

IM GESPRÄCH

Unter Freunden

Die Freundeskreis-Mitglieder Ferdinand Münder (FM) und Helge Leinemann (HL) sind in einem ganz besonderen Maß von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Münder ist Strategie- und Projektleiter der Firma Gastro Trends Hagedorn, einem der größten Catering-Unternehmen der Region. Leinemann ist geschäftsführender Gesellschafter der expositive medien gruppe, die Veranstaltungstechnik für Events aller Art anbietet. Dazu ist er Vorstandsvorsitzender des Branchenverbands für Medien- und Veranstaltungstechnik, VPLT.

Ich bitte um eine kurze Vorstellungsrunde!

FM: Ich komme aus Hannover und bin auch hier aufgewachsen. Nach meiner Kochlehre im Georgenhof/Stern's Restaurant und Restaurant Titus habe ich hier in mehreren weiteren Restaurants gekocht, dann auf Sylt in der Sansibar, in Dubai und Marbella. Durch mein BWL-Studium in Heidelberg bin ich in die Veranstaltungsbranche geraten und war noch viel unterwegs (lacht). Seit 2014 bin ich wieder in Hannover. 2018 habe ich mit Felix Reinhold zusammen das Lichtkunstfestival „Hannover leuchtet“ organisiert. Jetzt bin ich strategischer Berater bei Gastro Trends Hagedorn, wo wir nicht nur Catering anbieten, sondern Veranstaltungen organisieren, öffentliche, private, oder Business-Events. Nach wie vor bin ich gerne Hannoveraner. Und somit natürlich auch Mitglied im Freundeskreis!

Beim Thema Veranstaltungen, speziell Veranstaltungslogistik, sind wir bei dir, Helge.

HL: Ich komme aus Burgdorf! (lacht) Nach mehreren Ausbildungen bin ich eher zufällig beim Thema Veranstaltungstechnik gelandet, als ich 1992 angefangen habe, als Helfer in diesem Bereich zu arbeiten, im „Weltspiele“ zum Beispiel, und in der Technozene, die zu der Zeit hier recht groß war. Mein erstes, richtiges Unternehmen, mit eigenem Namen und Auftritt, habe ich 2001 gegründet, bis 2003 zusammen mit einem Kollegen, als GbR. Das ergab sich durch diverse Aufträge zur Expo. Die Verbindung zur Kulturszene war aber die ganze Zeit da. 2010 habe ich dann eine GmbH gegründet, die expositive medien gruppe. Wir sind keine Firmengruppe, auch wenn das so klingt. Der Name soll vielmehr zeigen, dass wir als Gruppe arbeiten und denken. Es gibt bei uns nicht den Chef ganz oben, der alles entscheidet, sondern wir gleichen die firmeninternen Prozesse ständig untereinander ab. Wir gehen etwas andere Wege, als das in der Branche sonst vielleicht üblich ist. So setzen wir zum Beispiel auf Festanstellungen. Wir wollen soziale Verantwortung übernehmen und entsprechende Arbeitsverhältnisse hier in Hannover schaffen. Wir hatten, bis Februar, muss man jetzt sagen, 45 Mitarbeiter. Ich denke, dass wir hier der größte lokale Anbieter von Veranstaltungstechnik sind. Wir bieten alles an, was abgefragt wird: Von Beschallung über Lichttechnik bis zu LED-Wänden, Kamera-Technik etc. Da wir uns als lokales Unternehmen sehen, wollen wir kleine, lokale Aufträge genauso annehmen, wie Großveranstaltungen. Wir möchten ungern unsere Leute für Standardaufträge quer durch

Europa schicken, obwohl wir das für international auftretende Konzertveranstalter natürlich machen.

Ihr habe zum Beispiel Licht und Ton für den Obama-Auftritt in Hannover 2016 geliefert und habt beeindruckende Großveranstaltungen auf der Referenzliste. Trotzdem macht ihr noch Technik für kleine Bands?

HL: Grundsätzlich ist das möglich. Es ist nur so, dass die Wertschöpfung in der Veranstaltungsbranche zu 80 Prozent im Businessbereich stattfindet. Messen, Kongresse, Tagungen. Der Kulturbereich ist dagegen sehr klein. Er ist natürlich wichtig, weil er die meiste Aufmerksamkeit erfährt. Er ist auch ein Wachstumsmotor, weil gerade im künstlerischen Bereich vieles abgefragt wird, was man dann für die anderen Bereiche adaptieren kann.

FM: Ich muss vielleicht auch noch zu Gastro Trends Hagedorn etwas ergänzen: Wir betreiben einiges an Bestands-Gastronomie hier in Hannover, vom Reimanns Eck, über den Waterloo-Biergarten, die Nordkurve, Vier Jahreszeiten, die Leibniz-Lounge ... Wir haben 80 bis 90 fest angestellte Mitarbeiter, aber arbeiten natürlich auch viel mit Aushilfen. Der Einkauf ist zentral, und die Vorproduktion für alle Restaurants wird in unserer zentralen Hauptküche in Laatzen direkt neben dem Messegelände erledigt. So können wir einen hohen Qualitätsstandard für alle Läden gewährleisten. Die interne Logistik liefert das täglich zu den einzelnen Restaurants, und genauso arbeiten wir natürlich auch im Veranstaltungsbereich. Ich bin dafür zuständig, zu steuern, wohin wir uns entwickeln, welche Wege wir einschlagen.

Und jetzt seid ihr stark von der Krise betroffen.

FM: Bei uns geht es ganz zaghaft wieder los. Wir sind gerade darauf fokussiert, zu überlegen: Was können wir – und wo wollen wir hin? Deshalb habe ich momentan sehr viel zu tun. Durch die Initiative „Hannovers Gute Essen“, bei der wir Essen, das durch die Schließung der Restaurants zu verderben drohte, zunächst an Corona-Helden wie freiwillige Helfer im Testzentrum und in sozialen Berufen tätige Menschen, und dann mehr und mehr an Bedürftige verteilt haben, hatten wir eine gewisse Normalität. Wir haben gearbeitet. Aber unsere Angestellten waren in Kurzarbeit, zu 100 Prozent.

Eure wahrscheinlich auch, Helge?

HL: Wir haben schon um den 10. März herum

mit der Agentur für Arbeit über Kurzarbeit gesprochen, was auch hervorragend gelaufen ist. Dann haben wir alle Partner ins Boot geholt, mit den Banken gesprochen, auch mit den Leasingfirmen für die Fahrzeuge und mit den Vermietern. Es war allen Beteiligten sofort klar, dass unsere Branche eine der ersten ist, die durch die Pandemie nicht wie gewohnt arbeiten kann, und die letzte sein wird, die da wieder rauskommt. Durch das Standing eines unserer wichtigsten Kunden, Hannover Concerts, und ihr Autokultur-Programm, wofür wir die Beleuchtung und die Sendetechnik liefern, haben wir jetzt die Möglichkeit, doch ein bisschen was zu machen. Unsere Branche ist sehr personalintensiv, weil wir als Industriemonteur einfach physikalisch viel bewegen, Bühnen bauen, Beleuchtung installieren. Wir haben bei unserem Personal ein hohes Niveau an Wissen, das vorhanden sein muss, um diesen Job machen zu können. Unsere Leute sind nicht einfach durch Angebote vom freien Arbeitsmarkt zu ersetzen.

Aber das passt ja auch zu eurem Konzept, die Leute fest anzustellen.

HL: Ja, und das KurzarbeiterInnengeld ist ein tolles Mittel, um die Leute bei der Stange zu halten.

FM: Ohne das wären 90 Prozent der Wirtschaft jetzt kaputt.



Helge Leinemann

HL: Wir können natürlich auch nicht sagen, wie lange wir das noch mitmachen können. Es gibt jetzt eine gemeinsame Erklärung unserer Branche, die sagt, man stehe 100 Tage vor dem Ende.
FM: ... und die Aussage ist jetzt schon vier Wochen alt.

HL: Ich möchte mich da ungern festlegen ... Worauf ich hinaus möchte, ist, dass die Verflechtung unterschiedlicher Wirtschaftszweige viel größer ist als oft angenommen. Deutschland hat sich durch die Agenda-Politik der Schröder-Regierung und die Politik von Riester, der damals ja Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung war, zu einem Dienstleistungsland entwickeln müssen, Stichwort Ich-AG. Man hat aber damals versäumt, auch sozialpolitisch darauf einzugehen. Die Krise lenkt jetzt den Blick darauf, wie viele Menschen solo-selbstständig sind, und was da alles dranhängt. Im weit verzweigten Bereich der Veranstaltungslogistik kommt man deutschlandweit auf etwa eine Million Arbeitsplätze.

Das ist mehr als bei der Lufthansa.

HL: Genau, aber es ist eben auch nicht ein Unternehmen, dass man eben mal retten kann, sondern ein relativ kompliziertes Konstrukt. Ich beschäftige mich sehr stark damit, da ich Bundesvorsitzender des VPLT bin, des Verbandes für Medien- und Veranstaltungstechnik, in dem etwa 1000 Firmen bundesweit organisiert sind. Es gibt eine aktuelle Studie „Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltungsbranche“, in der die Zahlen sehr gut aufgearbeitet sind. Zum Beispiel kommen etwa 54 Prozent der Hotelübernachtungen in Deutschland aufgrund von Veranstaltungen zustande, meist sind es Business-Veranstaltungen.

FM: Ja, der volkswirtschaftliche Aspekt wird hier oft vergessen.

HL: Es ist immer schwierig, wenn viele unterschiedliche Zahlen aus zweifelhaften Quellen im Umlauf sind, aber das hier (klopft auf einen Ausdruck der Studie) ist wissenschaftlich belegt, und damit können wir arbeiten. Wir arbeiten auch lieber mit Politikern zusammen, als vor der Tür eine Demo zu organisieren und die Minister zu beleidigen. Ich finde, zum Beispiel Demonstrationen gegen Rassismus sind ein völlig anderes Paar Schuhe, als wenn wir mit unseren wirtschaftlichen Interessen da antreten. Wir können ja nur reagieren, auf das, was die Politik völlig zurecht entschieden hat. Wir wollen auch keine Großveranstaltungen mit entsprechendem Ansteckungsrisiko.

FM: Da herrscht, glaube ich, Konsens. Wir müssen uns an die Vorschriften halten. Aber wir wissen, was veranstaltungsbezogen sinnvoll ist, und wie man das umsetzen kann.

HL: Genau, die Fachleute sind ja wir.

FM: Und jetzt gibt es viele kleine Vorschriften, die zu einer riesigen Unsicherheit führen.

HL: Das Wichtigste ist zurzeit, dass wir als Veranstaltungslogistiker mit einem großen gesamtwirtschaftlichen Effekt überhaupt zur Kenntnis genommen werden, und nicht nur als Teil der Kulturbranche. Jetzt müssen wir zusehen, dass unsere spezifischen Themen berücksichtigt wer-

den. Es kann nicht sein, dass die Zeit für Hilfen begrenzt und die Summen gedeckelt sind, denn wir wissen ja gar nicht, wann wir weiter machen können. Und beim Bedarf an Zuschüssen gibt es riesige Unterschiede zwischen den einzelnen Betrieben.

Inwieweit hilft die Autokultur?

HL: Die ernährt uns natürlich nicht, aber sie hilft.

FM: Ich war an meinem Geburtstag da, bei Gentleman, und fand es großartig! Es geht ja gar nicht so sehr um das Konzert an sich, sondern auch darum, mal wieder rauszugehen, auch wenn man dann nicht Seite an Seite steht. Man hat sich schon so an den Lockdown gewöhnt, dass man dadurch erst richtig merkt, was einem eigentlich fehlt. Die Frage ist: Wie geht es jetzt weiter, wird es dieses Jahr zum Beispiel Messen geben?

HL: Das ist die Frage. Es wird ja daran gearbeitet, die Euroblech und die EuroTier stattfinden zu lassen. Das dürfte in unser beider Interesse sein (beide lachen). Man darf gespannt sein, ob die Konzepte, die die Deutsche Messe AG dafür vorschlägt, auf das Wohlwollen der Stadt und der Landesregierung treffen.

Platz dürfte ja da sein.

FM: Platz ist da, wir müssen uns nur den neuen Gegebenheiten anpassen. Wir müssen die Fläche nutzen, und Standards schaffen, die dazu beitragen, den Menschen die Angst zu nehmen. Ich fürchte sonst, dass die Firmen zögern werden, Geld auszugeben für externe Kommunikation.

HL: Diese 1,5 Meter Sicherheitsabstand einzuhalten, ist ja nicht unproblematisch. (Alle rücken unwillkürlich ein paar Zentimeter auseinander.) Eigentlich müssten wir Masken tragen, aber dann verstehen wir uns nicht und ich könnte dir die ganze Zeit die Zunge herausstrecken.

FM: Das würde ich hören.

Das sieht man an den Augen.

HL: Ja vielleicht. Aber auf jeden Fall läuft es allem zuwider, was wir unter Kommunikation verstehen. Das müssen wir als Gesellschaft erst lernen.

FM: Und zum Lernen muss man Fehler machen. Das dürfen wir in der Umsetzung aber nicht, also müssen wir alle Prozesse in der Theorie durchspielen. Das ist eine besondere Form des Qualitätsmanagements, dauert länger, braucht mehr Fläche, verursacht also mehr Kosten.

HL: Was wir lokal brauchen, ist die Einsicht, dass Dienstleistungen ein großes, relevantes Wirtschaftsthema sind. Bei Ausschreibungen von Dienstleistungen jetzt und in naher Zukunft kann es nicht sein, dass das deutschland- oder gar europaweit geschieht. Bei einer Standard-Dienstleistung, die in Hannover fünf Unternehmen erbringen könnten, kann es nicht sein, dass eine Firma aus Pusemuckel angeritten kommt, weil sie gerade Kampfpreise macht.

Müssten dafür nicht Gesetze geändert werden?

HL: Nein, das wurde auch 2008 schon so gemacht. Wenn der Wille da ist, lassen sich Möglichkeiten finden, wie das mit dem EU-Recht vereinbar ist.

Im Zweifelsfall muss das EU-weit geklärt werden, denn es haben ja alle dasselbe Problem.

Es ist ja schon ein Umdenken in Richtung der Förderung lokaler Strukturen erkennbar, zumindest die Einsicht, dass es nicht toll ist, wichtige Produkte nur in China zu produzieren.

FM: Ja. Wir müssen lokale Netzwerke nutzen, um uns dem entgegen zu stellen.

HL: Es ist ja bei vielen Industrieprodukten so, oder auch in der Bekleidungsindustrie. Warum werden billigste T-Shirts in Bangladesch gefertigt? Weil es geht. Diese Entwicklung fing schon unter der Kohl-Regierung an, man wollte „die verlängerte Werkbank“ in China haben. Das hat unter Schröder Speed aufgenommen, und keine folgende Regierung hat sich da richtig dran getraut. Zukünftig müssen wir diesen Themen ganz anders begegnen, so kann es nicht weitergehen.

FM: Die Krise zeigt Missstände auf und dass es da einen riesigen Handlungsbedarf gibt.

HL: Aber noch mal zur jetzigen Situation: Am 22.06. wird bundesweit eine „Night Of Light“ stattfinden, in deren Rahmen UnternehmerInnen der Veranstaltungsbranche dazu aufgerufen sind, Gebäude ihrer Stadt rot zu beleuchten, als Zeichen dafür, dass wir akut existenzbedroht sind. Wir rufen mit dem VPLT dazu auf, daran teilzunehmen und ich konnte sogar das Rathaus dafür gewinnen. Ich hoffe, das bedeutet, dass die gesamtwirtschaftliche Relevanz unserer Branche verstanden wurde. Es werden alle Spielstätten von Hannover Concerts dabei sein, das HCC, der Peppermint Pavillon ...

FM: Wir auch, mit dem Vier Jahreszeiten und unserem Partner, „TonLichter“.

HL: Die Oper nimmt auch teil, man munkelt, dass die Deutsche Messe AG sich beteiligen wird, ich bin schon sehr gespannt.

Interview und Text: Annika Bachem



Ferdinand Münder

Bernad Schwabe, Wikipedia