

KURZ GEMELDET

**Medac baut neues
Forschungszentrum**

Tornesch – Mit einem Aufwand von 18 Millionen Euro errichtet die Medac Gesellschaft für klinische Spezialpräparate (Hamburg/Wedel) ein neues Forschungs-, Labor- und Logistikzentrum im Business-Park Tornesch im Kreis Pinneberg. Das 1970 gegründete Unternehmen zählt zu den wichtigsten Anbietern von Anti-Krebs-Präparaten. 2008 erzielte es mit 600 Mitarbeitern einen Umsatz von 202 Millionen Euro. gn

**Wasserkraft
für Wittensee**

Groß Wittensee – Die Wittenseer Mineralbrunnen GmbH (Groß Wittensee) setzt ihren Weg zur Produktionsoptimierung unter den Aspekten Umweltschutz und Wirtschaftlichkeit weiter fort. Nach der Bio-Zertifizierung stand als nächster Schritt die Strombelieferung aus regenerativen Energiequellen an, so Geschäftsführer Hans-Werner Grützmaier. Das passende Angebot machte der langjährige Lieferant E.ON Hanse (Quickborn): Strom aus 100 Prozent Wasserkraft. Der entsprechende Vertrag wurde vorläufig bis 2012 abgeschlossen. Er umfasst eine Gesamtmenge von zwei Millionen Kilowattstunden. gn

**Gute Noten für
Milch von coop**

Kiel – Das Urteil „Sehr gut“ hat die Vollmilch der coop-Regionalmarke „Unser Norden“ vom Verbrauchermagazin Öko-Test erhalten. Getestet wurden 32 Milchsorten. Im Vergleich waren Discounter-, Bio- und Markenprodukte. Geprüft wurde, ob es sich lohnt, teure Bio- und Markenmilch zu kaufen, oder ob günstigere Produkte mithalten können. Durchgeführt wurden mikrobiologische und sensorische Tests. KN

**Afrika-Reise von
Gebeco ausgezeichnet**

Kiel – Der Kieler Erlebnisreise-Spezialist Gebeco wurde für die Reise „Mythen und Legenden Südafrikas“ mit dem Travel One Kompass ausgezeichnet. Die Leser der touristischen Fachzeitschrift Travel One wählten die Reise in der Kategorie Studien-, Rund- und Aktivreisen auf den dritten Platz. Die literarische Reiseroute führt von Johannesburg über den Krüger Nationalpark und Swasiland nach Kapstadt. alb

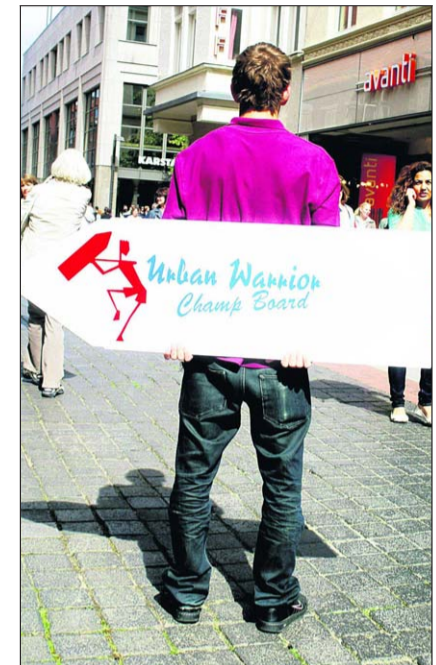
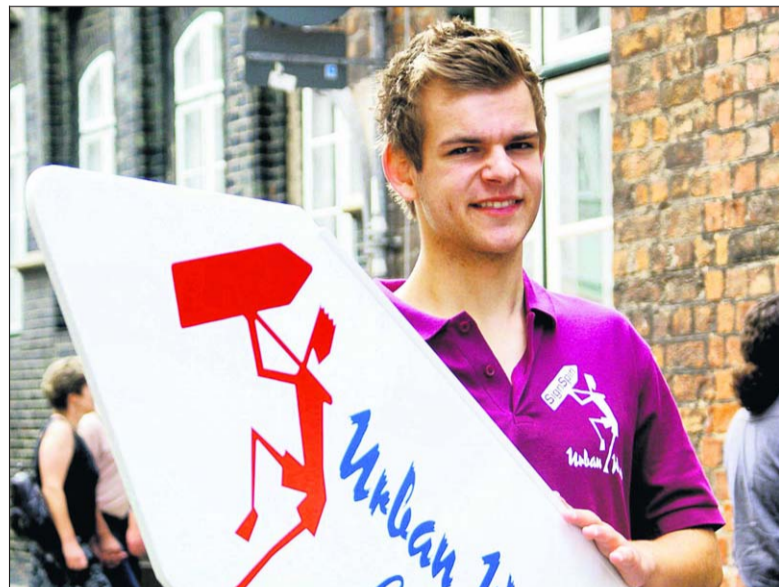
**Möbel Kraft feiert
Oktoberfest**

Bad Segeberg – Es muss nicht immer Münchens sein: Auf dem Gelände von Möbel Kraft in Bad Segeberg wird vom 17. bis zum 20. September ein traditionelles Oktoberfest gefeiert. Es gibt bayrisches Bier und ein großes Festzelt. KN



Sign Spinning: Werbung als Sport

Lübecker Schüler entdeckte eine Marktlücke



Schüchternheit ist beim Sign Spinning fehl am Platz: Jung-Unternehmer Philipp Schatton zeigt seine Werbetafel in der Lübecker Fußgängerzone. Foto Klüver

Lübeck – Weil ihm sein Schülerjob als Zeitungsausträger zu schlecht bezahlt war, entschloss sich ein Lübecker Schüler ein Unternehmen zu gründen. Mit Sign Spinning, einer neuen Werbeform aus den USA, hat er eine Marktlücke gefunden.

Von Nathalie Klüver

In einer Fernsehreportage hörte Philipp Schatton zum ersten Mal von Sign Spinning. Eine neue Werbeform aus den USA, die es in Deutschland damals, Anfang 2008, noch nicht gab. „Ich habe mir gedacht, das fehlt in Deutschland“, erzählt Philipp. Er fragte seinen Vater, einen Unternehmensberater, ob man das nicht zusammen aufziehen kann. Sein Vater war begeistert, half ihm, das Unternehmen SignSpin Sign Spinning Advertisement anzumelden und die ersten Schritte zu gehen. Was sich hinter dem Begriff Sign Spinning verbirgt? Das

Hauptwerkzeug: ein großes Schild in Pfeilform. Auf diesem Schild werden die Werbebotschaften angebracht. „Zum Beispiel, wenn eine Neueröffnung ansteht, ein Umzug oder eine Sonderaktion“, erklärt Philipp. Mit diesem Schild stellen sich die Sign Spinner, mal alleine, mal zu zweit oder in größeren Gruppen in Fußgängerzonen. Doch sie stehen nicht einfach still und halten ihr Schild in die Höhe, sondern bewegen sich, wirbeln das Schild herum, werfen es in die Luft, halten es über den Kopf. „Wir machen damit kleine Kunststücke – die Ideen kommen einem ganz von allein“, sagt Philipp. Eine richtige kleine Sportart habe sich daraus bereits entwickelt – so dass er auf der Homepage nun sogar die Schilder, trendsportgerecht Boards genannt, für Freizeitsportler anbietet. Schon nach kurzer Zeit hatte er 40 Anfragen für die Boards – nun hat er noch die passenden Polo-Shirts entworfen.

Das Schwerste an der ganzen Sache seien die ersten Wochen gewesen. Im

November begann Philipp für seine Idee Werbung zu machen. Zunächst einmal war Klinkenputzen angesagt. Der Schüler ging von Geschäft zu Geschäft. Zusätzlich verschickte er etliche Briefe. Da Sign Spinning in Deutschland noch völlig unbekannt war, musste er immer und immer wieder erklären, worum es eigentlich geht. Ein Plattenladen war Philipps erster Kunde. Dann ein Lübecker Autohaus. Dann kam ein Auftrag aus Hamburg.

Heute kann sich Philipp vor Anfragen kaum retten. Sein Vater hilft ihm dabei, übernimmt die betriebswirtschaftlichen Aspekte. Er ließ das Konzept schützen, ebenso die Wortmarke und das Aussehen der Pfeilschilder. Auf den Einsatz der Pfeile als Sportgerät ist ein Patent beantragt. Da mittlerweile Anfragen aus ganz Deutschland kommen, die Philipp und seine Freunde neben der Schule nicht alle allein bewältigen können, haben Philipp und sein Vater sich entschlossen, ein Franchise-System auf-

zubauen. In Hamburg, Bremen, Cottbus, Essen, Leipzig und Erfurt habe er bereits Verträge geschlossen, erzählt Philipp.

Neben der Arbeit, die Sign Spin mit sich bringt, die Schule lässt Philipp nicht schleifen. In die zwölfte Klasse eines Innenstadtymnasiums in Lübeck geht er und nun beginnen die Noten für das Abitur zu zählen. „Bisher hatte ich noch nie Probleme, Schule, Hobbies und Arbeit unter einen Hut zu bringen“, sagt er. Aber nun, wo es aufs Abi zugeht, mal sehen, wie es dann weitergeht. Nach der Schule will er studieren, trotz eigener Firma. „Maschinenbau aber auch Marketing finde ich spannend“, sagt der 17-Jährige. Gerade was Marketing betrifft, habe er schon einen guten praktischen Einstieg. Denn auch wenn sein Vater sich um die betriebswirtschaftlichen Dinge kümmert, er bezieht seinen Sohn in alles mit ein. „Da bekommt man einen guten Einblick in alles.“ Nicht nur in unternehmerische Dinge – auch im Umgang mit den Behörden.

Einlagen ganz ohne Rezept – footinMotion geht neue Wege

Kieler Firma will Füße
in eigenen Shops
wieder in Form bringen

Von Martin Geist

Kiel – Bei Brillen ist es gang und gäbe. Wer ein Hilfsmittel für besseren Durchblick benötigt, kommt in der Regel ohne vorherigen Gang zum Arzt aus und wendet sich direkt ans Optiker-Fachgeschäft seines Vertrauens. Genau dieses Modell will die footinMotion GmbH jetzt auf das Geschäft mit orthopädischen Einlagen übertragen.

Hohlfuß, Senkfuß oder Knick-Plattfuß lauten die Fachbegriffe für die Malaisen, mit der sich in mehr oder weniger ausgeprägter Form fast alle herumplagen, die schon ein paar Jährchen auf dem Buckel und entsprechend viele Kilometer per Pedes zurückgelegt haben. „Viele ernsthafte Beschwerden könnten vermieden werden, wenn die Leute beizeiten die richtigen Einlagen tragen würden“, glaubt footinMotion-Geschäftsführer Jörn Paulmann, der jedoch im Alltag immer wieder ein nur allzu menschliches Verhalten beobachtet: Seine Füße in Form zu bringen, darum kümmert man sich meist erst dann, wenn's wirklich weh tut. Daran will die footinMotion

GmbH, ein unternehmerischer Ableger der seit 1987 in Kiel dem gesunden Gehen verpflichteten Firma Kriwat, mit ihrem Konzept anknüpfen. Einfach in den Shop reinschauen, mit selbstverständlich digitaler Hilfe seine Füße vermessen lassen und bei Korrekturbedarf die passende Einlage gleich in der gewünschten Farbe mitnehmen, lautet die Devise. Auf diese Weise visiert Paulmann das gesundheits- und wellnesbewusste Publikum an, bei dem die Füße trotz der locker drei Erdumrundungen, die sie im Lauf eines Lebens bewältigen müssen, immer noch allzu oft einfach auf der Strecke bleiben. Feldversuche mit zufällig angesprochenen Testgehemern auf publikumsträchtigen Veranstaltungen haben laut Paulmann eindrucksvoll bewiesen, dass die Methode Potenzial hat: „Alle, denen wir eine Einlage in den Schuh gedrückt haben, waren total begeistert.“

Im Hinterkopf hat footinMotion dabei auch die allgemeine Gesundheitspolitik. Schon lange zahlen die Krankenversicherungen nur noch teilweise, wenn es gilt, den Füßen auf die Sprünge zu helfen. Um die 45 Euro Eigenanteil sind Standard, und eines nicht mehr sehr fernen Tages könnten sich die Kassen nach Paulmanns Einschätzung genauso wie bei Brillen ganz aus die-



Jörn Paulmann ist überzeugt davon: Der Verkauf von Einlagen direkt an den Kunden bietet enormes Potenzial. Foto mag

sem Bereich zurückziehen. Serienfertigung im Hause Kriwat, wo schon jetzt 10 000 Einlagen pro Jahr gefertigt werden und auch der wegfallende Verwaltungsaufwand bei der Abrechnung mit den Kassen, erlauben den Kielern indes eine Kalkulation, die den Kunden bereits jetzt kaum teurer kommt. 60 Euro pro Einlagenpaar müssen für den Kauf ohne Rezept veranschlagt werden.

Gegründet wurde die footinMotion GmbH, zu deren Gesellschafter neben Paulmann die Schwager Michael und Holger Kriwat gehören, im Dezember 2008. Im Blick hat das Trio dabei nicht nur

den Heimatstandort, sondern auch den Rest der Republik. Über ein Franchise-System soll die Idee in ganz Deutschland verbreitet werden. Für Konzept, Schulung und Marketing ist die Kieler Zentrale zuständig, in den einzelnen Shops tragen selbstständige Betreiber die Verantwortung. Der erste derartige Shop wird voraussichtlich demnächst im Südwesten Schleswig-Holsteins eröffnen. Weitere Läden sollen alsbald folgen. Zu haben sind die im Direktverkauf angebotenen Einlagen außerdem auch in den Kriwat-Filialen in Kiel, Kronshagen, Preetz und Hamburg.

Hummel fährt weiter mit 1711

Osterrönfeld – Die 1711 Transit Transport & Logistik (Osterrönfeld) wickelt über ihr Logistikzentrum in Flensburg für weitere fünf Jahre die gesamte Europa-Logistik des skandinavischen Sportartikel- und Fashion-Herstellers Hummel ab. Damit setzen beide Unternehmen ihre 1991 begonnene Zusammenarbeit fort. Zu dem Auftrag gehören vor allem die Warenbeschaffung aus Fernost, Lagerhaltung, Konfektionierung und Kommissionierung bis zur Rechnungsstellung und Zahlungsabwicklung. Neben diesem langfristig betreuten Großkunden hat 1711 kürzlich zwei weitere Auftraggeber aus Skandinavien gewonnen: das Mode-Label Rosamunde sowie den dänischen Porzellanhersteller SPB. gn

Lidl errichtet Zentrallager

Siek – Die Autobahn A 1 zwischen Hamburg und Lübeck entwickelt sich zur Wachstumsachse. In Siek (Kreis Stormarn) errichtet der Lebensmittel-Discounter Lidl auf 85 000 Quadratmetern jetzt sein Zentrallager für Norddeutschland. In das Vorhaben investiert das Unternehmen 25 Millionen Euro. Geplant sind 150 Arbeitsplätze. gn

AM TELEFON

**Wirtschaft
regional**

Ansprechpartner
Olaf Albrecht
0431-9032815



E-Mail: alb.red@kieler-nachrichten.de