Je Woche
21. Jahrgang
ISSN 1862 - 1996

Kulturexpress

Unabhängiges Magazin

Regionalzug metronom am Bahnhof in Uelzen

Foto © Kulturexpress

Ausgabe 09
vom 23. Februar – 01. März 2025

Inhalt

- Im Fall Wirecard Teil-Musterentscheid erlassen – Ernst & Young bleibt Einzelbeklagte
- Mega-Messe für Konsumgüter: Ambiente - neue Wachstumsfelder im Blick
- Tourismus in Niedersachsen weiter auf Erholungskurs - Gästezahlen knapp unter Vor-Corona-Niveau
- Auftragseingang im Bauhauptgewerbe 2024 niedriger als im Jahr zuvor
- C. René Hirschfeld - music for piano solo (op. 139) am Flügel Joshua Rupley

Zeitschrift für Kunst, Kultur, Philosophie, Wissenschaft, Wirtschaft und Industrie

Kulturexpress verpflichtet sich unabhängig über wirtschaftliche, politische und kulturelle Ereignisse zu berichten. Kulturexpress 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 Berichterstattung, 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

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

Finanzamt IV Frankfurt a/M
USt-idNr.: DE249774430
redaktion@kulturexpress.de

Im Fall Wirecard Teil-Musterentscheid erlassen – Ernst & Young bleibt Einzelbeklagte

www.kulturexpress.info/2025/05/20/im-fall-wirecard-teil-musterentscheid-erlassen-ernst-young-bleibt-einzelbeklagte/

kulturexpress.info 20. Mai 2025

Foto /c) Kulturexpress

Das Bayerische Oberste Landesgericht hat am 28. Februar 2025 im Wege einer Teil-Musterentscheidung bezüglich des Vorlageschlusses des LG München I vom 14.03.2022, Az. 3 OH 2767/22 entschieden, dass die Fragen zur Haftung der EY GmbH & Co. KG (vormals Ernst & Young GmbH, „EY“) gegenüber geschädigten Anlegern nicht in den Anwendungsbereich des Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetzes (KapMuG) fielen und deshalb in Einzelverfahren geklärt werden müssten.

Über die wichtige Frage, ob EY gegenüber Investoren der Wirecard AG Pflichten verletzt hat, wurde hingegen noch nicht entschieden. „Der Teil-Musterentscheid stellt keine Endentscheidung dar, ist jedoch isoliert mit Rechtsbeschwerde zum Bundesgerichtshof anfechtbar“, so **RA Martin Kühler**. Diese Entscheidung des Bayerischen Obersten Landesgerichts steht im Widerspruch zu Entscheidungen des OLG München und OLG Stuttgart, die beide den Anwendungsbereich des KapMuG bejaht haben.

„Unsere Kanzlei sieht daher aktuell sehr gute Ansatzpunkte für die Rechtsbeschwerde und hat zu diesem Zweck bereits Kontakt zu dem renommierten Rechtsanwalt beim BGH, Prof. Dr. Matthias Siegmann aufgenommen, der für die rechtliche Prüfung und Vertretung im Rechtsbeschwerdeverfahren für von TILP vertretene Mandanten zur Verfügung steht.“, so **RA Peter Gundermann**.

Für die geschädigten Anleger, die gegen EY geklagt oder ihre Ansprüche zum Musterverfahren angemeldet haben, besteht aktuell kein Grund aktiv zu werden. Zunächst ist der Abschluss des Rechtsbeschwerdeverfahrens abzuwarten.

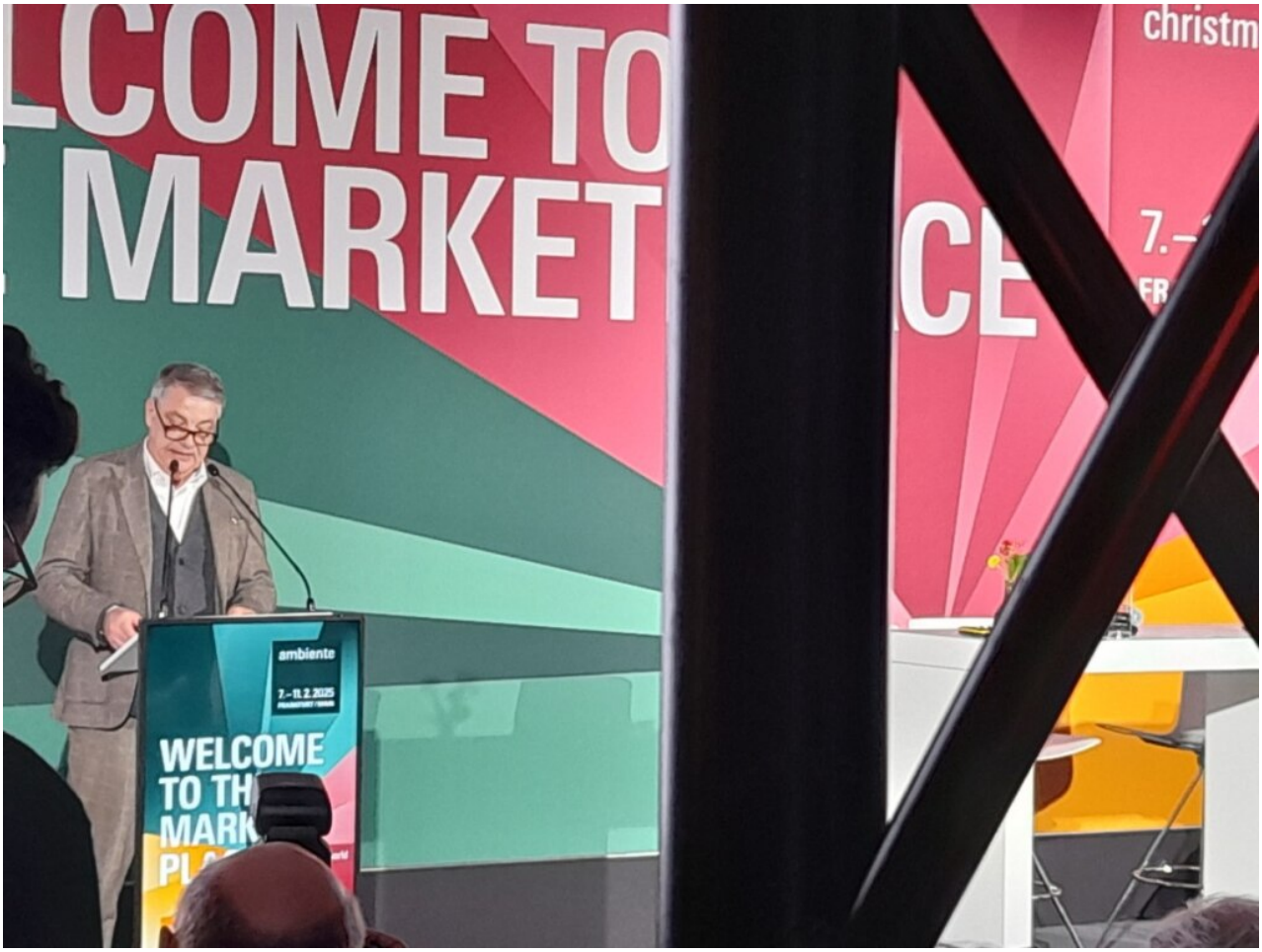
Meldung: TILP Rechtsanwaltsgesellschaft mbH Fachanwälte für Bank- und Kapitalmarktrecht | 72138 Kirchentellinsfurt

Siehe auch: Kanzlei TILP zum Regierungsentwurf KapMuG
Siehe auch: Zum Wirecard-Compliance-Skandal
Siehe auch: Klage gegen die BaFin wegen jahrelangem Amtsmissbrauch im Fall Wirecard
Siehe auch: Aktionäre und Anleger im Wirecard Insolvenzverfahren

Mega-Messe für Konsumgüter: Ambiente – neue Wachstumsfelder im Blick Internationale Messe

www.kulturexpress.info/2025/05/20/mega-messe-fuer-konsumgueter-ambiente-neue-wachstumsfelder-im-blick/

kulturexpress.info 20. Mai 2025



Gedanken zum WDC 2026 in Frankfurt/ Rhein-Main, am Podium Matthias Wagner K am 7. Februar auf der Ambiente PRK, Foto (c) Holger Zimmermann

Die internationalen Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld brachten gegenwärtig und werden zukünftig neuen Schwung in den globalen Konsumgütermarkt hineinbringen. Vom 7. bis 10./11. Februar 2025 versammelten sich auf dem Frankfurter Messegelände 4.660* Aussteller auf 29 Hallenebenen. Neue Sourcingmärkte, neue Segmente, mehr Wissen: Über 170 Teilnehmernationen werden erwartet. 109 Vorträge & geführte Touren liefern Know-how und sorgen für ein wertvolles Wissens-Upgrade.

Auftaktpressekonferenz Ambiente 2025 am 7. Februar in Halle 4.0, Saal Europa, Foto (c) Kulturexpress

Internationale Strahlkraft – höchste Zufriedenheitswerte

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld standen ganz im Zeichen neuer Kontakte zu Einkaufsentscheider*innen und internationaler Geschäftsinitiativen. Der hohe Internationalitätsgrad von über 70 Prozent trug wesentlich zur hohen Zufriedenheit bei. Für den belgischen **Contract Business-Aussteller XLBoom** führt dessen Inhaberin **Ann De Cock** aus: „Hier haben wir Kundschaft aus der ganzen Welt getroffen – aus Korea, USA, Dubai, Katar, Griechenland, Italien, Frankreich. Der Anteil Alt- und Neukunden liegt bei rund 50:50. Wir sind sehr zufrieden!“ Neben der Internationalität überzeugte auch die Qualität der Einkäufer*innen. So freute sich **Rob Bierman**, Product Design Manager und Visual Merchandising Manager von **Silk-ka**: „Die Kundschaft ist hier vor allem sehr international. Es wird gut gekauft, die Orderlaune ist wieder da. Damit hätten wir angesichts der Turbulenzen in der Welt und im Markt nicht gerechnet.“ Die Top-Besuchernationen waren nach Deutschland Italien, China, Niederlande, Frankreich und die USA. Insgesamt stieg die Besucher*innen-Zufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr nochmals um zwei Prozentpunkte auf 95 Prozent.

Podiumsrunde von links: Fabian Freytag, Matthias Wagner K, Ulrich Krebs, Detlef Braun und Erdmann Kilian stehend rechts Foto (c) Holger Zimmermann

Besucherandrang auf Frankfurter Konsumgütermessen

Das Messetrio aus **Ambiente, Christmasworld** und **Creativeworld** verzeichnet einen wahren Besucheransturm. Auch am dritten von fünf Messetagen strömen Fachbesucher*innen des deutschen und internationalen Handels sowie aus dem Objektgeschäft auf das ausgebuchte Messegelände, um sich von den Neuheiten der 4.660 Aussteller inspirieren zu lassen. Danach war klar: Diese Messe übertrifft alle Erwartungen. Aussteller waren begeistert von der hohen Frequenz, Besucher*innen von intensiven Fachgesprächen sowie umfassenden Events, Vorträgen und Touren.

Auf dem Messe-Dreigespann gab es tatsächlich tausende Aussteller mit Ständen zu bestaunen, ein durchweg ausgefülltes Programm zeigte sich während des Messebesuchs. Wenn zwischen der Vielzahl an Ständen das spektakuläre Stand-Design zugunsten der Anordnung und Menge zuweilen fehlte, entstand der Eindruck des Nebeneinanders wie in einem großen Bazar, an dem die Stände sich durch Vielzahl positiv gegenseitig ergänzten. Entsprechend war das Publikum aufgestellt, zahlreich und vielfältig. Rund 148.000 Besucher waren während der Messetage unterwegs. Auffallend wenig skandinavische Händler und Aussteller waren auszumachen, die den Weg hierher fanden und mit zurückhaltendem skandinavischen Design auffielen. Meist sind gerade diese Länder, vor allem Schweden, Norwegen, Dänemark und Finnland als auch Island auf Ausstellerseite und Messe sehr präsent. Zu deren erweitertem Umfeld zählen auch Ostseeanrainer wie die baltischen Länder: Estland, Litauen und Lettland. Während Polen viel mehr Eigendynamik auf Frankfurter Messen entfaltet, stärker seine Potentiale durch Grenznähe zu Deutschland entwickelt. Subjektiv betrachtet, waren jedoch mehr Aussteller aus Ländern wie Frankreich und Italien auf der Ambiente, um die auffällige Angebotspalette an edlem und hervorragendem Konsumgüter-Design beständig zu erweitern.

Christmasworld

Das Konsumgüter-Messetrio ist damit nicht nur die größte Veranstaltung am Standort Frankfurt, sondern auch weltweit ein einmaliger **One-Stop-Shop** für Industrie, Handel und Objektausstattung. „Die wirtschaftliche Weltordnung verändert sich und fordert alle Marktteilnehmer enorm heraus. Inflation, neue Konsumgewohnheiten und

Marktkonsolidierungen setzen Handel und Hersteller gleichermaßen unter Druck. Die drei Messen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld bilden die größte internationale Plattform der gesamten Konsumgüterindustrie und werden somit Chancenlieferant in herausfordernden Zeiten und Transformationstreiber für Wachstumsthemen wie Hospitality, Design und Nachhaltigkeit“, so **Detlef Braun**, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Mit dem neuen **Premiummarkenareal Interior Looks** zog die Ambiente gezielt Interior Designer*innen, Innenarchitekt*innen und Objektausstatter*innen aus aller Welt an und vernetzte damit die Möbelbranche. „Frankfurt ist der ideale Ort für Möbel, denn Trends entstehen dort, wo Innovationen aus allen Konsumgüterbereichen präsentiert werden“, erklärt Kurator **Bernd Schellenberg**. Auch **Denise Boxler** vom Bund deutscher Innenarchitektinnen und Innenarchitekten bdia bestätigt: „Interior Looks und das benachbarte **Future of Work-Areal** setzen starke Impulse für Wohnen und Arbeiten. Die gezielte Vernetzung von Herstellern und Planern bietet einen echten Mehrwert für alle.“

Neu war zudem das erweiterte Angebot für die **Hospitality-Branche**, das unter dem gleichnamigen **Special Interest** zusammengefasst wird. Mit der Fokussierung auf das Gastgewerbe erschließt die Ambiente einen nachfragestarken globalen Markt. **Joana Almeida**, Country Manager Spanien von Vista Alegre, stellte dazu fest: „Im **HoReCa-Bereich** ist die Besucherfrequenz und Qualität am besten, denn im Hospitality-Business steckt Potenzial.“ Das bestätigt auch **Ingrid Hartges**, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes: „Die Ambiente ist eine einzigartige Inspirationsquelle für

Gastronomie, Hotellerie und Catering – national wie international. Trends in der Gastronomie steigern die Nachfrage bei Herstellern und Handel, wodurch ein wertvoller Kreislauf entsteht.“

Ethycal Style

Mit dem Tag des Hoteliers speziell für die Hospitality-Branche hat die Ambiente ein Erfolgskonzept ins Leben gerufen, das sie in diesem Jahr mit wachsender Resonanz fortsetzte: Noch mehr Entscheider*innen aus der Hospitality-Branche und dem Objektgeschäft nahmen die Ambiente als zentralen Netzwerk- und Ordertermin wahr. Mit der opulent-verspielten Sonderpräsentation **The Lounge – Shades of Space** von Ambiente Designer 2025 **Fabian Freytag** betonte die Messe erneut ihre Kompetenz in puncto Design. Künstliche Intelligenz (KI) spielte sowohl bei der Gestaltung dieser Sonderpräsentation als auch im Vortragsprogramm auf den Academy-Bühnen eine Rolle als kreativer Verstärker und Resonanzfläche für die Transformation der Branche.

Halle 8

Interior Design in der modernen Gesellschaft – Ambiente Designer 2025 blickt in die Zukunft der Gastlichkeit mit Hilfe von KI

Die Ambiente setzt mit der Wahl ihres Ambiente Designers 2025 ein Zeichen für zukunftsweisendes Interior Design. In diesem Jahr übernimmt der mehrfach ausgezeichnete Freigeist und selbst ernannte Maximalist **Fabian Freytag** diese Rolle und präsentiert mit seiner visionären Interpretation von „**The Lounge – Shades of Space“** ein Konzept, das die Zukunft von Gastlichkeit und Hospitality neu denkt. „Auch die Hospitality-Branche durchläuft eine tiefgreifende Transformation – Identität ist alles. Gäste erwarten keine neutralen Räume mehr, sondern Orte mit Charakter, die überraschen, provozieren und im Gedächtnis bleiben. Mit Shades of Space setze ich ein Statement gegen Austauschbarkeit: Hospitality sollte theatral, sinnlich und mutig sein – und vor allem Spaß machen“, so **Fabian Freytag**, **Ambiente Designer 2025**. Künstliche Intelligenz spielt dabei eine Schlüsselrolle – nicht als Effizienz-Tool, sondern als kreativer Verstärker, der unkonventionelle Materialkombinationen und kühne Designkonzepte ermöglicht. Die Installation zeigte eindrucksvoll, wie Hospitality-Räume zu immersiven Erlebnissen werden und sich durch mutiges Design von der Masse abheben.

Halle 8

Der One-Stop-Shop in Frankfurt – alle da

Der Facheinzelhandel war in ganzer Bandbreite in Frankfurt vertreten. Darüber hinaus kamen von A wie **Amazon** bis Z wie **ZARA** namhafte nationale und internationale Großabnehmer zur Mega-Messe wie **ALDI, Carrefour International, Casa International, Compania Comercial Caribe, Coop, Crate & Barrel, Digital Flying Tiger Copenhagen, dm Drogeriemarkt, EDEKA, El Corte Inglès, Fenwick, Fleurop, Globus, Hans Segmüller, HADI enterprises, Hornbach, IKEA, Jaeyoung Trading, Lidl, Lulu Group International, REWE, Sainsbury, Tesco, The Loft Japan, The One Total Home Experience, The TFG Group** und **Zalando**. Das neu erweiterte Angebot zum Einrichten und Ausstatten zog insbesondere internationale Einkaufsentscheider*innen aus Gastgewerbe und Objektgeschäft sowie aus namhaften Organisationen an wie **Coface, Commerzbank, DB, Deka Immobilien Investments, Deutsche Hospitality Asset, Dwellings International, Hill Capital Partners, HSH Management Services, Iberostar Hoteles y Apartamentos, Ramsay Gastronomie** und **The Parker Company**. Museen mit angegliederten Shops wie **The Courtauld Institute Of Art** und **The Museum of Modern Art Department of Publications** besuchten ebenfalls das Messetrio für attraktive Sortimente.

Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Nachhaltigkeit durchzieht als zentrales Thema messeübergreifend die Großveranstaltung und unterstreicht die Verantwortung der Branche für zukunftsfähige Konzepte. Zum zehnjährigen Bestehen 2025 zeigte das Ethical Style-Programm erneut eindrücklich, wie nachhaltige Produktlösungen stetig an Bedeutung gewinnen. Während bei der Premiere

198 Aussteller das **Ethical Style-Label** erhielten, sind es in diesem Jahr bereits 354 über alle drei Messen hinweg – ein klarer Beleg für das wachsende Bewusstsein für ressourcenschonendes Wirtschaften.

Halle 12.1

Halle 11.0

Resiliente Netzwerke fördern die erfolgreiche Transformation – Conzoom Circle als weltweites Konsumgüter-Netzwerk

Das Messetrio ist Teil des **Conzoom Circle**, dem globalen Netzwerk der Messe Frankfurt für den Konsumgütermarkt. Mit jährlich rund 30 Branchenevents weltweit bietet die Messe Frankfurt der Branche eine Plattform, um sich zu vernetzen, Innovationen zu entdecken und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Jedes Jahr vertrauen fast 17.000 Aussteller und über 720.000 Besucher*innen diesem Netzwerk – von den Leitmessen in Frankfurt über Veranstaltungen in China, Japan, Indien, dem Nahen Osten bis Südafrika und künftig auch in Südamerika. Und über **Conzoom Solutions**, dem digitalen Content-Hub, finden Händler*innen unterjährig an 365 Tagen im Jahr wertvolle Branchen-Insights und Ordermöglichkeiten.

„Die besten Geschäfte entstehen aus den besten Beziehungen – und genau diese bieten wir in Frankfurt und weltweit durch das **Conzoom Circle-Netzwerk**. Wer die Zukunft mitgestalten will, muss sich jetzt vernetzen. Denn nur mit resilienten Netzwerken sind die Herausforderungen der Zukunft zu meistern“, so Detlef Braun.

Designhauptstadt 2026 Frankfurt Rhein-Main wirft ihren Schatten voraus

Im Jahr 2026 ist Frankfurt Rhein-Main **World Design Capital**. Die Region rückt damit als internationaler Design-Hotspot in den Fokus der Weltöffentlichkeit. Das Jahr 2026 wird ein spannendes Jahr. Alle freuen sich sehr darauf. Die Region Frankfurt RheinMain wird

Metropole des Designs, **World Design Capital 2026**. Dazu zählen die vielen großen wie kleinen Projekte in den Stadtteilen und in der Region zum Thema Demokratiebildung. Denn das ist der Kern von WDC: Mit den Mitteln von Design und Kultur unsere Demokratie zu stärken, die aktuell zerbrechlicher ist denn je. Frankfurt hat mit **WDC 2026** die einmalige Chance, sich mit all seinem Potential – als kreative, wirtschaftliche, aber auch soziale und nachhaltige Stadt stark, auch international, zu positionieren. Der nächste Schritt ist getan, um die gesamte Region auf das Großprojekt **WDC 2026** vorzubereiten.

„Das Projekt verfolgt das klare Ziel, die gesamte Rhein-Main-Region mit ihren vielen urbanen Zentren und den nicht weniger lebendigen ländlichen Räumen miteinander zu vernetzen und in den Mittelpunkt der internationalen Aufmerksamkeit zu rücken.
Die **WDC 2026** ist eine Investition in die Zukunftsfähigkeit der Region. Unternehmen aus der Region sind eingeladen, diese Gelegenheit zu nutzen, sich einem internationalen Publikum vorzustellen und aktiv in den Prozess einzubringen, sei es durch Partnerschaften, Projekte oder eigene Beiträge“, sagte **Ulrich Krebs**, Landrat Hochtaunuskreis.

Neue Messetermine 2026
Die zeitgleiche Veranstaltung der drei Leuchtturm-Messen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld hat Aussteller wie Besucher überzeugt. Entsprechend wird das Messetrio auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden. Alle drei Leitmessen starten am ersten Freitag im Februar.

Ambiente/Christmasworld: 06. bis 10. Februar 2026
Creativeworld: 06. bis 09. Februar 2026

Tourismus in Niedersachsen weiter auf Erholungskurs – Gästezahlen knapp unter Vor-Corona-Niveau

www.kulturexpress.info/2025/05/20/tourismus-in-niedersachsen-weiter-auf-erholungskurs-gaestezahlen-knapp-unter-vor-corona-niveau/

kulturexpress.info 20. Mai 2025

Sonnenaufgang in Niedersachsen, August 2024, Foto (c) Kulturexpress

Laut den vorläufigen Ergebnissen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN) verzeichnet das Land mit 15,4 Millionen Gästen und 46,1 Millionen Übernachtungen das vierte Wachstumsjahr in Folge. Im Vergleich zum Vorjahr steigen die Ankünfte um 2,5 Prozent und die Übernachtungszahlen um 1,0 Prozent. Im Bundesländerranking belegt Niedersachsen so weiterhin den vierten Platz. Trotz der positiven Entwicklung wird der Allzeitrekord aus dem Vor-Corona-Jahr 2019 knapp verfehlt; bei den Ankünften um -0,1 Prozent und bei Übernachtungen um -0,2 Prozent.

Wirtschaftsminister in Niedersachsen **Olaf Lies**: „Gesamtgesellschaftliche Herausforderungen werden die Tourismusbranche auch in Zukunft prägen und erfordern kontinuierliche Anpassungen. In den vergangenen Jahren hat sich der Tourismus mit hoher Dynamik weiterentwickelt. Deshalb braucht es auch in Niedersachsen ein neues Tourismusverständnis und veränderte Perspektiven. Im Rahmen der Tourismusstrategie

setzen wir gezielt auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Finanzierung und Wettbewerbsfähigkeit. Gemeinsam mit der Branche entwickeln wir Wege für einen starken und zukunftsfähigen Tourismus in Niedersachsen.“

Insbesondere der Incoming-Tourismus könnte so wieder angekurbelt werden. Denn im Vergleich zu 2019 bleibt die Zahl internationaler Gäste weiterhin verhalten. Rund 1,6 Millionen Gäste entsprechen zwar einem Plus von 1,8 Prozent zum Vorjahr, doch gleichzeitig einem Minus von 3,2 Prozent zum Vor-Corona-Zeitraum. Während die klassischen Schlüsselmärkte zulegen konnten und wieder vermehrt Gäste aus den Niederlanden, Polen und Dänemark nach Niedersachsen kamen, konnten die restlichen Quellmärkte nicht an die gute Entwicklung aus dem Vorjahr anknüpfen. Insgesamt entfielen rund 3,8 Millionen Übernachtungen auf Gäste, ein Anstieg von 2,8 Prozent gegenüber 2023 und ein Minus von 5,3 Prozent gegenüber 2019.

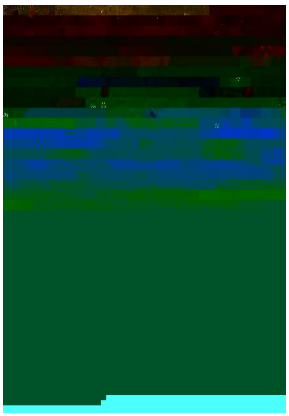
Im Inlandstourismus entfielen erneut rund zwei Drittel aller Übernachtungen auf die Regionen an der Nordseeküste, den Ostfriesischen Inseln, die Lüneburger Heide sowie die GEO-Region (Grafschaft Bentheim-Emsland-Osnabrücker Land). Besonders die Ostfriesischen Inseln konnten mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 6,0 Tagen weiterhin den bundesweiten Spitzenwert verzeichnen. Allerdings nimmt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer insgesamt weiter ab, was sich zunehmend in der Branche bemerkbar macht.

„In der nächsten Woche trifft sich die Welt des internationalen Tourismus auf der größten Reisemesse, der ITB Berlin. Niedersachsen wird durch die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH mit einem neuen, innovativen Messestand vertreten sein. Das ist eine großartige Möglichkeit für die gesamte Branche miteinander in den Dialog zu treten,“ so Minister Lies weiter. Die zu Grunde liegenden Ergebnisse basieren auf Meldungen von Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten bzw. mindestens zehn Stellplätzen auf Camping- und Reisemobilstellplätzen. Detaillierte Informationen bis auf Gemeindeebene sind in etwa 14 Tagen in der LSN Online-Datenbank abrufbar: https://www1.nls.niedersachsen.de/statistik/default.asp
Die vorläufige Jahresbilanz zur Tourismusstatistik 2024 finden Sie Anfang März unter https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/marktforschung/marktdatenbooklets/marktdaten-booklets-2024/
Meldung: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Hannover

„In der nächsten Woche trifft sich die Welt des internationalen Tourismus auf der größten Reisemesse, der ITB Berlin. Niedersachsen wird durch die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH mit einem neuen, innovativen Messestand vertreten sein. Das ist eine großartige Möglichkeit für die gesamte Branche miteinander in den Dialog zu treten," so Minister Lies weiter. Die zu Grunde liegenden Ergebnisse basieren auf Meldungen von Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten bzw. mindestens zehn Stellplätzen auf Camping- und Reisemobilstellplätzen. Detaillierte Informationen bis auf Gemeindeebene sind in etwa 14 Tagen in der LSN Online-Datenbank abrufbar: https://www1.nls.niedersachsen.de/statistik/default.asp

Die vorläufige Jahresbilanz zur Tourismusstatistik 2024 finden Sie Anfang März unter https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/marktforschung/marktdatenbooklets/marktdaten-booklets-2024/

Meldung: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Hannover



Auftragseingang im Bauhauptgewerbe 2024 niedriger als im Jahr zuvor destatis

www.kulturexpress.info/2025/05/20/auftragseingang-im-bauhauptgewerbe-2024-niedriger-als-im-jahr-zuvor/

kulturexpress.info 20. Mai 2025

Der reale (preisbereinigte) Auftragseingang im Bauhauptgewerbe ist im Jahr 2024 um 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesunken. Mit einem Volumen von 103,5 Milliarden Euro lag der nominale (nicht preisbereinigte) Auftragseingang um 1,1 Prozent über dem Vorjahresniveau und damit im zweiten Jahr in Folge im dreistelligen Milliardenbereich, wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt.

Im Hochbau lagen die Auftragseingänge mit 47,2 Milliarden Euro real 5,0 Prozent und nominal 4,0 Prozent unter dem Vorjahresergebnis. Dabei verzeichnete der Wohnungsbau mit real -3,5 Prozent (nominal: -2,4 Prozent) geringere Einbußen als der Nichtwohnungsbau (real: -5,8 Prozent, nominal: -4,8 Prozent). Der Auftragseingang im Tiefbau lag dagegen mit 56,3 Milliarden Euro real 3,4 Prozent und nominal 5,7 Prozent höher als im Vorjahr. Großaufträge, vor allem bei der Autobahn-, Brücken- und Tunnelsanierung und beim Ausbau des Stromnetzes, trugen maßgeblich zum diesem Rekordergebnis bei.

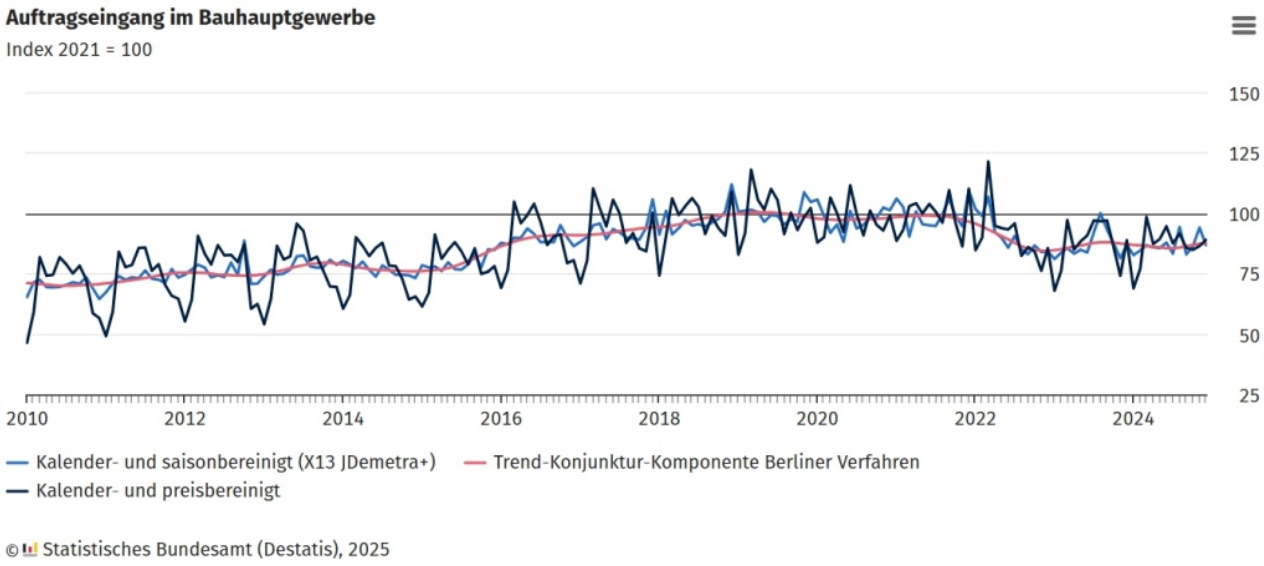
Auftragseingang sinkt im Dezember 2024 um 7,7 Prozent zum Vormonat

Im Dezember 2024 lag der reale (preisbereinigte) Auftragseingang im Bauhauptgewerbe kalender- und saisonbereinigt 7,7 Prozent unter dem November 2024. Im Vorjahresvergleich lag der reale Auftragseingang im Dezember 2024 kalenderbereinigt 0,1 Prozent niedriger. Der Auftragseingang betrug rund 8,7 Milliarden Euro. Das waren nominal (nicht preisbereinigt) 0,6 Prozent mehr als im Dezember 2023.

Jahresumsatz im Bauhauptgewerbe real gesunken

Der Jahresumsatz im Bauhauptgewerbe lag im Jahr 2024 real 1,0 Prozent niedriger als im Vorjahr. Nominal lag er 0,8 Prozent höher und erreichte einen neuen Höchststand von 114,8 Milliarden Euro. Innerhalb der einzelnen Bauarten erwirtschaftete der gewerbliche Tiefbau mit 25,1 Milliarden Euro den höchsten Jahresumsatz, der gewerbliche Hochbau folgte mit 24,8 Milliarden Euro.

In dieser Statistik werden alle Betriebe von Unternehmen mit 20 und mehr tätigen Personen erfasst. Im Jahr 2024 waren das rund 9 500 Betriebe und damit 1,5 Prozent weniger als im Vorjahr. Damit sank die Zahl dieser Betriebe im Jahr 2024 erstmals nach 14 Jahren (2009: 7 000 Betriebe) kontinuierlichen Wachstums.



In den befragten Betrieben waren 2024 im Jahresdurchschnitt 534 200 Personen tätig. Das waren rund 2 200 oder 0,4 Prozent weniger als im Jahr zuvor. Die Entgelte lagen im gleichen Zeitraum nominal 4,7 Prozent über dem Vorjahresergebnis und ergaben eine Gesamtsumme von 25,2 Milliarden Euro. Dabei wurden etwa 614 Millionen Arbeitsstunden (-0,6 Prozent gegenüber 2023) auf Baustellen geleistet.

Methodische Hinweise:
In allen Meldungen zu Konjunkturindikatoren sind die unterschiedlichen Vergleichszeiträume zu beachten. Im Fokus der Konjunkturbeobachtung steht der Vergleich der kalender- und saisonbereinigten Werte zum Vormonat/Vorquartal. Hieraus

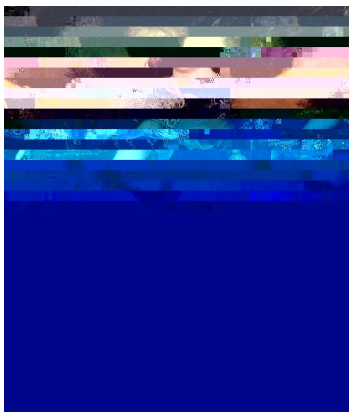
lässt sich die kurzfristige konjunkturelle Entwicklung ablesen. Der kalenderbereinigte Vorjahresvergleich dient einem längerfristigen Niveauvergleich und ist von saisonalen Schwankungen und Kalendereffekten unabhängig.

Der Monatsbericht im Bauhauptgewerbe, aus dem die Angaben in dieser Pressemitteilung stammen, erfasst Betriebe von rechtlichen Einheiten mit 20 und mehr tätigen Personen, die überwiegend einer der folgenden wirtschaftlichen Tätigkeiten nachgehen: Errichtung von Hochbauten im Rohbau, Ausführen von Tief- oder Spezialbauarbeiten.

Weitere methodische Hinweise finden sich in den **Erläuterungen zur Statistik** und der **Erläuterung zur Saisonbereinigung** sowie in den **Qualitätsberichten** zum Baugewerbe.

Basisdaten und lange Zeitreihen zum Bauhauptgewerbe können über die Tabellen **Monatsbericht im Bauhauptgewerbe (44111)** und **Auftragsbestand im Bauhauptgewerbe (44141)** in der Datenbank GENESIS-Online sowie auf der Themenseite „**Konjunkturindikatoren**“ abgerufen werden.

Die Ergebnisse zum Auftragseingang im Bauhauptgewerbe sind auch im „Dashboard Konjunktur“ verfügbar, das Teil des „Dashboard Deutschland“ (**www.dashboard-deutschland.de**) ist. In diesem Datenportal bündelt das Statistische Bundesamt hochaktuelle Indikatoren der amtlichen Statistik und weiterer Datenanbieter zu den Themen Wirtschaft und Finanzen sowie Arbeitsmarkt, Bauen und Wohnen, Energie und Ukraine. Mit dem „**Pulsmesser Wirtschaft**“ steht dort auch ein Tool zur Konjunkturbeobachtung in Echtzeit bereit.



C. René Hirschfeld – music for piano solo (op. 139) am Flügel Joshua Rupley tyx-art Musik-CD Neuerscheinung ab März 2025

www.kulturexpress.info/2025/05/20/c-rene-hirschfeld-music-for-piano-solo-op-139-am-fluegel-joshua-rupley/

kulturexpress.info 20. Mai 2025

TYXart_TXA25197_CD_Cover.jpg

Die Musik für Piano Solo entstand zwischen den Jahren 2017 und 2019. Sein Komponist C. René Hirschfeld. Die Uraufführung fand am 04. Juni 2023 beim Festival KlangArt Vision Sachsen Anhalt statt. Solist war Joshua Rupley. Dieses Werk spielt gewissenhaft Töne auf der Tonleiter. Ergebnis sind sieben Satzbezeichnungen: Äußerst langsam – Breit, aber mit Nachdruck – Sehr bewegt, drängend – Freudvoll, mit Glanz – Klar, quasi sprechend – Offen, mit Weite. Ich höre immer wieder die Anfangslaute aus dem

Kinderlied Bruder Jakob, der Kanon wird jedoch nicht ausgeführt. Sein Verlauf ist vielmehr monoton bisweilen A-Tonal wie das beständige Tropfen einer Tropfsteinhöhle, ohne jedoch nervig zu werden. Bezeichnet ist letzteres: Breit, aber mit Nachdruck. Die Gesamtdauer der Musik-CD mit dem Label von tyx-art beträgt: 53:23 Minuten. Der Satz: Sehr bewegt, drängend, erinnert an das Tröpfeln an einem Bachufer. Die Klänge eher hektisch sind geradezu vorauseilend. Das Piano pulsiert. Die Komposition weist insgesamt eine hohe Homogenität auf, ist ausgearbeitet in seinen Nuancen und wirkt durchdacht. Langeweile entsteht nicht beim Zuhören. Die Musik eignet sich sogar, um zu Arbeiten, sie stiftet eine angenehme Klangergänzung.

Komponist **C. René Hirschfeld** erläutert: Der erste und der letzte Satz nehmen eine Sonderstellung ein. Im ersten wird sozusagen der Boden bereitet, das Potenzial vorgestellt, aus dem heraus später die musikalischen Erscheinungen geboren werden. Dies geschieht durch die Etablierung der grundtonbezogenen Kompositionsweise (ab dem 2. Satz ist das Werk konsequent modal gearbeitet) mittels der absteigende und aufsteigende (gespiegelten) Obertonreihe. Im letzten Satz löst sich, nach kurzen letzten Reminiszenzen, alles auf, jedoch ist dieses Auflösen nichts Negatives, sondern einfach eine Rückkehr zur ursprünglichen Stille.

Die den einzelnen Sätzen zugrundeliegenden Modi entstehen, indem einzelnen Tönen Bewegungsfunktionen zugeordnet werden, d.h. die Skalen enthalten teils aufwärts andere Töne als abwärts, Neben- und Haupttöne sind als solche klar definiert.

Der ausführende Pianist **Joshua Rupley** kommentiert im Booklet zur Musik-CD den Komponisten C. Renè Hirschfeld und sein Werk „Musik für Piano solo“ op. 139: Die ganze erste Seite im Werk besteht aus einem kräftigen, äußerst langsam wiederholten, tiefen F#: Der Fis-Dur-Akkord (abgekürzt F#-Akkord) ist ein Dreiklang, der sich aus den Noten Fis, Ais und Cis zusammengesetzt. Über diesem tiefen F# kaskadieren lang erklingende einzelne Vorschlagsnoten. **Joshua Rupley** fragt sich, inwieweit das eine chromatische Tonleiter wiedergeben soll? Er kommt zu dem Schluss: Nein, bei genauerem Hinschauen: Es sind die ersten 22 Obertöne dieses tiefen F#, rückwärts – also abwärts – gespielt. Dabei liegt das rechte Pedal durchgehend und sorgt für einen vollen, wirbelnden, farblich immer komplexer werdenden Klang.

Durch alle 22 Obertöne erstreckt sich ein langes diminuendo. Zum Schluss treffen sich Oberton und Grundton in einem leisen, schlichten piano. Das Werk entsteht so langsam wie es vergeht, wobei die strengen rhythmischen und akustischen Strukturen des Anfangs sich zunehmend in Freiheit und Weite auflösen. Das Ende wiederum ist wie eine Improvisation, die sich mit Fetzen früherer Motive an die vergangenen Sätze erinnert.

Die langsam steigernden Polyrhythmen und ein kurzer, spannungsvoller Ausbruch im ersten Satz sind wie ein „erster Versuch, in Bewegung zu kommen“. Diese Andeutung kommender Spannung erreicht aber kein klares Ziel und verliert sich wieder in dem großen, farbigen Klang der vielen F#.

Der zweite Versuch in Bewegung zu kommen, ist im zweiten Satz dafür deutlich länger und letztendlich erfolgreich. **Joshua Rupley** empfindet diesen Satz am anspruchsvollsten zu spielen. Die schneller werdenden Polyrhythmen reißen einen mit – während im Bass das G währt, unbeeindruckt und unerschütterlich.

Nach einer drängenden Explosion der Töne im dritten Satz kommt das faszinierende Gebilde des vierten Satzes: Eine kleine Note, wie ein kleiner Lichtpunkt, umgeben von großer Weite und Leere, verdichtet sich mit der Zeit und entwickelt durch die Evolution seiner Verzierungen ganz neue Lebensformen.

Kostenlose Hörbeispiele dieses neuen CD-Albums!

CD-Programm / Trackliste:

Musik für Piano solo (op. 139)

01 Äußerst langsam / Extremely slow
02 attacca: Breit, aber mit Nachdruck / Broad, but with emphasis
03 attacca: Sehr bewegt, drängend / Very agitated, urgent
04 Freudvoll, mit Glanz / Joyous, with luster
05 Sanglich / Singing
06 Klar, quasi sprechend / Clear, speaking
07 attacca: Offen, mit Weite / Open, with space

(1 CD | Best.-Nr. TXA25197 | Reihe „Modern Classics“)