Schauspieler, Musiker, reiche Erben. Kurz: Menschen, bei denen vieles im Leben schon so großzügig ausfällt, dass man sich fragen mag, womit sie sich wohl in ihren Urlaubszeiten belohnen, was sie tun, wenn sie sich etwas gönnen wollen.

Stephanie Elingshausen weiß das von ziemlich vielen Menschen, ihre Namen nennt sie selbstverständlich nicht. Aber sie kann wunderbar erzählen, etwa von dem Russen, der mit seinen Kindern unbedingt nach Nordkorea wollte, um ihnen zu zeigen, wie katastrophal es im Kommunismus aussieht. Von dem passionierten Taucher, der schon durch so viele Reviere geschwommen ist, dass es schwer ist, ihm noch Herausforderungen zu bieten. Von der Familie, die so genaue Vorstellungen von ihrem einsam gelegenen Ferienhaus in Kanada hatte, dass Elingshausen tagelang die Küste abfuhr, bis sie ein passendes fand. Von einem ihrer ersten Kunden, der 1992 auf eigene Faust nach China reisen wollte. Das war damals noch unmöglich, schon allein, weil niemand Unterkünfte oder die Verkehrsverbindungen kannte. „Am Ende hatte ich alles zusammen, aber er hat die Reise nicht gebucht.“

Anders der Däne, dem sie eine ganze Insel in der Südsee reservierte und für dessen Party sie dort auch noch einen Keller für die guten Rotweine anlegen ließ. Der Mann brachte seine Freunde in einer Chartermaschine mit und feierte mit ihnen seinen 50. Geburtstag. 400 000 Euro soll ihn die Sause gekostet haben.

Nur ein paar Handvoll ihrer mehreren hundert Kunden seien wirklich kapriziös, holt Elingshausen das staunende Publikum zurück auf den Boden. Ob eine solche Menge Geld fürs Vergnügen statthaft ist, bewertet sie nicht. Wer 50 000 Euro im Jahr verdiene, gebe so um die 5000 Euro für den Urlaub aus. Wer zehnmal so viel Gehalt bezieht, lege eben 50 000 Euro hin. Vor allem für etwas, was er sonst im Alltag nicht hat: Zeit mit der Familie, etwas Privatsphäre. „Weil sie wenig Zeit haben, wünschen sich viele meiner Kunden intensive, gemeinsame Erlebnisse“, sagt Elingshausen.

Seit 25 Jahren führt die Mittfünfzigerin ihre Agentur. Zuvor hatte sie bei Airlines, in Hotels, bei Reiseveranstaltern und in Botschaften gearbeitet, war selbst viel gereist. Und hatte damit das Wissen und die Kontakte zusammengetragen, die sie für ihre Reisevermittlung der besonderen Art brauchte. „Wenn jemand einen wirklich teuren Anzug will, geht er zum Maßschneider. Wenn er besondere Schuhe will, lässt er sie sich machen.“ Warum

dann nicht die ganz individuell vorbereitete Reise, bei der man zwar ins Unbekannte fährt oder fliegt, aber trotzdem sicher sein kann, dass Hotel und Gegend genau das bieten, wonach man sich sehnt?

Das erste Reisebüro lag mitten in Frankfurt, danach zog die Agentur ins Westend um. Seit diesem Jahr ist der Firmensitz im Niddataler Ortsteil Assenheim, tief in der Wetterau. Das Amalienschlösschen, ein ehemaliges Witwenstift, hat Elingshausen für sich und ihre Mitarbeiterinnen eingerichtet. Der Garten ist riesig, das Interieur teuer. Großverdiener und Millionäre werden in Wohnzimmeratmosphäre vor dem Kamin für die Reiseplanung empfangen.

„Zehn Jahre lang waren wir der Platzhirsch, hatten so gut wie keine Konkurrenz. Inzwischen boomt ja der Begriff Luxusreisen“, sagt Elingshausen. Wobei das meiste kein Luxus sei. Sterne beispielsweise



Mit Stil und Hund: Stephanie Elingshausen in ihrem Schlösschen

Foto Jana Mai

se sagen nach ihrer Erfahrung noch wenig über Hotels aus, weltweit gebe es höchstens 150 wirklich empfehlenswerte Unterkünfte. Wenn es um die richtige Auswahl geht, ist Elingshausen mindestens so pingelig wie ihre Kunden.

In den neunziger Jahren war die Anforderung an luxuriöses Reisen vor allem die, dass es richtig schön teuer und exotisch sein musste: Hochzeitsreise nach Hawaii, Shopping-Trip nach New York und ein paar Nächte im Mandarin Oriental in Hongkong. Aber wenn man das alles mal gesehen hat? Und beruflich schon ständig unterwegs ist, die edlen Hotels mit ihren dienstbaren Gestalten und kunstvollen Häppchen so langsam satt hat? Oder vor der großen Karriere eher der Typ Backpacker war und das Abenteuer einfach nicht missen mag? Dafür hat man dann „Frau E.“ Sie schlägt der Familie möglicherweise eine Safari vor oder

gleich diese „irre Farm“ in Kenia, groß wie ein Kleinstaat, ausgestattet wie der Palast eines neureichen Königs. Und teuer wie dessen Reich. Aber eben auch ausgestattet mit einer Aufzuchtstation für die stark bedrohten Nashörner. Als Gast finanziert man sie, darf mit anpacken, die Rhino-Babys mit der Flasche füttern. Ein Erlebnis, das unter die Haut gehe, sagt Elingshausen.

Do-it-yourself-Messe für Kreative in Frankfurt

mak. FRANKFURT. Wer gerne bastelt, backt oder näht, kann sich während der Kreativmesse „Mach es selbst“ vom 1. bis 4. November in Frankfurt über neue Trends informieren. Veranstalter ist eine Gesellschaft der Mediengruppe Frankfurt, zu deren Produkten unter anderem die „Frankfurter Neue Presse“ und die „Frankfurter Rundschau“ zählen. Wie die Mediengruppe mitteilt, werden in Halle 1 des Frankfurter Messegeländes 300 Aussteller erwartet, die Besucher können sich nicht nur an deren Ständen, sondern auch in 100 Workshops informieren.

Gezeigt werden unter anderem Nähmaschinen und Stoffe, Glaskugeln und Metallanhänger für Hobby-Schmuckdesigner sowie Formchen für Weihnachtsplätzchen. In den Workshops geht es zum Beispiel um Acrylmalerei und das Gießen von Körperbutter. Außerdem erwarten die Besucher Modenschauen. Die Ausstellung ist von Donnerstag, 1. November, bis Samstag von 10 bis 18 Uhr geöffnet, am Sonntag, 4. November, dann noch von 10 bis 17 Uhr. Eine Eintrittskarte kostet zwölf Euro, wer zwei Tage hingehen möchte, muss dafür 16 Euro zahlen. Die Veranstalter erwarten an den vier Tagen auf den zwei Hallenebenen zusammen 40 000 Besucher.

Merck investiert in Darmstadt

83 Millionen Euro für neues Verpackungszentrum

DARMSTADT (Ihe). Der Pharma- und Chemiekonzern Merck hat am Stammsitz Darmstadt rund 83 Millionen Euro in ein Verpackungszentrum für Tabletten investiert. Das sogenannte Pharma Packaging Center soll das alte Gebäude bis Ende 2020 schrittweise ersetzen. Die ersten zwei von acht Verpackungslinien gehen im Februar 2019 in Betrieb, wie Konzernvertreter gestern zur Eröffnung sagten. Die Tabletten-Packungen würden in mehr als 90 Länder versandt.

Die Investitionen in Höhe von 63 Millionen Euro in das Gebäude und die Infrastruktur seien Teil eines größeren Projekts, das rund eine Milliarde Euro am Standort bis 2020 koste, sagte Merck-Chef Stefan Oschmann. Dazu kommen rund 20 Millionen Euro für Maschinen, wie Anne Reuschenbach, Standortleiterin Pharma Operations, sagte.

Oschmann bekannte sich abermals zum Firmensitz: „Darmstadt ist eindeutig der wichtigste Standort, und daran wird sich nichts ändern.“ Gesundheitsminister Stefan Grüttner (CDU) sagte: „Diese Standorttreue ist auch für das Land Hessen nicht selbstverständlich.“ Rund 16 Milliarden Tabletten stellt Merck jedes Jahr allein in Darmstadt her, bis Ende des

Jahres sollen es etwa 17 Milliarden sein. „7,5 Milliarden verpacken wir auch hier“, sagte Oschmann.

Schwerpunkte sind Medikamente für Diabetes, Herz-Kreislauf- und Schilddrüsenerkrankungen. Im neuen Verpackungszentrum mit seiner robotergestützten Logistik sollen etwa 220 Mitarbeiter das ganze Jahr rund um die Uhr arbeiten. Dabei würden jährlich 500 Millionen Blister-Tablettenpackungen erstellt. Ein vollautomatisches Hochregallager verfügt über 3800 Palettenplätze.

Beschäftigte von Merck haben gestern bei einer internen Veranstaltung auf dem Firmengelände in Darmstadt digitale Projekte für den Alltag vorgeführt. Darunter war ein 3D-Drucker, mit dem etwa dringende benötigte Ersatzteile für Maschinen über Nacht hergestellt werden sollen, wie eine Merck-Sprecherin sagte.

Auszubildende präsentierten während der zweitägigen Veranstaltung mit dem Titel „Digital Expo“ einen Industrieroboter, dessen Arm-Gehäuse mit dem 3D-Drucker gefertigt wurde. Die Beschäftigten konnten sich an rund 50 Ständen über Projekte informieren und mehrere Vorträge zur Digitalisierung in der Arbeitswelt verfolgen.

WIR FEIERN 15 JAHRE SCHÖFFEL-LOWA!

Herren
3IN1 JACKET ATHEN
Jubiläumspreis
150.-€
299.95€

Damen
3IN1 JACKET ISTRIEN
Jubiläumspreis
150.-€
299.95€

Wind- und Wasserdicht

Ventiloff- Innenjacke

Atmungsaktiv

vom 18.-27.10.18

10%
AUF ALLES

*außer reduzierte Ware, nicht mit anderen Aktionen kombinierbar

Schöffel LOWA

Schöffel-LOWA Sportartikel GmbH & Co. KG
Schillerstraße 20 · 60313 Frankfurt am Main
Tel.: 069 4208878-0 · www.schoeffel-lowa.de