



AHRENSBURG 360°

editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

eine moderne Webseite ist heute weit mehr als eine digitale Visitenkarte: sie ist der Motor für Sichtbarkeit und Kundenbindung. Worauf es dabei wirklich ankommt, hat uns Catharina von Hobe im Interview verraten.

Lust auf eine kleine Pause? Handgemachte Genussmomente und urbanes Flair erwartet die Gäste im Cuccuma. In der ehemaligen Apotheke in der Manhagener Allee gibt es viel zu entdecken.

Um die Erfolgsfaktoren von Teams geht es im Gespräch mit Heike Löwensen. Sie macht deutlich, warum eine ‚gesunde‘ Kultur weit mehr als ein Wohlfühlfaktor ist.

Gehören Sie zu den Unternehmen, die Künstliche Intelligenz bereits nutzen, aber bei den Ergebnissen noch Luft nach oben sehen? Beim letzten Forum gab Andrea Weiss wertvolle Impulse, wie man die Technik effizient steuert. Die Anweisungen an die KI haben wir für Sie zum Download.

Haben auch Sie spannende Neuigkeiten oder eine Geschichte aus Ihrem Unternehmen, die geteilt werden sollte? Nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf.

Es gibt viel zu entdecken. Viel Spaß beim Lesen!



Ahrensburg
schau hier!



Herzliche Grüße

Ihre Anja Gust

kurz notiert

Strategie vor Design: Warum Unternehmen ihre Webseite neu denken sollten

Viele Webseitenprojekte beginnen mit der Frage nach der Optik oder der neuesten Technik. Doch wer eine Website allein über das Design definiert, greift zu kurz. „Unternehmen sollten bei einer Modernisierung nicht mit Design oder Technik beginnen, sondern mit den strategischen Fragen“, sagt Catharina von Hobe. „Was soll die Website eigentlich leisten und welche Zielgruppen möchten wir erreichen?“ Erst auf diesem Fundament entstehen Struktur, Inhalte und Gestaltung. Als Inhaberin von CvH Design in Ahrensburg begleitet sie seit über 20 Jahren Unternehmen dabei, digitale Auftritte zu entwickeln, die Strategie, Technik und Online-Marketing zusammenführen.

Das Potenzial der eigenen Internetpräsenz wird in vielen Unternehmen oft noch unterschätzt. Häufig fungiert sie eher als digitale Visitenkarte denn als strategisches Werkzeug. Dabei liegt genau hier eine Chance zur Optimierung. „Wird die Webseite als fester Bestandteil von Vertrieb und Marketing verstanden, kann sie echten Mehrwert schaffen“, sagt von Hobe. Das Ziel sollte sein, Auftritte zu schaffen, die für das Unternehmen tatsächlich arbeiten – indem sie sichtbar sind, überzeugen und aktiv zur Kundengewinnung beitragen. Der Wandel im Verständnis



Catharina von Hobe © Robert Schlossnickel

der eigenen Online-Präsenz wird durch den anhaltenden Fachkräftemangel zusätzlich forciert. Marketing findet heute

►►► Bürgermeister im Dialog mit dem Ahrensburger Handwerk

nicht mehr nur für Kunden statt. „Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie ihre Webseite auch aktiv für das Recruiting einsetzen müssen“, so die Expertin. Eine überzeugende Karriereseite entscheidet im Mittelstand heute oft darüber, ob eine Bewerbung überhaupt eingereicht wird. Damit rückt die Website ins Zentrum der Unternehmenskommunikation: Sie wird sowohl zum Vertriebs- als auch zum Recruitinginstrument.

Noch vor wenigen Jahren reichte es oft aus, in klassischen Suchmaschinen präsent zu sein. Heute müssen Unternehmen zunehmend auch in KI-Systemen und generativen Suchergebnissen wahrgenommen werden. Um hier erfolgreich zu sein, rät die Expertin zu einer Rückbesinnung auf Qualität und Authentizität. „In einer Zeit, in der Inhalte schnell und automatisiert entstehen können, wird authentische Kommunikation zum entscheidenden Unterschied“, weiß Catharina von Hobe. Für Unternehmen sieht sie vor allem drei Hebel: Den Anfang macht eine solide Suchmaschinenoptimierung für die grundlegende Sichtbarkeit. Hinzu kommen eine hochwertige Karriereseite sowie Inhalte, die konsequent aus der Perspektive der Zielgruppe gedacht sind. „Es geht um Kommunikation, die nicht aus der Unternehmenssicht geschrieben wird, sondern die Fragen und Bedürfnisse der Kunden ernst nimmt und beantwortet“, erklärt sie.

Ein zentraler Aspekt der modernen Online-Kommunikation ist die Unabhängigkeit. Eigene Kanäle wie die Website, Blogs oder Newsletter – sogenannte Owned Media – gewinnen an Bedeutung, da Unternehmen dort unabhängig von den

Algorithmen großer Plattformen agieren können. „Eine Website ist kein einmaliges Projekt, sondern ein Kanal, der kontinuierlich weiterentwickelt werden muss“, sagt die Agenturchefin.

Nach über zwei Jahrzehnten im Geschäft motiviert die 55-Jährige vor allem die ständige technologische Evolution und der konkrete Nutzen für ihre Kunden. Mit ihrem zehnköpfigen Team setzt sie bewusst auf Qualität und langfristige Beziehungen statt auf schnelles Wachstum. „Wenn ein Projekt gut funktioniert und ich merke, dass ein Kunde wirklich zufrieden oder sogar begeistert ist, ist das für mich die größte Bestätigung“, so von Hobe.

Weitere Informationen und Kontakt:
cvh-design.de

kurz notiert

Handgemachte Genussmomente treffen urbane Lebensart

Wer das Cuccuma in der Manhagener Allee 46 betritt, spürt es sofort: Dieses Café ist mehr als nur ein Ort für einen schnellen Kaffee. Es ist ein Stück urbanes Flair, das die Schlossstadt bereichert. Mit Kunst an den Wänden, einem modernen Ambiente und viel Liebe zum Detail hat Kristina Schulz hier ein echtes „Kleinod“ geschaffen. „Viele Menschen empfinden unser Café als einen Ort zum Wohlfühlen – fast wie ein zweites Zuhause“, erzählt die Unternehmerin.



Marco Klemz und Kristina Schulz © Cuccuma

Das Herzstück des Cuccuma ist das kompromisslose Bekenntnis zum Handwerk. Es wird komplett auf Convenience verzichtet. Stattdessen stehen zwei Konditormeister in der Backstube. Ob die beliebte Cheesecake-Salted-Caramel-Torte oder die kunstvollen Baisers – alles ist hausgemacht und ohne Konservierungsstoffe. „Bei uns gibt es keine kleinen Stücke. Wir servieren Portionen, die glücklich machen“, betont Kristina Schulz. Besonders groß ist die Resonanz auf die individuellen Torten, die für spezielle Anlässe wie beispielsweise Hochzeiten ganz nach den persönlichen Wün-

schen der Brautpaare kreiert werden.

Diese Philosophie zieht sich durch das gesamte Angebot, das weit über die Kuchentheke hinausgeht. So locken bis 13 Uhr vielseitige Variationen wie das „Avocadobrot“ mit pochiertem Ei oder das „süße Frühstück“ mit hausgemachtem Fruchtmus. Auch die Getränkekarte setzt mit Spezialitäten wie hausgemachter Lavendel-Limonade, Matcha-Latte oder der belebenden Goldenen Milch Akzente, die man sonst eher aus Metropolen kennt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf dem hausgemachten Mittagstisch mit wöchentlich wechselnden Gerichten. Dabei wird das Team der steigenden Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen gerecht: Das wachsende vegane Angebot überzeugt auch Gäste, die bisher vielleicht wenig Berührungspunkte mit dieser Küche hatten.

Kristina Schulz ist in Ahrensburg keine Unbekannte; viele kennen sie noch aus ihrer Zeit als Inhaberin des Café Gold. Und auch das Cuccuma ist die Erfüllung ihres ganz persönlichen Traums. „Früher war hier an der Ecke eine Apotheke. Ich saß oft auf der Bank davor und stellte mir bildlich vor, wie Menschen hier unter Sonnenschirmen sitzen und das Leben genießen“, erinnert sie sich. 2022 wurde diese Vorstellung Realität.

Heute ist das Café nicht nur ein Treffpunkt für den täglichen Genuss, sondern auch eine gefragte Adresse für Caterings und private Feiern. Ob fröhliche Geburtstage oder würdevolle Trauerfeiern – das Team sorgt für den passenden Rahmen. Apropos Team: Kristina Schulz hat die GmbH inzwischen an den langjährigen Mitarbeiter Marco Klemz übergeben. „Ich bringe meine zehnjährige Erfahrung ein, während er jugendliche Impulse setzt“, erklärt sie das Erfolgsmodell der internen

Nachfolge. Wer Lust auf eine Auszeit vom Alltag hat, findet das Cuccuma von Mittwoch bis Sonntag geöffnet. Es ist dieser besondere Mix aus handwerklicher Perfektion und familiärer Herzlichkeit, der die Gäste oft sagen lässt: „Eigentlich wollte ich gar nicht so lange bleiben.“

Weitere Informationen und Kontakt:
cuccuma.org

kurz notiert

ChatGPT ohne System ist wie Suppe ohne Salz: nett, aber nicht überzeugend

Viele Unternehmen haben Künstliche Intelligenz längst ausprobiert. Doch zwischen erster Neugier und echtem Nutzen liegt oft eine große Lücke. Dass das Thema bewegt, zeigte sich beim 58. Forum Ahrensburger Unternehmen: Bis auf den letzten Platz war das Foyer des Rathauses gefüllt. Gleich zu Beginn machte Andrea Weiss deutlich, woran viele KI-Anwendungen im Alltag scheitern: „Viele nutzen KI wie einen Praktikanten am ersten Arbeitstag und wundern sich dann über durchschnittliche Ergebnisse.“

Anhand praxisnaher Beispiele zeigte die Referentin, wie Unternehmen KI strategisch einsetzen können. Besonders anschaulich wurde es bei der Nutzung von ChatGPT als Sparringspartner, um das eigene Geschäftsmodell kritisch zu hinterfragen. Mithilfe eines gezielten Perspektivwechsels – etwa durch die „Brille“ von Business-Ikonen wie Steve Jobs – lassen sich Geschäftsmodelle aus völlig neuen Richtungen betrachten und innovative Denkpulse für die weitere Diskussion im Team gewinnen.

Darüber hinaus stellte die KI-Enthusiastin vor, wie sich KI nicht nur für einzelne Aufgaben, sondern auch zum Aufbau eines strukturierten Wissenssystems nutzen lässt. In Kombination mit Tools wie NotebookLM können Unternehmen Informationen bündeln, analysieren und für zukünftige Entscheidungen nutzbar machen – ob zur Vorbereitung von Kundengesprächen, zum Durchspielen kritischer Fragen oder zur Strukturierung umfangreicher Inhalte.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Frage, wie Qualität überhaupt entsteht. Andrea Weiss verdeutlichte, dass präzise Anweisungen – sogenannte Prompts – der Schlüssel zu hochwertigen Antworten sind. Statt vager Fragen braucht die KI klare Zielvorgaben und Kontext. Ihre volle Stärke entfaltet sie jedoch erst im System: Werden Ressourcen wie Zielgruppen, Schreibstile und wie die Marke klingen soll als Wissensgrundlage eingebunden, liefert die KI konstant hochwertige Ergebnisse und spart signifikant Zeit.

„Die beste KI ist immer noch Ihr Kopf“, gab Andrea Weiss den Gästen zum Abschied mit auf den Weg. Wirtschaftsförderin Anja Gust zog ebenfalls eine posi-



Andrea Weiss und Peter Meusel
© Stadt Ahrensburg

tive Bilanz: „Die Teilnehmenden haben neue Perspektiven und praktische Impulse mitgenommen. Und die Erkenntnis, dass der wahre Mehrwert von KI nicht in der Anzahl der Tools liegt, sondern im systematischen Einsatz.“

Für alle, die nicht vor Ort dabei sein konnten, hat die Referentin einige Prompts aus dem Vortrag zum Download bereitgestellt.

kurz notiert

Erfolgsfaktor Team: Wie moderne Führung die Zukunftsfähigkeit von Teams stärkt

Marktdynamik, technischer Wandel und neue Arbeitsformen fordern von Unternehmen ständige Anpassung. In diesem Umfeld investieren Firmen in moderne Infrastrukturen und fachliches Know-how. Ein entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg ist jedoch das Zusammenspiel der Menschen hinter den Prozessen. „Die eigentliche Hebelwirkung liegt oft in der Haltung und der Kommunikation von Führungskräften und Teams“, sagt Heike Löwensen. Mit ihrem Unternehmen „Wandelpfade“ begleitet sie Firmen dabei, Teams nicht nur funktional, sondern menschlich belastbar aufzustellen.

Der Weg zu stabiler Zusammenarbeit beginnt für die Trainerin bei der Führungspersönlichkeit. „Wir starten im Innen: Wie „ticke“ ich als Führungskraft? Welche Werte möchte ich leben?“, erklärt Löwensen. Hinzu kommen Themen wie Selbstorganisation. Ein stabiles Fundament erlaubt es, im nächsten Schritt die Teamdynamik im Außen erfolgreich zu gestalten. Gerade in Zeiten von Homeoffice und hybrider Arbeit ist diese enge Verbindung im Team der Garant, um Reibungsverluste zu vermeiden und Potenziale voll auszuschöpfen.

Ein zentraler Ansatzpunkt ist dabei die sogenannte psychologische Sicherheit. Was zunächst nach einem abstrakten Konzept klingt, hat in der unternehmerischen Praxis handfeste wirtschaftliche Auswirkungen. Entwickelt Ende der 1990er-Jahre von der Harvard-Professorin Amy Edmondson, ist es heute aktueller denn je. „Wenn sich Mitarbeitende sicher fühlen, Fehler offen anzusprechen und Impulse einzubringen, steigt die Innovationskraft spürbar an“, erklärt Löwensen. Studien belegen: Eine gesunde Teamkultur führt zu höherer Produktivität, geringeren Fehlzeiten und stärkerer Mitarbeiterbindung. Für Unternehmen ist die Investition eine strategische Entscheidung mit messbarem Ertrag.

Dabei setzt die Expertin auf maßgeschneiderte Begleitung. „Mir geht es darum, Themen im Team sichtbar zu machen und gemeinsam den Zielzustand zu entwickeln. Manchmal geht es darum, Spannungen offen anzusprechen oder die eigene Belastbarkeit in Veränderungsprozessen zu stärken. Gleichzeitig ist mir aber auch die Einordnung in einen größeren Rahmen wie beispielsweise Mut oder auch Resilienz wichtig“, so die Trainerin. Ein wesentlicher Baustein für den Erfolg ist Kontinuität. Um den Transfer in den Alltag zu sichern, nutzt Löwensen moderne Ansätze wie Blended Learning. Ihr Ziel: „Wissen tatsächlich in Handeln zu verwandeln.“

Mit Blick auf die kommenden Jahre sieht sie die Verbindung von Mensch und KI als zentrale Herausforderung. Während Technologie Routineaufgaben übernimmt, werden Kreativität und „Elastizität“ zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren. Ein passendes Bild hierfür ist das Schilf: Während ein Baum im Sturm brechen kann, biegt sich das Schilf und richtet sich wieder auf. Diese innere Haltung zu fördern, ist für Löwensen eine Daueraufgabe moderner Personalarbeit. Nach über zehn Jahren Erfahrung motiviert die Diplom-Kauffrau vor allem die nachhaltige Veränderung: „Wenn ein Team gemeinsam an Widerständen wächst, ist das die beste Bestätigung.“ Erste Impulse bietet das kostenfreie Format ‚Inspiration to go‘ – zweistündige Online-Sessions zu wechselnden Fokusthemen. Die Anmeldung erfolgt einfach über den ‚Wandel-Letter‘ auf ihrer Webseite.



Heike Löwensen © Nina Grützmacher

Weitere Informationen und Kontakt:
wandelpfade.de

impRESSUM

Wirtschaftsförderung der Stadt Ahrensburg
Manfred-Samusch-Straße 5
22926 Ahrensburg
Tel.: 04102-77 166
Fax: 04102-77 113
E-Mail: Anja.Gust@ahrensburg.de
Web: www.ahrensburg.de
V.i.S.d.P.: Anja Gust

Umsetzung:
WEISSMARKETING, Hamburg
<https://weiss-web.de/>