

Krankenkassen

## 741 000 Euro für die Hospizarbeit

**BREMEN.** In diesem Jahr stocken die Krankenkassen im Land Bremen ihre Zuschüsse an die Hospizdienste kräftig auf – um 45 Prozent auf 741 000 Euro. Allein die Ersatzkassen unterstützen die Arbeit der neun ambulanten Dienste mit ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern mit etwa 285 000 Euro.

Die Hospizdienste stehen unter der fachlichen Leitung von mindestens einer Pflegefachkraft, die die Ehrenamtlichen schult, unterstützt und deren Einsatz koordiniert.

Im Land Bremen haben im vergangenen Jahr 370 Helferinnen und Helfer mit dieser Unterstützung durch die Kassen 362 schwer kranke Patienten und ihre Angehörigen begleitet und sie in der letzten Lebensphase zuhause betreut. Darunter waren 77 Kinder und deren Familien.

Die deutliche Steigerung der Förderung um mehr als 45 Prozent im Vergleich zum Vorjahr kommt zustande, weil jetzt auch Teile der Sachkosten der Hospizdienste bezahlt werden dürfen. Zu den Sachkosten gehören unter anderem Fahrtkosten der ehrenamtlichen Helfer, Miet- und Nebenkosten für die Hospizdienste sowie Versicherungen.

„Mit dieser erhöhten Förderung honorieren wir die menschliche Zuwendung, die neben der medizinischen Versorgung schwerstkranker Menschen und deren Angehörigen eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe ist“, sagt Kathrin Herbst, die Leiterin der Landesvertretung des Verbands der Ersatzkassen. „Die Krankenkassen übernehmen einen wesentlichen Betrag der notwendigen Kosten für eine würdevolle Begleitung sterbender Menschen bis zuletzt.“ (nz)

### Kompakt

Johannesgemeinde

## Singen für Kinder und (Groß-)Eltern

**LEHERHEIDE.** Das Eltern-Kind-Singen der Johannesgemeinde (Langener Landstraße/Parkstraße) wieder los: Donnerstag, 15.45 Uhr. Gedacht ist es für Kinder im Alter zwischen zwei und fünf Jahren. Eine halbe Stunde lang werden – gemeinsam mit (Groß-)Eltern – spielerisch die Stimme und Rhythmus entdeckt sowie altersgerechte Lieder gesungen. Die nächsten Termine sind der 11. sowie der 18. August. Nähere Informationen gibt es unter ☎ 6 18 88. (nz)

So stimmt's

## AfD: Prieß-Austritt schon 2015

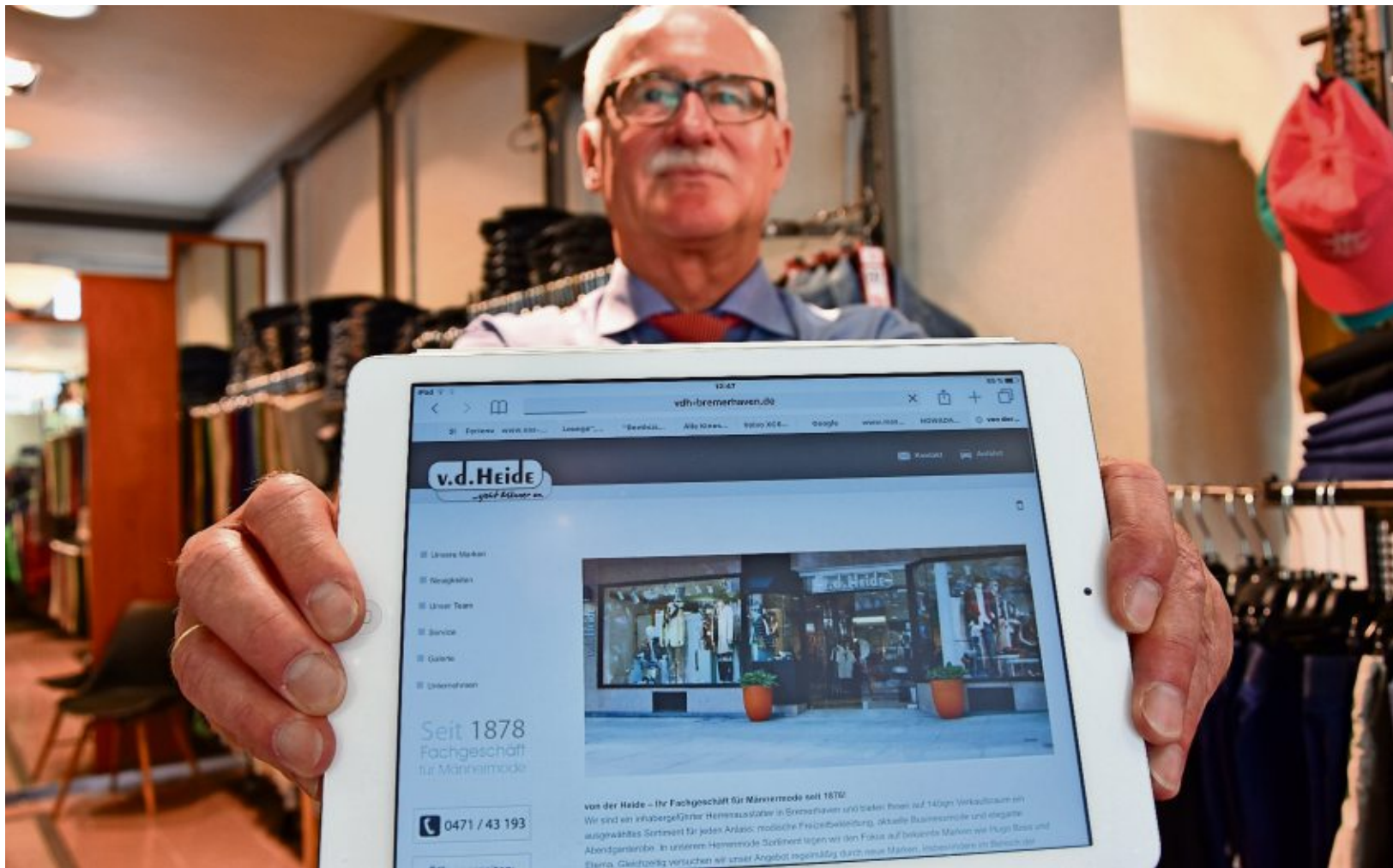
**BREMENHAVEN.** Der Austritt von Ingrid Prieß aus der Partei Alternative für Deutschland (AfD) erfolgte nicht, wie in der NZ am Sonnabend zu lesen war, nach dem Tod von Joachim Barthel, sondern lange zuvor, nämlich am 2. September 2015. Darauf hat der AfD-Stadtverordnete Thomas Jürgewitz hingewiesen. (nz)

### Ihr Draht zu uns

- Gert-Dieter Meier (gdm) 0471/597-264
- Christoph Beschmitt (cmb) 0471/597-305
- Thorsten Brockmann (bro) 0471/597-269
- Rainer Donsbach (rad) 0471/597-265
- Wolfgang Ehrecke (ehr) 0471/597-266
- Ursel Kikker (kik) 0471/597-268
- Klaus Mündelein (mue) 0471/597-309
- Jürgen Rabbel (bel) 0471/597-276
- Mark Schröder (mas) 0471/597-252
- Susanne Schwan (sus) 0471/597-290
- Denise von der Ahé (vda) 0471/597-308

**Produktion:**  
Gabriele Schürhaus (shs) 0471/597-267  
Christof Santler (san) 0471/597-286  
bremerhaven@nordsee-zeitung.de

## Serie „Lokalhelden“: Chancen und Herausforderungen für Bremerhaven



Unternehmer Claus von der Heide setzt neben seinem Geschäft in der „Bürger“ auch auf seine Website.

Foto Käfer

# Internet lockt neue Kunden

Die Einzelhändler Claus von der Heide, Nicole Steffens und John Reinhardt setzen auf Online-Kunden

**BREMENHAVEN.** Bislang nutzen nur wenige Bremerhavener Einzelhändler das Internet für eine digitale Vermarktung ihres Geschäfts. Doch der Einsatz lohnt sich absolut, wie einige Beispiele aus der Seestadt zeigen – obwohl durchaus anfängliche Skepsis bestand.

Von Facebook hält Claus von der Heide wenig, das ist nicht seine Welt. „Überhaupt stand ich der Digitalisierung lange skeptisch gegenüber“, sagt der Inhaber des gleichnamigen Herren-Bekleidungsgeschäfts in der „Bürger“. Dass Menschen durch die Gegend laufen und nur auf ihr Handy anstatt auf die Umgebung achten oder dass Kunden Online-Shopping vom heimischen Sofa aus dem Einkaufsummel in der Innenstadt vorziehen, kann von der Heide nicht verstehen. „Das muss ich aber auch gar nicht, denn diese Entwicklung lässt sich nicht mehr rückgängig machen“, sagt der Unternehmer. „Viel entscheidender ist für uns Einzelhändler, dass wir die Entwicklung nicht verschlafen und uns dieser anpassen.“ Diese Erkenntnis reifte schon vor mehr als zehn Jahren in ihm. Damals habe er auf Anraten aus seinem privaten Umfeld eine Website für sein Geschäft erstellen lassen.

Die anfängliche Skepsis ist schon lange der Überzeugung gewichen, dass die Zukunft im Digitalen liegt. „Ich habe ja bei mir selbst festgestellt, dass ich mein Verhalten geändert habe“, berichtet von der Heide. „Bevor ich in ein Restaurant gehe, schaue ich mir gern im Internet die Speisekarte an oder informiere mich vor dem Urlaub über das Hotel.“ Wenn er auf den Webseiten keine oder nur wenige Infos findet, werde er schnell skeptisch. „Warum also sollte ich von meinen Kunden etwas anderes erwarten?“

An diesem Punkt ist Nicole Steffens schon lange gelangt.

Seit sechs Jahren ist sie Inhaberin der Buchhandlung „Mausbuch“ in der Hafestraße. Für sie war es selbstverständlich, neben dem stationären Geschäft auch eine Website mitsamt Online-Shop für gedruckte Bücher und E-Books anzubieten. „Internet-Riesen wie Amazon haben dem Buchhandel schon sehr früh zugesetzt“, sagt sie. Daher versucht Steffens, ihre eigene Nische zu finden – mit Erfolg: „Wir haben einige Kunden, die nur über den Onlineshop bestellen und die wir sonst nicht als Kunden hätten.“

Am gefragtsten seien jedoch die Hinweise zu den Veranstaltungen, die von Häkelkursen bis Lesekreis-Treffen reichen, und von denen es im Schnitt alle ein bis zwei Wochen mindestens eine gibt. „Viele Kunden erkundigen sich im Internet aber auch nach ganz einfachen Dingen wie Telefonnummer, Öffnungszeiten und Kunden-Parkplätzen“, sagt Steffens.

Interesse an der digitalen Entwicklung hat Steffens schon lange. So entstand auch die Idee, einen eigenen Blog ins Leben zu rufen, in dem sie regelmäßig im Nachhinein über die von ihr angebotenen Veranstaltungen be-

richtet. „Das macht mir großen Spaß und verbessert auch die Relevanz meiner Buchhandlung bei Google-Suche erheblich.“ Kein Wunder also, dass Steffens auch Kunden außerhalb Bremerhavens und der Umgebung hat, die sie sonst nie erreicht hätte.

Davon kann auch John Rein-



Nicole Steffens ist Inhaberin der Buchhandlung „Mausbuch“. Sie hat übers Internet schon Kunden gefunden und bewirbt dort auch ihre Veranstaltungen.

Foto Käfer

hardt ein Lied singen: Der gebürtige US-Amerikaner hat mit seiner Frau Michaela vor knapp fünf Jahren den Backwarenbetrieb „Brownies & Cookies“ gegründet. „Wir haben bislang zwar nur den Laden in der Pressburger Straße, doch das Internet ist für uns bereits zu einer Filiale geworden.“ Ohne die Website als zweites Standbein sei der Standortnachteile in der Preßburger Straße auch gar nicht auszugleichen, sagt Reinhardt. Doch die Kunden kommen bei weitem nicht nur aus Bremer-

haven, er habe auch viele in Niedersachsen. Pro Woche erhält Ehepaar Reinhardt nach eigenen Angaben mindestens zwei Online-Bestellungen. „Dabei behandeln wir das Online-Geschäft bislang nur stiefmütterlich, das wird sich aber ändern“, sagt er.

Rund eine Stunde investieren er und seine Frau bislang wöchentlich in die Online-Präsenz von Brownies & Cookies. „Das ist deutlich zu wenig“, findet John Reinhardt. Denn auch Bremerhavener Kunden, die bei ihm im Laden oder auf dem Wochenmarkt einkaufen, informieren sich häufig vorab im Internet über seine Produkte. „Die kommen dann zu uns und fragen gezielt nach Produkten, über die sie sich vorher auf unserer Website erkundigt haben.“

Damit stellt Reinhardt gewiss keinen Einzelfall dar: Auch Nicole Steffens und Claus von der Heide machen diese Erfahrung regelmäßig. „Zu uns kommen einige Kunden, die sich ganz gezielt nach einem Kleidungsstück einer bestimmten Marke erkundigen,

die sie im Internet gefunden haben“, sagt von der Heide. Ursprünglich habe er die Sorge gehabt, dass Kunden sich bei ihm im Laden informieren, um anschließend das gleiche Produkt im Internet zu kaufen. „Diese Befürchtung hat sich aber nicht bestätigt, eher das Gegenteil ist der Fall.“ Einen Online-Shop will von der Heide aber trotz dieser positiven Erfahrungen nicht einrichten. „Der Aufwand dafür wäre enorm.“ Stattdessen habe er für sich persönlich abgewogen, über welche Kanäle er seine Kunden am besten erreicht. Daher ist er seit einigen Monaten auch bei Facebook und seit wenigen Tagen auch mit einem eigenen Kanal bei Youtube aktiv – auch wenn er davon privat nicht viel hält.

Serie Lokalhelden Wie der Handel das Internet nutzt

## Workshops

Die NORDSEE-ZEITUNG bietet zusammen mit der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ), der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, Erlebnis Bremerhaven und Wirtschaftsförderung Cuxhaven ab September eine Workshop-Reihe und den Lokalhelden-Wettbewerb an. Weitere Infos gibt es im Internet: lokalhelden.nordsee-zeitung.de

Dienstag, 26. Juli

**Chancen:** Wo Einzelhändler ihre Nischen sehen

Heute

**Erfolgsgeschichten:** Wie Händler ihre Online-Aktionen bewerten

Dienstag, 9. August

**Lokalhelden:** Jetzt startet die Kampagne

### Leserbriefe

## OTB ist doch schon vorhanden

**Zum Thema „OTB“:**

Bremerhaven hat doch schon längst seinen OTB. Begründung: Fährt man von Stadtmitte aus kommend die Straße Am Lundeich entlang, so sind auf der rechten Straßenseite entlang die ganzen Betriebe angesiedelt, die im Bereich von Windkraftanlagen tätig sind. Das Rohmaterial sowie die Fertigteile werden von der Straße Am Lundeich aus angeliefert, werden in den Hallen fertiggestellt und kommen auf der anderen Seite, direkt an der Kai-mauer des Labradorhafens, heraus. Also werden der Labrador- und der Luneorthafen zum Wind-Energie-Hafen umgebaut, der dann von allen Betrieben der Windenergie-Branche auf kürzestem Wege erreicht werden kann. Und das alles völlig unabhängig von der Tide. Die Errichtung einer künstlich errichteten Halbinsel im Weserwasser birgt erhebliche Nachteile für Natur und den Menschen. Bei der Umwandlung zum Wind-Energie-Hafen ist nur eines zu beachten: Es muss die Doppelschleuse auf ihre Maße überprüft werden, damit die Versorgungsschiffe dort auch problemlos passieren können.

Klaus-Dieter Grefe, Loxstedt

## Grantz ist gescheitert

**Zum Interview „Ich halte mich für kritikfähig“ mit Melf Grantz, NZ v. 19. 7.:**

Was ist denn das für eine Demokratie, in der wir hier leben? In Bremerhaven steht der Gewinner der Bürgermeisterwahl bereits fünf Monate vor der Wahl fest und die NORDSEE-ZEITUNG spendiert auch noch eine ganze Seite, ohne kritische Fragen zur anstehenden Wahl zu stellen? Fragen wie: Warum wird der Bürgermeister nicht endlich von den Bürgern gewählt? Wieso gibt es keine ernstzunehmenden Mitbewerber? Ein amtierender Bürgermeister, der wiedergewählt werden will, sollte sich um das Amt bemühen und Erfolge nachweisen können. Die Arbeitslosigkeit ist mit 18,4 Prozent nach wie vor eine der höchsten in ganz Deutschland. OB Melf Grantz ist gescheitert. Und der OTB und der Hafentunnel sind Fehlscheidungen, für die es keine Notwendigkeit gibt. Unter einer Demokratie verstehe ich etwas anderes, aber nicht das, was wir hier erleben dürfen. Ich glaube, die SPD und auch Melf Grantz trauen sich nicht, sich einem Wettbewerb zu stellen.

Andreas Müller, Lehe

## Polemik passt nicht

**Zum Interview „Hass gegen jeden, der Ali heißt“, NZ v. 25. 7.:**

Im Interview mit dem Grünen-Abgeordneten Omid Nouripour titelt die NZ „Hass gegen jeden, der Ali heißt!“ Die Aussage von Nouripour gibt eine solche Folge- rung nicht her. Unabhängig davon ersetzen Medien grundsätzlich „Ablehnung“ durch „Hass“. So eine Polemik passt nicht zu einer objektiven Berichterstattung.

Bernd Fichtner, Geestemünde

Meinungsbeiträge unserer Leser können nur dann in der NORDSEE-ZEITUNG veröffentlicht werden, wenn die Zuschriften mit Name, Adresse und Telefonnummer versehen sind und die Inhalte nicht gegen Recht und Gesetz verstoßen. Die Leserbriefe sind auf eine Länge von 35 Zeilen (maximal 1000 Zeichen) begrenzt und müssen sich auf ein Thema beziehen, das in der Zeitung behandelt wurde. Die Redaktion behält sich das Recht auf Kürzungen vor. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir nicht jeden Leserbrief veröffentlichen können. Schicken Sie Ihre Leserzuschriften bitte unter Angabe des Artikelbezuges an die NORDSEE-ZEITUNG; Redaktion Leserbriefe, Postfach 10 12 28, 27512 Bremerhaven, Fax 04 71/5 97-3 14, E-Mail: leserforum@nordsee-zeitung.de Leserbriefe geben nicht die Meinung der Redaktion wieder.



Michaela und John Reinhardt betreiben den Backwaren-Betrieb „Brownies & Cookies“ in Bremerhaven.

Foto privat