

Wirtschaft in Schleswig-Holstein und Hamburg

Nachrichten

Lübecker Flughafen will neue Airlines anwerben

LÜBECK Ein Jahr nach der Privatisierung des Lübecker Flughafens Blankensee ist dort von einem Höhenflug nichts zu spüren. Gerade mal fünf Ziele werden momentan von Lübeck aus angefliegen, wie viele es im Sommer sein werden, steht noch nicht fest. Dennoch ist der Geschäftsführer des Flughafens, **Siegmar Weegen** (Foto), optimistisch. „2014 wird es für den Flughafen vermutlich kein Wachstum geben. Aber wir planen langfristig und können das verschmerzen“, sagt Weegen. Weegen hatte am 1. Oktober 2013 die Geschäftsführung des Flughafens von Jürgen Friedel übernommen. Zuvor hatte er den Investor Mohamad Rady Amar beraten, der den Flughafen Anfang des Jahres von der Hansestadt Lübeck übernommen hatte. Die Zeit von 2014 bis 2016 will Weegen nutzen, um das Geschäftsfeld des Flughafens zu entwickeln. Neben der Akquise neuer Linien und Strecken soll das auch die Einrichtung eines kleinen Zentrums für Privat- und Geschäftsflyer bedeuten. Bei den Billigfliegern beschränkt sich das Angebot bislang auf zwei Gesellschaften: die ungarische Wizz Air, die von Lübeck aus nach Danzig und in die ukrainische Hauptstadt Kiew fliegt, und den irischen Billigflieger Ryanair. Der hat vor Kurzem angekündigt, die Verbindung von Lübeck nach Skavsta bei Stockholm mit Beginn des Sommerflugplanes einzustellen. *dpa*

Airbus stellt dreifachen Rekord auf

TOULOUSE/HAMBURG Airbus hat das vergangene Jahr mit neuen Produktionsrekorden abgeschlossen. Sowohl die Zahl der Auslieferungen, wie auch die der Neubestellungen und Aufträge waren so hoch wie noch nie. 2013 lieferte der europäische Flugzeugbauer 626 Jets. 2012 waren noch 588 Jets an die Kunden übergeben worden. Internationale Fluggesellschaften orderten im vorigen Jahr zusammen 1619 Flieger zum Listenpreis von insgesamt 176 Milliarden Euro. Das sind elf Maschinen mehr als im bisherigen Rekordjahr 2011 – und 88 mehr als beim Konkurrenten Boeing. In den Auftragslisten von Airbus stehen derzeit insgesamt 5559 Flieger zum Listenpreis von zusammen 592 Milliarden Euro. Allerdings gelten in der Branche deftige Preisnachlässe als üblich. *dpa*

Redaktion

Regionale Wirtschaft
Till H. Lorenz
til@shz.de

Prokon: Großes Zittern um Geld und Jobs

Nach der Insolvenz-Drohung ermittelt die Staatsanwaltschaft gegen das Unternehmen – Experten fordern strengere Regeln für „grauen Kapitalmarkt“

ITZEHOE Die Prokon-Geschäftsführung in Itzehoe bleibt dabei: Das Unternehmen sei im Kern gesund, auch 2013 sei ein operativer Gewinn erzielt worden, heißt es auf der Internetseite des Ökofinanziers. Viele neue Windparks seien im Bau, die 314 bereits installierten Anlagen produzierten täglich über eine Million Kilowattstunden Strom, mit dem auch Erlöse generiert werden.

Trotzdem ist die Verunsicherung bei den 75000 Anlegern, die Genussscheine im Wert von 1,4 Milliarden Euro bei Prokon gezeichnet haben, groß. War am Wochenende noch die Rede von gekündigtem Anlagekapital im Umfang von 150 Millionen Euro, so gab Prokon gestern auf der Internetseite das Volumen mit 173 Millionen Euro an. Offensichtlich haben viele Anleger – aufgeschreckt von der Berichterstattung und dem Brief des Geschäftsführers – an der Reisleine gezogen. In dem Schreiben hatte Firmengründer Carsten Rodbertus mit einer Planinsolvenz bis Ende Januar gedroht, sofern mehr als fünf Prozent des Genussrechtskapitals abgezogen werde. In erster Linie geht es nämlich bei Prokon um Liquiditätsprobleme: Das mit bis zu acht Prozent hoch verzinstes Geld der Anleger wurde nicht auf die Bank gelegt, sondern in „grüne“ Sachwerte investiert, die nicht von heute auf morgen versilbert werden können. Bis zum 20. Januar sollten Anleger sich erklären, ob sie ihre Genussscheine zunächst bis Oktober behalten, um eine Insolvenz abzuwenden.

Inzwischen ermittelt auch die Staatsanwaltschaft Lübeck. „Wir prüfen, ob ein Anfangsverdacht wegen Betruges und weiterer Wirtschaftsdelikte besteht oder nicht“, bestätigte Oberstaatsanwältin Wenke Hacker-Alm. Doch auch das will nicht viel heißen. In der Vergangenheit hatte die schleswig-holsteinische Schwerpunktstaatsanwaltschaft mehrfach gegen Prokon vorgegangen – was jedoch meist im Sande verlief. Anlass sind diesmal zwei Betrugsanzeigen gegen die Unternehmensgruppe. Ob am deutschen Kapitalmarkt jetzt tatsächlich die größte Pleite seit Jahren droht, ist derzeit nicht absehbar. Immerhin haben gestern Anleger neue Genussscheine im Wert von über 700000 Euro gezeichnet. Zudem wurden seit Jahresbeginn Kündigungen im Wert von über neun Millionen Euro zurückgenommen und der „Freundeskreis von Prokon“ hat sich gestern auf über 2000 Mitglieder verdoppelt.

Handlungsbedarf sehen Kritiker des Finanzsystems trotzdem: „Der eigentliche Skandal ist, dass die Politik den grauen Markt noch immer nicht gebändigt hat“, sagte Klaus Nieding von der Schutzvereinigung für Wertpapierbesitzer (DSW). Vor allem der Bankenaufsicht Bafin sind die Hände gebunden. „Prokon betreibt keine erlaubnispflichtigen Bankgeschäfte und untersteht damit nicht der Aufsicht der Ba-



Unternehmensgründer Carsten Rodbertus droht seinen Anlegern mit Planinsolvenz.

IN ZAHLEN: DAS UNTERNEHMEN PROKON

Prokon ist eine Unternehmensgruppe. Sie baut und betreibt Windparks und ist seit 18 Jahren im Bereich der erneuerbaren Energien aktiv. Nach Firmenangaben betreibt Prokon **314 Windräder** in rund **50 Windparks** mit **526,2 Megawatt Leistung** in Deutschland und Polen. Die Unternehmensgruppe besteht aus diversen Einzelgesellschaften. Zeitweilig waren es mehr als hundert Stück. In den vergangenen Monaten hat die Pro-

kon-Geschäftsführung versucht, diese Zahl zu reduzieren. Zum Oktober 2013 beschäftigte Prokon **1306 Mitarbeiter**. Insgesamt hatte Prokon zuletzt **75 115 Genussrechtsinhaber** und ein Genussrechtskapital von knapp **1,4 Milliarden Euro**. 2013 zahlte die Firma **300,4 Millionen Euro Zinsen** an seine Anleger. Per 31. Oktober 2013 wies Prokon einen **Verlust von 209,9 Millionen Euro** aus. *sh:zz*

fin“, bestätigte eine Sprecherin. Unionsfraktionsvize Michael Fuchs mahnt, der Staat dürfe „der Abzocke von Anlegern nicht tatenlos zusehen“. Genussrechte könnten Verbraucher in den finanziellen Ruin treiben. Prokon sei nur ein Beispiel in einer Reihe von Skandalen, erklärte der Bundesverband der Verbraucherzentralen.

In Schleswig-Holstein spielt Prokon bei der Erzeugung von Windenergie eher eine kleine Rolle. Derzeit sind im Norden 3600 Megawatt Windenergie installiert. Laut Prokon-Homepage gab es (Stand Ende November) Investitionen in fünf realisierte Windparks in Schleswig-Holstein mit einer Gesamtleistung von gut 37 Megawatt.

Die Mitarbeiter in Itzehoe halten trotz aller Turbulenzen zu Firmengründer Rodbertus. Der sei „kein böser Wirtschaftskrimineller, sondern wirklich jemand, der die Welt verbessern wolle“, erklärte eine ehemalige Angestellte. Das Problem sei, „dass Prokon wahnsinnig schnell gewachsen ist, zu schnell“. Investitionen, wie die in das Bio-Ölwerk in Magdeburg und die Holz-Industrie Torgau seien Fehlentscheidungen gewesen. Dazu noch der Ansatz, alles selbst zu machen: „Der hat sich verzettelt.“ Trotzdem gebe es in der Firma ein „ganz starkes Zusammengehörigkeitsgefühl“.

Auch viele Anleger sind davon überzeugt, dass Carsten Rodbertus mit seinen Investitionen in Windenergie, Biogas und Biodiesel etwas Gutes macht. „Ich bin auf der Seite von Prokon“, berichtete gestern ein Flensburgler, der sich mit einer beachtlichen Summe bei Prokon engagiert hat. Trotzdem habe er Anfang Dezember gekündigt, „da ich um die schlimmen Folgen negativer Berichterstattung und das Schwarmverhalten der Anleger weiß“. Dagegen könne sich Prokon nur mit viel Transparenz wehren und indem es endlich den noch immer ausstehenden testierten Jahresabschluss publik mache. „Gut möglich, dass ich dann die Kündigung zurückziehe, schließlich handelt es sich bei Prokon um ein starkes Unternehmen, das jetzt womöglich Opfer einer Kampagne wird.“ Die Oppositionsparteien CDU und FDP im Landtag forderten gestern von der Landesregierung ein klares Signal zum Erhalt der Arbeitsplätze. Nach dem Aus für die Druckerei Prinovis mit 1000 Mitarbeitern würde bei einer Insolvenz innerhalb kürzester Zeit der zweite große Arbeitgeber in Itzehoe verloren gehen. Gefährdet seien auch zahlreiche Handwerksbetriebe. „Die ganze Region blickt mit großer Sorge auf Prokon“, erklärte der Steinburger CDU-Landtagsabgeordnete Hans-Jörn Arp. Ministerpräsident Torsten Albig und Wirtschaftsminister Reinhard Meyer (beide SPD) seien in der Pflicht. Letzterer hatte gestern mit Prokon Kontakt aufgenommen und ein Gespräch angeboten. Ob es eine Reaktion aus Itzehoe gibt, wollte das Ministerium gestern Abend nicht mitteilen. *kim*

Unternehmen und Produkte: Der Name entscheidet über den Erfolg

HAMBURG „Gefühl ist alles; Name ist Schall und Rauch.“ Doch Fausts ausweichende Antwort auf die Gretchenfrage ist nur eine Seite der Medaille. Zumindest, wenn es um den richtige Bezeichnung für ein Produkt geht. „Ein Name ist unheimlich wichtig. Er muss den Menschen ein gutes Gefühl vermitteln“, sagt Johannes Röhr. „Und er entscheidet oft

Doch die Namensgebung wird häufig unterschätzt. Bis zu drei Monate dauert es von der ersten Idee bis zur Taufe des Produkts. Johannes Röhr setzt dabei auf Einfachheit. „Wenige Buchstaben reichen

Delifirst

auch mit, wie erfolgreich ein Produkt ist.“ Seit acht Jahren entwickeln der 53-Jährige und sein Team Namen für Firmen und Produkte. Er ist Geschäftsführer des Hamburger Unternehmens Success Identity. Begriffe wie der Simyo (Mobilfunk-Discounter) oder Unitymedia (Kabelnetzbetreiber) stammen aus seiner Feder. „Gute Namen sind Musik in den Ohren, die Leute möchten Namen einfach gerne aussprechen.“

meist aus – ihre Kombination und Klang ist nur wichtig.“ Es ist aber nicht nur der Klang, um den es dabei geht. Hinter einem Namen muss auch ein Konzept stehen. Etwas, womit die Menschen etwas verbinden. So wie bei Simyo. Sim steht für die SIM-Karte in einem Handy. „Yo klingt wie das englische You“, sagt Röhr.

Aber das ist nicht alles. Auch das spätere Logo muss in dieses Konzept passen. „Das Y bei Simyo ist eine Stimmgabel –

warum? Weil das Tuten, wenn man den Hörer abnimmt, genau den Ton einer Stimmgabel trifft“, erklärt er stolz. Sicherheit – nicht jeder Mensch würde alle Überlegungen, die hinter einem Produktnamen stehen, erkennen. „Das macht auch nichts. Jede Person ist anders. Der eine springt eher auf optische Dinge an, einem anderen ist der Klang des Namens wichtiger.“

Doch was macht einen guten Namen aus? „Er muss prägnant, einprägsam und wohlklingend sein“, sagt Röhr. Denn nur wenn er leicht auszusprechen ist, wird er auch verwendet. „Sonst redet man nicht über eine Sache, weil man Angst hat, sich bei der Aussprache zu blamieren.“ Bei der Suche hilft ihm ein Computerprogramm. Dort werden Produkteigenschaften, Lautzeichen und Klänge eingegeben, auf deren Basis dann die

Namen gebildet werden. Je nach Kunde setzt Röhr sein Team zusammen. Er arbeitet mit Informatikern, Pharmazeuten, Psychologen oder Kreativen zusammen. Mit Phonetikern nicht, „die denken zu kompliziert“, sagt er.

Kultureller Kontext immer wichtiger

Doch was ein Name bedeutet, ist auch abhängig von der Sprache und dem jeweiligen kulturellen Kontext. Der Waschmittelname Persil ist zwar in Deutschland vollkommen unmissverständlich, in Frankreich bedeutet es aber „Petersilie“. Ein guter Name also für ein Waschmittel? „Inzwischen denken die Kunden eigentlich alle schon international und wollen auch einen Namen, der überall funktioniert“, weiß Röhr aus Erfahrung. Daher müsse nicht nur kontrolliert werden, ob

Name und Produkt zusammen passen, sondern auch die Bedeutung überprüft werden. Sonst kommt es zu unschönen Missverständnissen. Besonders die Autoindustrie war des Öfteren bei der Namenswahl nicht gut beraten – zum Beispiel beim Toyota MR2. Im Deutschen vollkommen unspektakulär. Auf Französisch wird es jedoch „merde“ ausgesprochen, was so viel bedeutet wie – sagen wir mal – „Mist“. Auch Mitsubishi tat sich mit seinem „Pajero“ keinen Gefal-

simyo

len. Zumindest in Spanien. Dort bedeutet es soviel wie „Wichser“. In allen spanischsprachigen Ländern heißt der Geländewagen daher inzwischen „Montero“. Der Audi TT Coupé hörte sich auf Französisch ebenfalls etwas eigenwil-

lig an: Bei unseren Nachbarn klingt der Name nach „tete coupé“, was soviel wie „abgeschnittener Kopf“ bedeutet. Und unter einem Fiat Uno versteht der Finne einen „Trottel“. „Ich habe mein ganzes Leben lang in der Werbung gearbeitet. Das hat auch Spaß gemacht. Aber Werbung ist so flüchtig. Irgendwann wollte ich etwas Nachhaltigeres machen“, erzählt der 53-Jährige. „Vielleicht liegt es daran, dass ich älter werde.“ Vor acht Jahren machte er sich daher mit der Namebrains

Success Identity Agentur selbstständig. „Eine Werbekampagne ist irgendwann vorbei, der Name hingegen bleibt.“ Es sei nämlich viel leichter, die Verpackung eines Produktes zu verändern als dessen Namen. Doch es gäbe



auch Fälle, in denen ein Namenswechsel notwendig ist. Zum Beispiel, wenn ein Name beschädigt ist und ein Unternehmen einen Neuanfang beginnen möchte. Bei dem Schokoriegel „Raider“ hingegen sei die Umtaufe in „Twix“ nicht gut gelungen. „Den Menschen wurde einfach nicht erklärt, warum der Riegel jetzt anders heißt.“

Inzwischen kann Johannes Röhr gar nicht mehr abschalten. „Ich achte eigentlich immer auf Namen.“ Sogar für seinen Sohn hat er sich einen ausgedacht. Vinzenz Amadeo – „Das klingt stark und musikalisch.“ *Johanna Tyrell*