

Je Woche

13. Jahrgang

ISSN 1862 – 1996



Kulturrexpress

Unabhängiges Magazin

Trump treibt den Bau einer
Grenzmauer nach Mexiko
weiter voran



Susanne Hahn erhält deutschen Philosophie-Preis

Ausgabe 04

vom 22. – 28. Januar 2017

Inhalt

- Sign Vertti Kivi gestaltete Bereiche auf der „Megastar“
- Wohnimmobilien Marktbericht Deutschland 2016/2017
- Tallink Silja: Nordisches Design im Inneren der „Megastar“
- Susanne Hahn mit deutschem Philosophie-Preis ausgezeichnet Weiter...
- hagebau erreicht in 2016 Umsatzrekord Weiter...
- Paperworld eröffnet Einblicke in das Büro der Zukunft
- Neue Ordermesse Floradecora zeigt Frischblumen und Zierpflanzen
- Semitransparente Photovoltaik aus Niederösterreich
- Bremst US-Wahl den Wirtschaftsbau?
- Trump treibt den Bau einer Grenzmauer nach Mexiko weiter voran
- Erneuter Erfolg für Verlage: Amazon gibt wettbewerbsschädliche Vertragsklauseln bei E-Books auf
- connecting contemporary printmakers worldwide - Be Poet Aktionsraum
- Deko verlängert, kauft und vermietet
- Kontinuierlicher Leerstandsabbau auf dem Frankfurter Büromarkt

Zeitschrift für Kunst, Kultur, Philosophie, Wissenschaft, Wirtschaft und Industrie
Kulturexpress verpflichtet sich unabhängig über wirtschaftliche, politische und kulturelle Ereignisse zu berichten. Kultur-express ist deshalb ein unabhängiges Magazin, das sich mit Themen zwischen den Welten aus Wirtschaft und Kultur aber auch aus anderen Bereichen auseinandersetzt. Das Magazin bemüht sich darin um eine aktive und aktuelle Bericht-erstellung, lehnt jedoch gleichzeitig jeden Anspruch auf Vollständigkeit ab.

Impressum

Herausgeber Rolf E. Maass
Postfach 90 06 08
60446 Frankfurt am Main
mobil +49 (0)179 8767690
Voice-Mail +49 (0)3221 134725

www.kulturexpress.de
www.kulturexpress.info
www.svenska.kulturexpress.info
Kulturexpress in gedruckter Form
erscheint wöchentlich

Finanzamt IV Frankfurt a/M
St-Nr.: 148404880
USt-idNr.: 54 036 108 722
redaktion@kulturexpress.de

dSign Vertti Kivi gestaltete Bereiche auf der Megastar

kulturexpress.info/2017/01/29/dsign-vertti-kivi-gestaltete-bereiche-auf-der-%c2%84megastar%c2%93/

29.01.2017



Der Eingangsbereich geht fließend in unterschiedliche Bereiche des Schiffs über. Durch die großzügige Aufteilung entsteht hier kein Gedränge. Verschiedene Lichtmodule erzeugen in Hintergrund eine besondere Atmosphäre. Große Anzeigetafeln informieren über die Überfahrt. Daneben gibt es hier den Coffeeshop Coffee & Co, einen Lobby-Shop für schnelle Einkäufe und eine Lounge mit Arbeitsmöglichkeiten für Businessreisende.

Neben den Restaurants und Lounge-Bereichen, die für alle Passagiere zugänglich sind, verfügt die Fähre über zwei Premium-Lounges: die Comfort Lounge und die Business Lounge. Der Zutritt zu diesen Lounges ist separat buchbar. Sie sind komfortabel eingerichtet und die Farbgebung ist bewusst ruhig gewählt. Die Business Lounge ist in dunklen Farben und Perlgold gehalten und durch kräftige senkrechte Linien akzentuiert. Die in hellen Farben gehaltene Comfort Lounge besitzt silberfarbene Akzente. Beide Lounges verfügen über Konferenzräume und Arbeitsplätze. Insbesondere die Business Lounge ist auf effiziente Arbeitsmöglichkeiten ausgerichtet.

Das frische und energiegeladene Restaurant Fast Lane wartet mit einer vielseitigen, offenen Küche und bietet einen schnellen Service. Daneben gibt es eine Bar mit frischen Salaten und einen Take-Away-Service. Der in hellen Farben gehaltene Bereich im Streetstyle wird durch bunte Grafiken auf den Teppichböden, Leuchtbuchstaben, grafisch gestalteten Kacheln und Grünpflanzen aufgelockert, insgesamt gibt es vier verschiedene Farbthemen.



Die **Victory Bar** ist ein entspannter Treffpunkt, sowohl für Alleinreisende als auch für Gruppen. Seine rustikale Inneneinrichtung besteht aus klassischen Elementen aus dem Bereich des Sports, kombiniert mit modernen Highlights. Ein Leuchtkörper in Pferdeform dominiert die Raummitte, sportlich inspirierte, durchbrochene Zwischenwände und Wandlampen sind weitere Blickfänger. Die charakteristischen Lampen, die mit Tiefe und Dimension spielen, stammen von Moooi, Wever & Ducré und Buster & Punch.

Das am Bug des Schiffes gelegene **Delight Buffet** bietet ein qualitativ hochwertiges Speiseerlebnis für jedermann an. Die Innengestaltung ist auf die warmen Holzoberflächen abgestimmt und wird durch das in Lila und Türkis gehaltene grafische Muster des Teppichbodens aufgelockert. Im Speisesaal sorgt die Anordnung der Tischgruppen mit verschiedenen Höhen und Größen für ein verstärktes Gemeinschaftsgefühl. Neben einem wunderschönen Meerblick bietet das Buffet-Restaurant zahlreiche Details, wie Glasvitrinen entlang der Wände.

Daneben gibt es das A-la-carte-Restaurant Chefs Kitchen. Hier erzeugen eine gedeckte Farbgebung und eine auf die Tischplatten gerichtete Beleuchtung ein intimes und luxuriöses Ambiente. Kupfer, dunkles Holz und Rauchglas sind die Hauptmaterialien, die in diesem Bereich zum Einsatz kommen.

Der Sea Pub ist atmosphärisch und moderner, es ist der richtige Ort, um ein Glas Sekt zu trinken und dabei die Aussicht auf die Ostsee zu genießen. Die Kunstwelt und die maritime Kultur dienten als Inspirationsquelle für die Räume des dunkel und harmonisch gestalteten, in Petrolblau gehaltenen Pubs.

Zur Freude reisender Familien wurden die Kinderspielzimmer in der Mitte des Schiffes untergebracht in unmittelbarer Umgebung der familienfreundlichen Restaurants. Gemäß dem Wunsch der Passagiere sind die Spielzimmer direkt von den Gängen aus zugänglich man kommt also nicht an den Shops vorbei, unnötige Kaufverlockungen werden vermieden.

Über dSign

dSign ist ein Innenarchitekturbüro, das gesamte Designprozesse von der ersten Idee bis hin zur Projektausführung leitet. Die Projekte des Büros reichen von umfassender Konzeptplanung bis hin zu kleineren Umgestaltungen. Ihre besondere Expertise umfasst die Gestaltung von Kreuzfahrtschiffen, Restaurants, Hotels und Verkaufsräumen. Zum Projektportfolio des Unternehmens zählen außerdem Privathäuser, Einkaufszentren, Büros und Flugzeuge.

Meldung: Tallink Silja GmbH

Wohnimmobilien Marktbericht Deutschland 2016/2017

kulturrexpress.info/2017/01/29/kulturrexpress-unabhaengiges-magazin-3/

29.01.2017



Der private Wohnimmobilienmarkt in Deutschland erlebt weiterhin einen Aufschwung. So sind die aufgerufenen Preise für Eigentumswohnungen im ersten Halbjahr 2016 im Vorjahresvergleich durchschnittlich um rund 8,6 Prozent gestiegen. Dieses Marktsegment entwickelte sich noch dynamischer als das Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser, das durchschnittlich um rund 6,7 Prozent anzog.

Zum E-Book

Der Immobilienkauf ist aufgrund des aktuell niedrigen Zinsniveaus sowie dem Mangel an attraktiven Anlagealternativen nach wie vor ein lohnendes Investment, sagt Kai Enders, Vorstandsmitglied der Engel & Völkers AG. Im aktuellen Wohnimmobilien Marktbericht Deutschland analysiert Engel & Völkers die Markt- und Preisentwicklung an 51 ausgewählten Standorten für 2016 sowie das Transaktionsvolumen aus dem Jahr 2015.

Hamburg ist erneut Spitzenreiter bei den Top-Quadratmeterpreisen

Im Segment der Eigentumswohnungen verzeichneten die Metropolen die höchsten aufgerufenen Spitzenquadratmeterpreise im ersten Halbjahr 2016. Mit einem durchschnittlichen Top-Quadratmeterpreis von bis zu 18.000 Euro war Hamburg wie bereits 2015 der teuerste Standort, dicht gefolgt von München mit 16.500 Euro und Berlin mit 15.000 Euro. Durch das hohe Preisniveau und die starke Nachfrage nach Wohnungen in den traditionellen Beständen der Metropolen, gewinnen auch die guten und mittleren Lagen zunehmend an Attraktivität. Auch abseits der Metropolen sind die Preise für Eigentumswohnungen angezogen, zum Beispiel in Universitätsstädten wie Regensburg sowie in

wirtschaftsstarken ostdeutschen Städten wie Leipzig.

Im Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser haben sich die aufgerufenen Spitzenpreise gegenüber 2015 im deutschlandweiten Vergleich leicht erhöht. Im ersten Halbjahr 2016 lag der höchste Angebotspreis bei rund 16 Mio. Euro in Starnberg. Auf Platz zwei lag München mit 14 Mio. Euro und auf Platz drei Hamburg mit 7 Mio. Euro. Für Ausnahmeobjekte in beiden Segmenten lagen die Angebotspreise vereinzelt noch höher. Die Preise koppeln sich hierbei vom übrigen Marktgeschehen ab.

Transaktionsvolumen: Big Seven dominieren

Das Gesamttransaktionsvolumen, die Summe der Kaufpreise gehandelter Objekte, hat sich 2015 an den betrachteten Standorten äußerst positiv entwickelt. Sowohl das Segment der Eigentumswohnungen mit 15 Prozent als auch das Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser mit 10,3 Prozent wiesen beim Transaktionsvolumen einen deutlichen Zuwachs auf, bestätigt Kai Enders. Bei den Eigentumswohnungen führen die sieben größten deutschen Städte (Big Seven) das Ranking der absoluten Transaktionsvolumina an. Berlin verteidigt mit einem Gesamtumsatz von rund 5,28 Mrd. Euro die Spitzenposition aus dem Vorjahr, gefolgt von München mit rund 4,58 Mrd. Euro und Hamburg mit rund 2,44 Mrd. Euro. Diese drei Städte vereinen etwa 46 Prozent des gesamten Transaktionsvolumens auf sich. Die höchste prozentuale Steigerung erzielte Bad Homburg mit 77 Prozent.

Im Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser nimmt Hamburg mit rund 1,63 Mrd. Euro die Spitzenposition im Ranking der absoluten Transaktionsvolumina aus 2015 ein. Auf Rang zwei folgt Berlin mit einer Steigerung von 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf rund 1,23 Mrd. Euro. Erstmals knackte auch München die Milliardenmarke und belegt mit rund 1,06 Mrd. Euro den dritten Rang. Besonders positiv entwickelten sich in diesem Segment Großstädte wie Mannheim, Potsdam und Leipzig, die allesamt ein Umsatzplus von über 30 Prozent im Vergleich zu 2014 realisierten.

Ausblick: Standorte abseits der großen Metropolen gewinnen weiter an Bedeutung

Eine kurzfristige Entspannung auf dem deutschen Wohnimmobilienmarkt erwartet Engel & Völkers auch für 2017 nicht. Dies trifft nicht nur auf die Big Seven zu, sondern auch auf Groß- und Mittelstädte. Insbesondere Immobilien in Städten abseits der Metropolen rücken wegen ihrer guten Renditechancen verstärkt in den Blick von Kapitalanlegern, sagt Kai Enders. Auch im Jahresverlauf rechnet Engel & Völkers an den betrachteten Standorten mit einer hohen Nachfrage, die auf ein zu geringes Angebot trifft. Daher ist in zahlreichen deutschen Städten mit einem weiteren Anstieg der Wohnimmobilienpreise zu rechnen.

Meldung: Engel & Völkers AG

Tallink Silja: Nordisches Design im Inneren der Megastar

kulturexpress.info/2017/01/28/tallink-silja-nordisches-design-im-inneren-der-%c2%84megastar%c2%93/

28.01.2017



Das Ziel von Tallink Silja ist es, den Komfort des regionalen Reisens zu verbessern. Deshalb wählte die Reederei das Innenarchitekturbüro dSign Vertti Kivi & Co für die Gestaltung der repräsentativsten und wichtigsten Teile der neuen Luxusfähre Megastar aus. Als Grundlage für das Designerlebnis diente eine Kundenbefragung.

Tallinks neue LNG-betriebene Schnellfähre Megastar, die am Dienstag, 24. Januar von Meyer Turku Oy an das Unternehmen ausgeliefert wurde, ist bereit für ihre Jungfernfahrt von Tallinn nach Helsinki am 29. Januar um 13.30 Uhr Ortszeit. Das Probeanlegen in beiden Häfen und die Bunkerung in Helsinki wurden erfolgreich durchgeführt. Taufpatin des Schiffes ist die finnische Präsidentin Tarja Halonen.

Dem CEO der AS Tallink Grupp, Janek Stalmeister, zufolge wird die Megastar eine neue Ära von Tallink Shuttle einläuten, nachdem die erste Periode erfolgreich verlaufen war, die vor zehn Jahren mit der Inbetriebnahme der Star begonnen hatte. Die Stahlarbeiten für die Megastar begannen im August 2015. Die Kiellegung fand am 9. Februar statt. Taufe, Auslaufen und Testfahrten verliefen von Juli 2016 bis Januar 2017.

Das Team wartet mit Shuttle-Service, geselligen, offenen Essbereichen und einer vielseitigen Auswahl von Lounges und gut durchdachten Shopping-Lösungen auf. Der Passagierkomfort zeichnet sich durch zwei Ladedecks aus, in die die Passagierfahrzeuge und großen LKW von verschiedenen Ebenen ein- und ausfahren können. Eine weitere Verbesserung ist der einfache und breite Zugang zu den Passagierbereichen mit verschiedenen Bereichen, wie einer Ruhelounge.

Die Megastar ist 212 Meter lang und bietet insgesamt 2800 Passagieren Platz. Sie besitzt damit dieselbe Länge und Kapazität wie einer der größten Passagierfähren des Unternehmens, die Baltic Queen. Die Megastar verwendet LNG als Treibstoff, kann jedoch auch mit Diesel betrieben werden. Mit LNG verbessert sich ihre Ökobilanz deutlich, da keine Schwefel- oder Rußpartikel erzeugt werden und die Stickstoff- und CO₂-Emissionen gesenkt werden. Das 49.000 BRT große Schiff hat eine Betriebsgeschwindigkeit von 27 Knoten. Die ausschließlich für die Route Tallinn-Helsinki konzipierte Megastar erfüllt die aktuellen und zukünftigen Emissionsvorschriften für ECAs (Emission Control Areas),

zu denen auch die Ostsee zählt.

Sie wird in Zukunft den neuen Kai in Helsinki nutzen, der Zu- und Ausstieg der Passagiere erfolgt jedoch noch einen Monat lang über das alte Terminal. Der Hafen von Helsinki arbeitet daran, die Bauarbeiten bis Ende Februar fertigzustellen und anschließend das neue Terminal für alle Fahrgäste von Tallink Shuttle zu eröffnen.

Die Kosten des Schiffes belaufen sich auf rund 230 Millionen Euro. Der Kauf wird finanziert durch einen Kredit von Finnish Export Credit Ltd. in Höhe von 184 Millionen Euro, der durch die finnische Exportkreditversicherung Finnvera garantiert und von der Nordea Bank Finland Plc aufgenommen wurde. Die Megastar wird außerdem vom Förderprogramm Connecting Europe Facility der Europäischen Union zur Förderung des Verkehrs und der Meeresautobahnen mitfinanziert.

Ziel des Projekts ist der Bau eines umweltfreundlichen LNG-Schiffes, und die EU-Beihilfe ist ausschließlich für umweltfreundliche und energieeffiziente Lösungen an Bord der Megastar bestimmt. Die Projektsumme von Twin-Port 2 beträgt, die Partner Hafen von Helsinki und Hafen von Tallinn eingeschlossen, 97,6 Millionen Euro, die Beihilfe beläuft sich auf 29,3 Millionen Euro. Die Projektsumme der Tallink Grupp beträgt 16 Millionen Euro, die Höhe der Beihilfe beläuft sich auf 4,8 Millionen Euro.

Die ersten Entwürfe für die Megastar entstanden im Januar 2015, das Schiff wurde in der Meyer Werft in Turku gebaut. Bei der Umsetzung der Designvorlagen kam Finnisches Know-how zum Einsatz. So wurden beispielsweise die einzigartigen Leuchtelemente und das Mobiliar in der Gegend um Turku herum hergestellt.



Die Innengestaltung der Megastar bildet eine intensive atmosphärische Einheit aus einzigartigen Designelementen, verbunden mit den qualitativ hochwertigen Produkten der Topmarken der Branche. Um den Reisekomfort zu optimieren, wurde besonders darauf geachtet, dass sich die Passagiere frei und fließend bewegen können und es nirgendwo zu Gedränge kommt.

Einmal mehr haben wir den erlebnisorientierten Ansatz gewählt, für den wir berühmt sind, so Innenarchitekt und Geschäftsführer von dSign Vertti Kivi & Co, Vertti Kivi. Die Zielsetzung bestand darin, auch die erwachsenen Passagiere dazu zu ermutigen, das Schiff zu erkunden und wahre Entdeckerfreude zu erleben. Vor diesem Hintergrund wurden auf der Fähre unterschiedliche oasenartige Flächen geschaffen. Diese werden durch weite Ausblicke ergänzt, der Passagier wird von einer Atmosphäre in die nächste geführt.

Laut der Kundenbefragung wünschen sich die Passagiere weniger Kabinen und mehr Sitzgelegenheiten während der zweistündigen Überfahrt an Bord. Daher lag der Fokus in der Gestaltung der Restaurants. Es gibt 2.800 Sitzplätze und sieben verschiedene Restaurants und Cafés. Die Speisemöglichkeiten reichen von einem Burger King bis hin zu einem A-la-carte-Restaurant.

Bei der Gestaltung widmete sich dSign Vertti Kivi den Eingangsbereichen, der Comfort- und Business Lounge, dem Kinderspielzimmer sowie allen Restaurants: Victory Bar, Sea Pub, Fast Lane, Delight Buffet, Chefs Kitchen und Burger King.

Das atmosphärische Gesamtdesign des Schiffes sorgt auf der zweistündigen Reise für ein angenehmes und aufregendes Kundenerlebnis. Es vereint Entspannung, Arbeitsbereiche, kulinarische Erlebnisse und beeindruckende Einkaufsmöglichkeiten zu einer angenehmen Mischung für unterschiedliche Zielgruppen, von Familien bis hin zu Geschäftsreisenden.

Siehe auch: [dSign Vertti Kivi gestaltete Bereiche auf der Megastar](#)

Meldung: Tallink Silja GmbH

Susanne Hahn mit deutschem Philosophie-Preis ausgezeichnet

kulturexpress.info/2017/01/27/kulturexpress-unabhaengiges-magazin-4/

27.01.2017



Die Düsseldorfer Philosophin Susanne Hahn wird mit dem Deutschen Preis für Philosophie und Sozialethik der Max Uwe Redler Stiftung ausgezeichnet. Der Preis ist mit 100.000 Euro dotiert und wird für ein deutschsprachiges Werk aus dem Bereich der Philosophie und Sozialethik vergeben. Die Preisverleihung findet am 26. Januar an der Universität Hamburg statt. Die Laudatio hält der ehemalige Staatsminister für Kultur, der Philosoph Prof. Julian Nida-Rümelin (Ludwig-Maximilians-Universität München).

Rektorin Prof. Dr. Anja Steinbeck gratulierte der Preisträgerin: „Mit ihrer Arbeit zur Rationalität bereichert sie das Forschungsprofil der Philosophischen Fakultät um ein wichtiges Thema. Sie leistet auf diesem Gebiet beeindruckende wissenschaftliche Arbeit, die in diesen Zeiten dringend nötig ist.“

Dekan Prof. Dr. Ulrich Rosar ergänzte: Die gesellschaftliche Verständigung über gemeinsame Normen stellt dieser Tage eine große Herausforderung dar. Frau Prof. Hahn leistet hierzu durch ihre brillante sprachanalytische Forschung über die unterschiedlichen Rationalitätsvorstellungen, die menschlichem Handeln zugrunde liegen können, einen Beitrag mit außerordentlichem aufklärerischem Wert. Ihre Erkenntnisse bilden eine Schnittstelle, in der sich die sozial-, sprach- und kulturwissenschaftlichen Forschungsbereiche der Philosophischen Fakultät der HHU treffen.

Nach Überzeugung der Jury hat Susanne Hahn mit ihrer Habilitationsschrift *Rationalität. Eine Kartierung* die wohl gründlichste und präziseste Abhandlung zum Thema in der deutschsprachigen Philosophie der vergangenen Jahrzehnte vorgelegt.

Ausgangspunkt Rationalitätsdebatte

In der Arbeit beschäftigt sich die Autorin mit den Fragen: Was ist Rationalität? bzw. Was heißt es, rational zu handeln?. Sie bringt die verfahrenere Debatte in Gang, indem sie die Fragen und Antworten

nach dem rationalen Handeln in eine weitere Perspektive stellt: Warum ist es überhaupt wichtig, von rationalem und irrationalen Handeln zu sprechen? Was sind die Unterscheidungsinteressen und Zielsetzungen, bezüglich derer die Rede von (ir)rationalen Handeln eine zentrale Rolle erhält? Nach Susanne Hahn sind dies vor allem zwei Konstellationen: Mit Hilfe des Konzepts rationalen Handelns sollen zum einen Handlungen erklärt und zum anderen Handlungen empfohlen werden. Die propagierten Rationalitätsauffassungen können jedoch dieses doppelte Anliegen nur in Ausnahmefällen erfüllen. Während es für die Erklärung von Handlungen möglich ist, auch irrationale Auffassungen des Handelnden mit einzubeziehen, ist für die Empfehlung von Handlungen der Bezug auf einen gesicherten Kenntnisstand unerlässlich. Um den Zielen der Handlungserklärung und -empfehlung gerecht zu werden, ist es erforderlich, nicht nur unterschiedliche Spielarten rationalen (und irrationalen) Vollzugs zu unterscheiden, sondern auch andere Arten des Handelns, wie gewohnheitsmäßiges und spontanes Handeln ins Spiel zu bringen.

Folgen für Handlungsbeschreibung und Handlungserklärungen

Anhand dieser Kategorien lassen sich z.B. gehaltvolle Aussagen darüber formulieren, welchen Anteil das so-und-so-rational Handeln oder aber auch das spontane Handeln am Vollzug insgesamt hat. Man kann zudem einzelne Personen danach unterscheiden, ob sie eher einzelfallrational-opportunistisch agieren oder regelorientiert. Man kann Situationstypen identifizieren, in denen Menschen z.B. eher spontan oder eher so-und-so-rational agieren. Diese Zusammenhänge sind folgenreich für die Handlungsbeschreibungen und -erklärungen des Historikers oder des Soziologen.

Folgen für die Etablierung von Normen: Beispiel Wirtschaftsethik

Wenn Unternehmensleitungen in Verhaltenskodizes Regeln für ihre Mitarbeiter etablieren wollen, spielt es eine entscheidende Rolle, ob man unterstellt, dass Menschen ausschließlich einzelfall-orientiert opportunistisch handeln oder ob sie sich auch an Regeln binden können und wollen. Bei der ersten Unterstellung, muss die Unternehmensleitung deutlich machen, dass jeder Regelbruch Sanktionen nach sich zieht und dafür sorgen, dass Regelbrüche (meistens) entdeckt werden. Geht man davon aus, dass Akteure sich an Regeln binden können, weil sie diese für richtig halten, muss man bei diesen Mitarbeitern mit Gründen für die Regeln werben. In Bezug auf die Unternehmensstrategie ist die Kategorie des regel-rationalen Handelns von Bedeutung: Unternehmen können sich an Regeln binden, sie können über ihre Akteure regel-rational handeln, um langfristige Ziele zu realisieren oder um anderen Marktteilnehmern Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit zu signalisieren.

Herausforderungen: Entstehung und Rechtfertigung von Normen

Die Beschäftigung mit rationalem Handeln führt Susanne Hahn derzeit vor allem zu Fragen, die Normen betreffen: Wie entstehen Normen in Gemeinschaften? Welche Unterschiede gibt es zwischen informell eingespielten moralischen Normen und gesetzten rechtlichen Normen? Wie lassen sich Normen rechtfertigen? In Bezug auf eine konkrete Entwicklung: Welche Herausforderung stellt die Digitalisierung mit ihrer Tendenz zum punktuellen und nicht langfristig stabilen bürgerschaftlichem Engagement für Gesellschaften liberal-demokratischer Staaten dar?

Was bedeutet das Preisgeld in Höhe von 100.000 Euro, von dem die eine Hälfte zur freien Verfügung steht und die andere Hälfte für die Publikation und Verbreitung des Werks genutzt werden soll, für die Preisträgerin? Für mich bedeutet der Preis Anerkennung und Freiheit. Anerkennung für eine strikt methodische Art, Philosophie zu betreiben, und (mehr) Freiheit bei der Lebensgestaltung und der wissenschaftlichen Arbeit. Bezogen auf das Fach sendet der Preis das Signal, dass Philosophieren eben

auch das „große Format“, das Buch, erfordert und dass auch die deutschsprachige Philosophie Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Die Preisträgerin

Susanne Hahn wurde 1964 in Mülheim an der Ruhr geboren. Nach dem Studium der Neueren Geschichte, Philosophie und Germanistik an den Universitäten Duisburg und Essen erfolgte 1998 an der Universität Essen die Promotion. Mit einem Lise-Meitner-Stipendium des Landes NRW gefördert, habilitierte sie sich 2007 an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und übernahm Lehrstuhlvertretungen an verschiedenen Universitäten. Von 2011 bis 2016 arbeitete sie an ihrem durch die DFG geförderten Projekt Ein Rahmen für die Wirtschaftsethik Methodische Grundlagen und Regeln. Seit 2016 ist sie außerplanmäßige Professorin an der Heinrich-Heine-Universität. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich Normativität, Rationalität und Wirtschaftsethik.

Meldung: Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Auf dem Foto Prof. Susanne Hahn

hagebau erreicht in 2016 Umsatzrekord

kulturexpress.info/2017/01/27/hagebau-erreicht-in-2016-umsatzrekord/

27.01.2017



Die hagebau Gruppe erreichte 2016 das dritte Jahr in Folge einen Umsatz von über 6 Mrd. Euro und steigerte diesen auf ein neues Rekordniveau. Die 369 Gesellschafter der hagebau Kooperation kauften 2016 für 6,26 Mrd. Euro (Vorjahr: 6,09 Mrd. Euro) Waren und Dienstleistungen über die hagebau Zentrale in Soltau ein. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 2,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Zudem bezifferte die hagebau den kumulierten Verkaufsumsatz aller der Kooperation angeschlossenen Gesellschafter-Unternehmen für 2015 auf 14,7 Mrd. Euro (2014: 14,4 Mrd. Euro). >“Das Geschäftsjahr 2016 war für die hagebau Kooperation ein gutes und sehr erfolgreiches Jahr“, so Heribert Gondert, Sprecher der hagebau Geschäftsführung. „Mit einem Umsatz von 6,26 Mrd. Euro wurde das sehr hohe Niveau aus dem Rekordjahr 2015 noch einmal deutlich übertroffen. Es freut uns, dass dies trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und bei hohem Wettbewerbsdruck gelang.“ Zugleich werde mit dieser wirtschaftlichen Entwicklung deutlich, so Gondert weiter, wie leistungsfähig und stabil das Geschäftsmodell der hagebau in einem herausfordernden Umfeld sei. Das gelte für alle Bereiche und Tochterunternehmen der hagebau Gruppe, insbesondere aber für den Fach- und Einzelhandel.

Fachhandel: Umsatzsteigerung auf 3,91 Mrd. Euro

Im Fachhandel lag der zentralfakturierte Umsatz der hagebau Gruppe 2016 mit 3,91 Mrd. Euro um 1,7 Prozent über dem hohen Wert des Vorjahresrekords. Damit war für den hagebau Fachhandel mit den Sparten Baustoffe, Holz und Fliese 2016 das bislang umsatzstärkste Jahr.

Einzelhandel: hagebaumärkte mit Verkaufsumsatz-Plus von 3,6 Prozent

Der Netto-Verkaufsumsatz der hagebaumärkte in Deutschland und Österreich lag 2016 bei 2,15 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,08 Mrd. Euro). Damit übertraf der Verkaufsumsatz aller 379

hagebaumärkte abermals den hohen Wert des starken Vorjahres und steigerte sich insgesamt um 3,6 Prozent.

Betriebsstätten-Anzahl der hagebau Gruppe weiter gewachsen

Die Anzahl aller hagebau Standorte des Fach- und Einzelhandels steigerte sich zum Jahresende 2016 um 24 Niederlassungen auf insgesamt 1.700 Betriebsstätten in acht europäischen Ländern. „Auch dies ist ein neuer Rekord. Noch nie in der Geschichte der hagebau gab es mehr Standorte in so vielen Ländern“, so Gondert. Von den insgesamt 1.700 Standorten befinden sich 277 Niederlassungen außerhalb Deutschlands. Sie steuerten 650,7 Mio. Euro zum Umsatz des Warengeschäfts bei. Dies entspricht einem Anteil von 11,6 Prozent des Warenumsatzes und verdeutlicht die Internationalität der hagebau Gruppe.

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine durch heute über 360 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.700 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien, Spanien und den Niederlanden) angeschlossen. Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,26 Milliarden Euro (2016) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein. Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2016 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,15 Milliarden Euro.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Bereiche Baustoffe, Fliese/Naturstein und Holz (primär B2B). Der Einzelhandel, dem mittelständische Unternehmen über die 100-prozentige hagebau Tochter ZEUS Zentrale für Einkauf und Service GmbH & Co. KG der Gruppe angeschlossen sind, ist mit den Marken hagebaumarkt, Floraland und Werkers Welt im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Mit dem Joint Venture baumarkt direkt der hagebau mit der Otto Group Hamburg deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab. Die Zentrale der Kooperation hat ihren Sitz in Soltau. Mit etwa 900 Mitarbeitern erbringt diese zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser, insbesondere in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, Marketing und Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

www.hagebau.com

Meldung: hagebau; Handelsgesellschaft für
Baustoffe mbH & Co. KG

Paperworld eröffnet Einblicke in das Büro der Zukunft

 kulturexpress.info/2017/01/30/kulturexpress-unabhaengiges-magazin-6/

30.01.2017



Die Paperworld liefert vom 28. bis 31. Januar 2017 einen Blick auf die aktuellen Trends der Papier, Bürobedarfs- und Schreibwarenbranche. In den beiden Angebotsbereichen Stationery und Office präsentieren mehr als 1.520 Hersteller aus 65 Ländern ihre Innovationen und Neuheiten.

Darunter sind Schulbedarf, Papeterie, hochwertige Lederwaren und Accessoires für den privatorientierten Gebrauch (Stationery). Rund um den gewerblichen Bürobedarf wie Bürogeräte und -ausstattung, Organisations- und Präsentationsmittel, Schreib- und Zeichengeräte sowie EDV- und Druckerzubehör (Office) sind zu finden. Mit diesem Produktangebot ist die Paperworld die weltweit größte Branchenfachmesse.

Zur diesjährigen Veranstaltung legt die Paperworld einen besonderen Fokus auf die Büroarbeit von morgen. Allein in Deutschland gibt es derzeit rund 17,6 Millionen Büroarbeitsplätze, die die Nachfrage nach Büromaterialien konstant hoch halten. Das spiegelt sich auch in den Branchendaten des PBS-Marktes: Laut IFH Retail Consultants Köln verzeichnet die deutsche PBS-Branche mit einem Umsatz von 12,54 Mrd. Euro ein stabiles Plus von 0,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Allein für das Segment Büroarbeitsplatzzubehör ist mit einem Umsatz von 585 Mio. Euro eine Steigerung von 7,7 Prozent zum Vorjahr ablesbar. Die Büroarbeitsplätze in Deutschland nehmen stetig zu und die Frage, wie die Arbeitswelt von morgen aussieht, ist in aller Munde, sagt **Cordelia von Gymnich**. Zunehmende Digitalisierung von Arbeitsprozessen und neue Formen der Zusammenarbeit werden den Büroarbeitsplatz weiter verändern. Wie das konkret aussehen kann und was bereits heute umsetzbar ist, zeigt die neue Sonderschau Büro der Zukunft mit

konkreten Beispielen in der Halle 3 Ausstellerwachstum und zu finden. C51. In Zukunft werden sich in Bürogebäuden neue Raumkonzepte ergeben, die in Zonen aufgeteilt sind. Diese Zonen können Fachbesucher in der Sonderschau – ausgestattet mit innovativen Produkten von interaktiver Präsentationstechnik über ergonomische Büromöbel bis hin zu digitalen Schreibgeräten und individuell regelbarer Beleuchtung. PBS-Herstellern zeigt die Sonderschau, welche neuen Chancen die veränderte Arbeitswelt für die Produktentwicklung bietet. Erstmals angesprochen werden mit dem Büro der Zukunft auch Architekten, Innenarchitekten, Planer und Facility Manager, die die Sonderschau und die täglich stattfindenden Führungen und Vorträge zur Weiterbildung nutzen können. Die Sonderschau wird in Kooperation mit der Architekten- und Stadtplaner-Kammer Hessen, dem Architekturbüro Matter und World-Architects durchgeführt.

Ausstellerwachstum Creativeworld: DIY-Boom

Die Erfolgsgeschichte der Creativeworld setzt sich 2017 fort: Mit 343 Ausstellern aus 37 Ländern verzeichnet die international führende Fachmesse für Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf nicht nur ein Ausstellerwachstum um 17 Prozent, sondern auch einen neuen Rekord auf Seiten der Internationalität, sagt Cordelia von Gymnich. Für Fachbesucher wächst damit die Auswahl an nationalen und internationalen Herstellern und es wird ihnen eine noch größere Produktvielfalt geboten (2016: 295 Aussteller aus 30 Ländern). Neuaussteller kommen vor allem aus den Niederlanden, den USA und Spanien sowie aus dem asiatischen Raum. Von dort werden neue kulturelle Kreativtechniken und -Produkte wie Origami, Amigurumi, Manga oder Washitapes gezeigt. Die Top 5 Ausstellernationen sind nach Deutschland (68 Aussteller), die USA (51 Aussteller), Großbritannien (38 Aussteller), die Niederlande (29 Aussteller) und Italien (27 Aussteller). Alle großen Namen der Branche sind auch 2017 in Frankfurt dabei. So stellen vom 28.-31.1.2017 unter anderem Atemio, Buntfabrik L. Bär, C. Kreul, Clairefontaine, ColArt, Eberhard Faber, Edding, Efco, Fila Group, Schmincke, Marabu, Mitsubishi Pencil, Rayher, Rico Design, Royal Talents und Staedtler aus.

Meldung: Messe Frankfurt GmbH

Neue Ordermesse Floradecora zeigt Frischblumen und Zierpflanzen

 kulturrexpress.info/2017/01/28/kulturrexpress-unabhaengiges-magazin-2/

28.01.2017



Vom 27./28. bis 31. Januar 2017 ist Frankfurt am Main Zentrum des internationalen Handels. In dieser Zeit präsentieren sich auf den weltweit führenden Konsumgüterfachmessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld sowie der neuen Fachmesse Floradecora insgesamt 2.938 angemeldete Aussteller (2016: 2.855 Aussteller). Sie zeigen ihre Neuheiten und Trends für Dekoration und Festschmuck, Frischblumen und Pflanzen, Papier, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Hobby-, Bastel- und Künstlerbedarf.

63 Herstellernationen und Fachbesucher aus 150 Ländern sind in den nächsten Tagen in Frankfurt vertreten. Mit insgesamt 81 Prozent ausländischen Ausstellern gehören die vier Konsumgütermessen zu den wichtigsten Orderplattformen und Impulsgebern des internationalen Handels, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Mehr Aussteller kommen vor allem aus dem Euroraum wie den Niederlanden, Großbritannien, Österreich, Spanien, Belgien oder Deutschland sowie aus der Türkei und den USA.

Die Zeichen für starkes Orderverhalten stehen auf grün: Die robuste Lage am Arbeitsmarkt und die gute Verbraucherstimmung sorgen für ein positives Geschäftsklima weltweit, sagt Braun weiter. Pünktlich zu Beginn des Jahres profitieren Fachbesucher von einer weltweit einmaligen Produktvielfalt in Breite und Tiefe inklusive zuverlässiger Trendprognosen für die kommende Saison. Erstmals werden im Rahmen der neuen Fachmesse Floradecora auch frische Blumen und Pflanzen als ideale Ergänzung zu Dekoration und Festschmuck der Christmasworld angeboten. Zahlreiche Events und Weiterbildungsprogramme begleiten die internationalen Handelsmessen.

Der Markt für Weihnachts- und Festartikel ist weiterhin stabil und die Freude am Weihnachtsfest und am festlichen Dekorieren hält an. Nach Hochrechnung der IFH Retail Consultants Köln gaben deutsche Verbraucher im vergangenen Jahr insgesamt 2,675 Mrd. Euro für Weihnachts- und saisonale Festartikel aus.



Nicht nur die Nachfrage über alle Handelszweige hinweg ist stark auch das Angebot auf der Christmasworld vom 27. bis 31.1.2017 hat sich vergrößert. Über 1.000 Aussteller präsentieren die neuesten Trends für den Weihnachtsbaum und zeigen, wie Feste jeglicher Art mit Dekoration zum Highlight werden ob in den eigenen vier Wänden oder im öffentlichen Raum wie in Innenstädten, Shopping Centern oder Restaurants, sagt Cordelia von Gymnich, Bereichsleiterin Consumer Goods der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Vor allem die Produktbereiche Beleuchtung und Floristenbedarf sowie Kunsthandwerk haben sich auf der größten internationalen Fachmesse für Dekoration äußerst positiv entwickelt. In diesem Jahr stellen 50 Firmen mehr aus als noch 2016 vor allem aus Deutschland, Belgien, den USA sowie aus China.

Aktuell gewinnen Frischblumen, Pflanzen, Gestecke und Arrangements als attraktive

Ergänzung für saisonale Dekoration und Festschmuck erheblich an Bedeutung. Zusätzlich ist der Markt für Frischblumen und Pflanzen verstärkt am Zugang zu neuen Handelszweigen interessiert. Um dieser Nachfrage nachzukommen, haben wir die neue Ordermesse Floradecora entwickelt. Zur Messepremiere zeigen über 60 Anbieter in der Halle 11.1 Frischblumen und Zierpflanzen in einem völlig neuartigen Messekonzept, sagt Cordelia von Gymnich. Nicht die Stände der Aussteller stehen dabei im Mittelpunkt, sondern die Schnittblumen und Zierpflanzen, die unabhängig vom Anbieter nebeneinander auf Präsentationstischen gezeigt werden. Das Konzept ist sehr einkäuferorientiert denn er kann die Produkte verschiedener Anbieter direkt miteinander vergleichen und seine Kaufentscheidung produktorientiert treffen, ergänzt die Bereichsleiterin.

Das Produktangebot der Floradecora konzentriert sich auf sofort verfügbare frische Pflanzen, Schnittblumen und fertig dekorierte Blumenarrangements, die leicht ins bestehende Sortiment integrierbar sind ob im Supermarkt, Gartencenter, Möbelhandel oder der kleinen Geschenkboutique. Damit erhalten Fachbesucher frisches Umsatzpotential für jede Saison und jede Jahreszeit. Eine stetig wachsende Nachfrage nach festlicher Dekoration, Tischausstattung und nach immer neuen Ideen, bestätigt Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB): Auch in der Zeit zwischen den Festen und Feiertagen will dekoriert sein. Daher sieht der Fachhandel mit

großem Interesse dem neuen Messeformat Floradecora entgegen, das eine sinnvolle Ergänzung zur Christmasworld darstellt. Zu sehen gibt es vom 27.-30.1.2017 zum Beispiel Rosen, Gerbera, Lilien, Lisianthus, Tulpen, Chrysanthemen, Orchideen oder Weihnachtssterne sowie Kakteen, Sukkulente und Weihnachtsbäume von den Top10-Anbietern der internationalen grünen Branche. Das ist der perfekte Nährboden, um in diesem Messesegment weiter zu wachsen, kommentiert Detlef Braun.

Farmhaus liefert Know-how über frische Blumen und Pflanzen

Inspiration für Sortiments- und Ladengestaltung, neue Verkaufsmöglichkeiten und wertvolles Wissen zum Handel mit Frischblumen und Pflanzen: das Farmhaus in Halle 11.1 D50 ist der zentrale Anlaufpunkt für alle, die Kenntnisse in diesem Bereich gewinnen wollen oder bereits vorhandene vertiefen möchten.

Wie geht man mit frischer Ware um und generiert zusätzlichen Umsatz? Welche Voraussetzungen sollte ein Geschäft erfüllen? Worauf ist bei Order und Logistik besonders zu achten? Und welche Produkte passen am besten zum eigenen Angebot? Diese und viele andere Fragen werden beantwortet und ermöglichen den einfachen Zugang zu einem lukrativen Zusatzgeschäft.

Zweimal täglich gehen bei **Gärtners Sprechstunde** Handel und Produktion ins Gespräch. Unter Moderation von Renate Veth (Redaktion TASPO GartenMarkt und gestalten & verkaufen, Haymarket Media) widmen sich die Branchenexperten Alexander Kleerebezem, (BlumenFachmann mit LEH-Hintergrund) und Stefan Kretschmer, (Einfach gut vermarkten) einem aktuellen Thema und holen sich besondere Gäste auf die Bühne.

Folgende Themen stehen auf der Agenda:

- *Vom PoS (Point of Sale) zum PoP (Point of Purchase): Lebende Ware 10 Kardinalfehler vermeiden. Was Blumen wirklich brauchen, um mit ihnen Wertschöpfung zu erzielen*
- *Qualitätsmanagement und -sicherung, Gast: Silke Peters, 2nd Floor, Koordinatorin MPS Zertifizierungen*
- *Sortimentskonzepte im Einzelhandel, Gast: Stefan Gatz, Warengruppenmanager Garten bei Globus Fachmärkte und Gärtner*
- *und täglich grüßt das Murmeltier: Mitarbeiterschulung und Mengensteuerung*
- *Warenträger und Ladenbau: worauf ist zu achten*
- *Qualitätskonzepte für Blumen und Pflanzen im Einzelhandel: Shoppermarketing zurückgekoppelt an den Produzenten, Gast: Sonja Dümmler, Dümmler Orange*
- *Am Endverbraucher ausgerichtete Marketingkonzepte*
- *Blumen sind wertvoll: modernes Markenmanagement im Einzelhandel, Gast: Rudolf Sterkel, Heidezüchtung Kramer*

Das **grüne Sofa** stellt täglich spannende Best Practices aus unterschiedlichen Handelsbereichen (z.B. Hotellerie, LEH/Supermarkt, Gartencenter, Facheinzelhandel) vor ebenfalls moderiert durch Renate Veth (Haymarket):

Erfolgreich mit Blumen & Pflanzen unterwegs geht es anhand folgender Beispiele

- *mit Lucas Vos, CEO FloraHolland*
- *mit Jane Ngige, Kenia Flower Council*
- *mit Kees de Haan, de Haan Ladenbau*
- *mit Andreas Müssig, selbständiger Floristmeister, der seit Jahren mit Gastronomie und Hotellerie zusammen arbeitet,*
- *mit Konrad Kreuzberg, Edeka Markt Koblenz,*
- *mit Detlef Klatt, Designer/ Stylist/ Floristmeister/ Gestalter,*
- *Blume & Wohnen in individuellen Konzepten beleuchtet Martin Benzing, Merz & Benzing Stuttgart*
- *Erfolgreich mit Blumen & Deko im Verbund übernimmt Martina Mensing-Meckelburg, Gartencenter Meckelburg, Vorsitzende Verband Deutscher Gartencenter sowie ebenfalls Lucas Vos, CEO FloraHolland und Kees de Haan, de Haan Ladenbau*

Meldung: Messe Frankfurt GmbH

Semitransparente Photovoltaik aus Niederösterreich

kulturexpress.info/2017/01/26/semitransparente-photovoltaik-aus-niederoesterreich/

26.01.2017



Neue monokristalline Silizium-Laser-Zellen als kostengünstige, architektonisch attraktive und ertragsmaximierte Alternative für Gebäudeintegration semitransparenter Solarzellen.

Im Rahmen der Bau 2017, Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, ließ das niederösterreichische Solartechnik-Unternehmen ertex solar jetzt mit einer innovativen Lösung für semitransparente Photovoltaik aufhorchen, die Architekten wie Bauherren gleichermaßen begeistern dürfte. Anstatt wie bisher kostspielige Zellen extra anfertigen zu lassen, setzt ertex solar auf konventionelle Solarzellen aus monokristallinem Silizium jene Zellen, die inzwischen mehr als 20 Prozent des einfallenden Lichts in Strom umwandeln können. Die Zellen werden von uns mit in Design, Größe und Form frei wählbaren Löchern versehen. Es klingt simpel, ist es eigentlich auch, und hat doch zahlreiche Vorteile gegenüber den bisherigen Lösungen für semitransparente Photovoltaik, betont Dieter Moor, Geschäftsführer von ertex solar. Mit dieser simplen Methodik gelingt es dem Tochterunternehmen des Glasherstellers Ertl Glas aus Amstetten, die drei bisher größten Hindernisse des Markterfolgs semitransparenter Photovoltaik auf einen Schlag zu lösen:

Semitransparente Zellen werden erschwinglich, in ihrem Wirkungsgrad effizienter und architektonisch interessant. Letzteres gelingt durch die weltweit einzigartige Produktion von kleinstrukturierten Paneelen mit einer Größe von 2,40 x 5,10 Metern, die in Form und Farbgestaltung maximale Gestaltungsfreiheit für Architekten ermöglichen.

Semitransparenz macht gebäudeintegrierte Photovoltaik multifunktional

Monokristalline Solarzellen jene Solarzellen mit dem größten Marktanteil und dem höchsten Wirkungsgrad kommerziell erhältlicher Zellen in der Energieerzeugung sind grundsätzlich lichtundurchlässig. In manchen Installationen, wie etwa hinterlüfteten Fassaden, ist dies sogar gewünscht, um nicht auf die Unterkonstruktion durchsehen zu können. Andere Anwendungen erfordern

allerdings eine gewisse Lichtdurchgängigkeit bzw. Durchsicht. Man spricht dann von semitransparenter Photovoltaik. Semitransparente Photovoltaik macht überall dort Sinn, wo die Paneele eine zusätzliche Funktion zur Stromproduktion übernehmen können etwa zur Verschattung oder als Sichtschutz bei Balkongeländern, Fassaden, Atrienverglasungen, Verschattungselementen oder Terrassenüberdachungen.

Zero-Energy-Building: Die Gebäudehülle muss aktiviert werden

Die Mitgliedstaaten der Europäischen Union haben sich verpflichtet, ihre Treibhausgasemissionen bis 2020 um mindestens 20 Prozent gegenüber 1990 zu reduzieren, die Energieeffizienz um 20 Prozent zu erhöhen und einen Anteil von 20 Prozent der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch zu erreichen. Gebäude und ihre Nutzer haben großen Anteil am Verbrauch von Ressourcen. Sie sind verantwortlich für fast 40 Prozent des gesamten Energieverbrauchs in der EU, für rund 30 Prozent der CO₂-Emissionen, und 40 bis 50 Prozent des Ressourcenverbrauchs gehen ebenso auf das Konto der Gebäudeerstellung und -errichtung. Ab 2018 gilt daher in der EU für den öffentlichen Gebäudesektor die Zero-Energy Building Strategy: Neubauten müssen also entweder Null- oder Plusenergie-Standards erfüllen.

Neue Laser-Zellen: Halb so teuer wie bisherige semitransparente Lösungen

Bisheriges Haupthemmnis für die Marktentwicklung waren neben der fehlenden architektonischen Gestaltungsfreiheit die relativ hohen Kosten bzw. die Verfügbarkeit semitransparenter Zellen: Während bisherige semitransparente Solarzellen rund siebeneinhalb Mal so teuer wie lichtundurchlässige Standardzellen waren, können durch die Lasertechnik von ertex solar gelochte Zellen um einen Preis angeboten werden, der ca. bei der Hälfte der bisherigen Kosten für semitransparente Lösungen liegt. Das Kosten-Nutzenverhältnis bei den in unserem Wintergarten eingesetzten Materialien stimmt zu 100 Prozent. Wir profitieren von zusätzlichen, auch optisch attraktiven Verschattungsmöglichkeiten, die sowohl im Sommer als auch im Winter positiv zu unserer Energiebilanz beitragen, betont Mag. Christa Gätz-Thurnher Geschäftsführerin bei ALCO Wintergärten, die das Glasdach Ihres Schauraumes mit semitransparenten Laserzellen in Kombination mit einer Dreifach-Isolierverglasung ausstatten ließ.

Meldung: Ertex

Bremst US-Wahl den Wirtschaftsbau?

kulturexpress.info/2017/01/25/bremst-us-wahl-den-wirtschaftsbau/

25.01.2017



Hat die Unsicherheit nach der US-Wahl bereits Auswirkungen auf das Investitionsverhalten der deutschen Wirtschaft? Wie der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie in der neuesten Ausgabe seines Aktuellen Zahlenbildes mitteilt, meldeten die Betriebe des Bauhauptgewerbes mit 20 und mehr Beschäftigten für November 2016 zwar ein Orderplus im Vergleich zum Vorjahresmonat von nominal 7,6 Prozent, erstmals seit August 2015 ist jedoch die Nachfrage im Wirtschaftsbau zurückgegangen – und das gleich um 10,8 Prozent.

Die Nachfrage im Wohnungsbau und im Öffentlichen Bau ist dagegen mit + 24,9 Prozent bzw. + 26,7 Prozent ungebrochen. Der vom Statistischen Bundesamt berechnete preis-, saison- und arbeitstäglich bereinigte Rückgang des Auftragseingangs von 1,0 Prozent zum Vormonat ist somit nicht Ausdruck einer schwächelnden Baukonjunktur, sondern nach wie vor nur die Folge des mittlerweile erreichten außergewöhnlich hohen Auftragsniveaus. Die Bauunternehmen meldeten für die ersten elf Monate immerhin ein Orderplus von nominal 15,3 Prozent.

Entsprechend gut gefüllt sind die Auftragsbücher: Für Ende 2016 meldete das ifo Institut für die Branche eine Reichweite der Auftragsbestände von weit überdurchschnittlichen 3,2 Monaten – und das trotz reger Bautätigkeit. So erwirtschafteten die Baubetriebe mit 20 und mehr Beschäftigten im November ein Umsatzplus von nominal 6,2 Prozent. In den ersten elf Monaten lag der Umsatz um 6,8 Prozent über dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Entsprechend zufrieden zeigten sich die Bauunternehmen: 85 Prozent der im Rahmen des ifo Konjunkturtests Befragten beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage als gut bzw. befriedigend – so viele

wie noch nie im Dezember.

Dank des „Investitionshochlaufprogramms“ des Bundes wurde im November 2016 das stärkste Orderplus für den Öffentlichen Bau ausgewiesen: Dieser legte im Vergleich zum Vorjahresmonat um 26,7 Prozent zu – und damit abermals zweistellig (Jan.-Nov.: + 18,6 Prozent), der Umsatz stieg um 9,5 Prozent (Jan.-Nov.: + 7,5 Prozent). Das starke Orderplus ist überwiegend auf den Straßenbau zurückzuführen, der um 50,2 Prozent zugelegt hat (Jan.-Nov.: + 19,2 Prozent). Damit kommen die zusätzlichen Bundesmittel langsam bei den Bauunternehmen an. Laut aktuellem Monatsbericht des Finanzministeriums lagen die Ausgaben des Bundes für den Straßenbau in den ersten elf Monaten um 10,3 Prozent über dem Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums. Für Dezember wird auch ein deutliches Plus erwartet: Von den 8,8 Mrd. Euro, die der Bund für 2016 für den Bau von Straßen angesetzt hat, sind erst 84 Prozent ausgegeben.

Auch die Nachfrage nach Wohnraum ist ungebrochen: Für den Wohnungsbau meldeten die Baubetriebe einen Anstieg des Auftragseingangs im Vergleich zum November 2015 um 24,9 Prozent (Jan.-Nov.: + 18,2 Prozent), der Umsatz lag um 6,2 Prozent über dem vergleichbaren Vorjahresmonat (Jan.-Nov.: + 12,7 Prozent). Auch die Baugenehmigungen für Wohnungen legten in den ersten elf Monaten zu: Es wurde der Neu- und Umbau von 340.000 Wohnungen genehmigt, 63.600 bzw. 23 Prozent mehr als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Dabei wurde für den Neubau von Mehrfamilienhäuser ein höheres Wachstum ausgewiesen (+ 27,4 Prozent) als für die Ein- und Zweifamilienhäuser (+ 3,2 Prozent).

Lediglich der Wirtschaftsbau sorgte für eine negative Überraschung: Die seit über einen Jahr anhaltenden Steigerungsraten beim Auftragseingang hatten im November 2016 ein Ende – die Betriebe meldeten einen Rückgang von 10,8 Prozent (Jan.-Nov.: + 10,9 Prozent). Die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes hielten sich offenbar – aufgrund der unsicheren Lage auf den Weltmärkten durch die US-Wahl im November – erst einmal mit Aufträgen zurück: Entsprechend stark sanken die Ordereingänge im Wirtschaftshochbau (- 15,2 Prozent). Auf den Umsatz im Wirtschaftsbau hatte dies aber noch keinen Einfluss, er legte im November um 3,4 Prozent zu (Jan.-Nov.: + 3,3 Prozent).

www.bauindustrie.de

Foto (c) Kulturexpress

Meldung: Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V.

Trump treibt den Bau einer Grenzmauer nach Mexiko weiter voran

 kulturexpress.info/2017/01/25/2674/

25.01.2017

Der 45. US-Präsident plant an der Grenze zu Mexiko eines der weltweit größten Bauprojekte. Fachleute schätzen die Kosten auf bis zu 20 Mrd. Dollar. Die logistischen Anforderungen an ein Projekt dieser Größenordnung sind enorm.

Neben Baumaterial muss die Arbeit am Bau auch bezahlt sein. Die Grundstücksfrage muss rechtlich geklärt werden, wenn nicht Enteignungen das politische Klima bestimmen sollen. Es gilt geografische Hindernisse zu überwinden. Dazu zählen ausgedehnte Wüstengebiete mit Dünen, unwegsame Gebirge und andere Landmarken sowie Flüsse und Bäche, die sich im Grenzgebiet von und nach Mexiko entlang ziehen. Teilweise sind auch Eingriffe in vorhandene Naturschutzgebiete zu befürchten.

Grundlage für den Beschluss sind Kriterien, wie sie das Heimatschutzministerium des Landes für sich beansprucht und wofür Bundesgelder bereitgestellt werden. Der neue US-Präsident hatte den Mauerbau lautstark in seiner Wahlkampagne als notwendige Abwehreinrichtung dargestellt, um dadurch die Anzahl der Flüchtlinge in die USA zu reduzieren.

Bisher sind nur grobe Schätzungen vorhersehbar, wie teuer die Mauer an der mehrere tausend Meilen langen südlichen Grenze zu Mexiko überhaupt werden soll. Allein um Teilstücke der Mauer zu bauen, wären mehrere Millionen Dollar nötig. Hinzukommen ordentlich ausgebaute Straßen, die notwendigerweise erforderlich sind, um den

Grenzstreifen zu kontrollieren. Nicht zuletzt steht die Instandhaltung bevor, die beiden letzteren Aufwendungen wurden in die Berechnungen noch gar einbezogen.

Trump plant weiteren Angaben zufolge, die legale Migration in die USA zu erschweren. Erwartet wird, dass sich das Asylrecht für Menschen aus muslimisch geprägten Ländern möglicherweise dramatisch zuspitzen wird. Schon im Wahlkampf hatte er diese Absichten verkündet. Vor allem Flüchtlinge aus dem Irak, dem Iran, Syrien, Jemen, Sudan, Somalia und Libyen wären betroffen. Menschenrechtsorganisationen kritisieren die Pläne mit Vehemenz.

Ein aktuelles Treffen zwischen Mexikos Präsident Enrique Peña Nieto und Trump befindet sich in der Vorbereitung. Nieto hatte sich zuletzt gegen die Meinung Trumps gestellt. Bei einem öffentlichen Auftritt Anfang Januar sagte er: „Mexiko wird die Mauer natürlich nicht bezahlen.“

Verschiedene Wege können eingeschlagen werden, um das Nachbarland doch zur Kostenübernahme zu bewegen. Zum Beispiel steht die Androhung von Strafzöllen auf mexikanische Waren im Raum, womit die Investitionspläne der großen Autobauer durcheinander geworfen werden. Befürchtungen bestehen dahingehend, dass Industrie und Wirtschaft die Importzölle einfach auf den Konsumenten umschlagen, was erhebliche Preiserhöhungen bei Produkten und Waren am Endkunden zur Folge hat. Große Autounternehmen wie Ford, Chrysler oder GM sollen in die USA zurückkehren. Langfristig jedoch, so wird vermutet, schaden Importzölle und Rückkehrauflagen der Wirtschaft mehr als sie nutzen.

Ein Kommentar von Kulturexpress

Foto (c) picture alliance/ AP Images

Wettbewerbsschädliche Vertragsklauseln bei E-Books Erneuter Erfolg für Verlage. Amazon hingegen gibt auf

kulturexpress.info/2017/01/28/kulturexpress-unabhaengiges-magazin/

28.01.2017



Zum zweiten Mal innerhalb einer Woche muss sich der Amazon-Konzern dem Druck der Kartellbehörden beugen. Amazon will seine wettbewerbsschädlichen Vertragsklauseln gegenüber Verlagen bei E-Books fallen lassen. Auf eine Kartellbeschwerde des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels hin hat die EU-Kommission bestimmte Vertragspraktiken des Online-Händlers überprüft.

Dieser Schritt ist ein großer Erfolg für die Verlage in Deutschland und Europa. Auf geradezu erpresserische Weise nutzt Amazon seine Marktmacht aus, um Verlagen unverhältnismäßige Konditionen abzurufen und sich einen Vorteil gegenüber anderen E-Book-Händlern zu verschaffen. Mit diesen Praktiken strebt der Online-Händler eine monopolartige Stellung an und zerstört damit Strukturen auf dem Buchmarkt, die für kulturelle Qualität und Vielfalt stehen. Ich erinnere an Jeff Bezos, der einmal gesagt hat, man müsse Verlage jagen wie kranke Gazellen. Ein hochwertiges und vielfältiges Angebot an Büchern kann es aber nur mit einem breiten Netz an Buchhandlungen und Verlagen geben. Die harten Eingeständnisse, die der Amazon-Konzern in kurzer Folge machen musste, zeigen, dass das vielfalt- und qualitätsgefährdende Geschäftsgebaren des Online-Händlers nicht aufgeht. Wir werden das Marktverhalten Amazons weiterhin aufmerksam beobachten und entschieden einschreiten, wenn es nötig ist, sagt **Alexander Skipis**, Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins.

Erst am Donnerstag war bekannt geworden, dass die hundertprozentige Amazon-Tochter Audible und Apple auf eine Kartellbeschwerde des Börsenvereins hin ihre exklusive Belieferungspraxis bei digitalen Hörbüchern aufgegeben haben. Zur Pressemitteilung

Im Juni 2014 hatte der Börsenverein zunächst beim Bundeskartellamt Beschwerde gegen die Vertragspraktiken von Amazon bei E-Books eingereicht. Nach Auffassung des Verbandes hatte Amazon damals seine Marktmacht missbraucht, um von Verlagen eine Erhöhung der Rabatte beim E-Book-Einkauf zu erlangen. Nachdem das Bundeskartellamt die Beschwerde an die EU-Kommission weitergegeben hatte, stand der Börsenverein mit der Brüsseler Wettbewerbsbehörde im Dialog, die im Juni 2015 offiziell Untersuchungen einleitete.

Unter dem Druck der Untersuchung will sich Amazon nun dazu verpflichten, seine so genannten Paritätsklauseln nicht mehr anzuwenden. Diese Regelungen besagen, dass Verlage Amazon informieren müssen, wenn sie anderen Händlern bessere Konditionen anbieten und Amazon daraufhin ebenso gute Konditionen einräumen müssen.

Die EU-Kommission äußert in ihrer heutigen Mitteilung Bedenken, dass die Paritätsklauseln von Amazon den Wettbewerb zwischen verschiedenen E-Book-Händlern beschränken und für die Verbraucher eine geringere Auswahl zur Folge haben. Die EU-Kommission bittet die Marktteilnehmer nun um Stellungnahme zu den von Amazon angebotenen Verpflichtungen. Der Börsenverein als offizieller Beschwerdeführer wird das Angebot von Amazon detailliert prüfen und sich dann gegenüber der EU-Kommission äußern.

Meldung: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Foto (c) Kulturexpress, auf dem Foto Alexander Skipis

connecting contemporary printmakers worldwide Be Poet Aktionsraum, Frankfurt am Main: 04. Februar - 26. Februar 2017

kulturexpress.info/2017/01/23/connecting-contemporary-printmakers-worldwide/

23.01.2017



Mit „Breaking News“ hat das IPEP (International Print Exchange Programme) in Mumbai Indien Druckgrafik Künstler weltweit eingeladen an einem Austauschprogramm teil zu nehmen. Gedruckt werden sollte in einer Auflage von 25 Exemplaren auf eine aktuelle Zeitung der Heimatstadt zu einer Schlagzeile die den Künstler / die Künstlerin beschäftigt. Aus ersten Skizzen wurden 20 Künstler*innen ausgewählt ihre Arbeiten nach Mumbai ein zu senden. Dort wurden 20 Mappen mit den unterschiedlichen Beiträgen zusammen gestellt und den Künstler*innen zurück gesendet mit der Auflage innerhalb eines halben Jahres eine Ausstellung zu organisieren.

Die Ausstellung „Breaking News“ bietet einen Überblick über zeitgenössische Druckgrafik weltweit von Indien über Italien, Brasilien, Rumänien, Türkei, USA, Deutschland etc. Entsprechend des Themas sind viele politische Statements zu sehen. Einen eigenen Charme bieten die unterschiedlichen Tageszeitungen auf die gedruckt wurde.

Ausstellungsdauer

4.02.-26.02.2017

Finissage 16.30 – 18 Uhr

Öffnungszeiten:

Mittwoch und Freitag 16 – 18.30 Uhr

oder nach telefonischer Absprache

Sonntag, den 26.02.2017

Führung mit Be Poet Michael Bloeck

Hellerhofsiedlung und Europaviertel zur Stadtentwicklung, Bauhaus, Gentrifizierung

Treffpunkt 14.30 Uhr Rebstockerstrasse/ Ecke Mainzer Landstrasse, ca. 1,5 Stunden

15 Euro



Be Poet Aktionsraum

Langenhainerstrasse 26/ Ecke Idsteinerstrasse

60326 Frankfurt/ Gallus

www.bepoet.de

Deka verlängert, kauft und vermietet

kulturexpress.info/2017/02/01/2671/

01.02.2017



Das Unternehmen hat einen langfristigen Anschlussmietvertrag über 14.000 qm Bürofläche mit der Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) in Den Haag unterzeichnet. Die Organisation ist bereits seit 2001 im Objekt ansässig und unterhält hier ihren Hauptsitz.

Deka hatte die Liegenschaft, die aus den beiden Gebäuden Java und Borneo besteht, 2010 für das Portfolio des Offenen Immobilien-Publikumsfonds WestInvest InterSelect erworben. Sie befindet sich in erstklassiger Bürolage im Beatrixquartier. Der Komplex mit einer Mietfläche von 18.600 qm ist zu 90 Prozent an sechs Nutzer vermietet.

Erwerb Top-Bürohaus in Stuttgart

Deka erwarb das Bürohaus Skyline Office in Stuttgart. Die Immobilie ist Bestandteil der Entwicklung Skyline, die aus dem Bürogebäude Skyline Office und dem 75 Meter hohen Apartmenthaus SkylineLiving besteht. Verkäufer ist eine Gesellschaft der Bülow AG. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Liegenschaft zählt nun zum Portfolio des Immobilien-Spezialfonds Domus-Deutschland-Fonds.

Das sechsgeschossige Skyline Office umfasst mehr als 10.000 qm vermietbare Fläche sowie 195 Parkplätze in einer Tiefgarage. Die Flächen sind langfristig und nahezu vollständig an die Daimler Financial Services AG vermietet, ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Daimler AG. Das Objekt wurde Ende November 2016 fertig gestellt und soll mit dem Gütesiegel für nachhaltiges Bauen DGNB Gold zertifiziert werden.

Mit dem Ankauf dieses hochwertigen und nachhaltigen Neubaus erweitert das Fondsmanagement des Domus-Deutschland-Fonds die regionale Allokation um den Standort Stuttgart und stärkt die Nutzungsart Büro.

Deka Immobilien vermietet rund 19.400 qm in Köln

Ebenfalls einen neuen und langfristigen Mietvertrag über rund 15.900 qm Bürofläche sowie 3.500 qm Lagerfläche mit der Unitymedia NRW GmbH wurde in Köln abgeschlossen. Mit der Vertragsunterzeichnung kurz vor Jahresende hat die Deka einen der größten Abschlüsse am Kölner Büromarkt 2016 getätigt. Der Kabelnetzbetreiber und Anbieter von Medien- und Kommunikationsdiensten wird den Hubertushof weiter komplett als Deutschlandzentrale nutzen. Der neue Mietvertrag tritt Ende 2018 in Kraft.

Die Liegenschaft in der Aachener Straße 748 – 750 in Köln-Müngersdorf zählt zum Portfolio des Offenen Immobilien-Publikumsfonds Deka-ImmobilienEuropa und ist mit dem Abschluss weiterhin voll vermietet.

Erwerb Logistikzentrum in Peine

Rund 25 Mio. Euro kostete eine moderne Logistikimmobilie im niedersächsischen Peine. Eine konzerneigene Arbeitsgemeinschaft der international tätigen Meyer & Meyer-Gruppe hat die Liegenschaft erstellt und veräußert. Das Objekt soll in das Portfolio des auf institutionelle Anleger ausgerichteten Sektorenfonds WestInvest TargetSelect Logistics eingehen.

Das Logistikzentrum, das drei Logistikhallenabschnitte und Büroflächen mit einer Gesamtmietfläche von rund 33.000 qm sowie einen Außenbereich mit 116 Parkplätzen umfasst, ist im November letzten Jahres fertig gestellt und an den Mieter übergeben worden. Es liegt in dem autobahnnahen Gewerbegebiet Peine in der etablierten Logistikregion Hannover / Braunschweig. Ein Unternehmen des 1902 gegründeten Logistikers Meyer & Meyer, der sich in den letzten 60 Jahren auf Fashionlogistik spezialisiert hat, hat sämtliche Flächen mit einem langfristigen Vertrag angemietet. Meyer & Meyer will den kompletten Standort für die Eigenmarken von Zalando betreiben. Für den Neubau wird die Nachhaltigkeitszertifizierung DGNB Gold angestrebt.

Mit diesem Ankauf treibt das Management des WestInvest TargetSelect Logistics die strategisch definierte Objekt- und Mieterdiversifizierung des Fonds mit einem Neubau hoher Qualität voran.

www.deka.de

Foto (c) Kulturexpress

Meldung: Deka Immobilien GmbH

Kontinuierlicher Leerstandsabbau auf dem Frankfurter Büromarkt

 kulturexpress.info/2017/01/22/2670/

22.01.2017



Es läuft auf dem Frankfurter Büro- und Investmentmarkt: 551.00 m² Flächenumsatz im Jahr 2016 sind das beste Jahresergebnis auf dem Büromarkt seit 4 Jahren. Und der Investmentmarkt der Mainmetropole hat sich im bundesweiten Ranking mit einem Transaktionsvolumen von 6,69 Mrd. EUR wieder an die Spitze aller großen Städte gesetzt.

Auf dem Büromarkt ist seit sieben Jahren ein kontinuierlicher Leerstandsabbau zu beobachten: Wie hat sich der Leerstand 2016 entwickelt? Wo stehen Nutzern noch freie Flächen zur Verfügung? Was müssen sie auf der Suche nach einem Büro in der Innenstadt beachten? Und was muss getan werden, um dezentrale Standorte attraktiv für neue Mieter zu machen? Die Mischnutzung sollte auf gesetzlicher Ebene nutzbar gemacht werden. Diese und andere Fragen beantwortet Oliver Barth, Frankfurter Niederlassungsleiter und Geschäftsführer der BNP Paribas Real Estate GmbH im Video. Darüber hinaus gibt er eine Einschätzung über die Trends und Entwicklungen des Büro- und Investmentmarkts Frankfurt im Jahr 2017 ab.

www.realestate.bnpparibas.de

Auf dem Foto Oliver Barth
Meldung: BNP Paribas