

# Mit Mediation Geld und Nerven schonen



Gemeinsam auf der Business-Lounge-Couch (von links): Moderator Mathias Neigenfind, Verena Kern von Faber-Castell und Oliver Dittmann, Mediator und Trainer aus Langfurth. Foto: Haberl

**DENNENLOHE (sh) – Konflikte können teuer werden. Das gilt erst recht, wenn Unternehmen vor Gericht streiten – sei es nun ein Zivil- oder ein Schiedsgericht. Eine Möglichkeit, hier Geld und Nerven zu schonen, stellte Oliver Dittmann bei der März-Business-Lounge in Denenlohe vor. Im Unternehmervortrag sprach Verena Kern von Faber-Castell über „Das Produkt als Erlebnis“.**

Der Langfurthener Dittmann, Diplom-Wirtschaftsjurist (FH), zitierte aus einer Umfrage der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG unter 4000 Industrieunternehmen aus dem Jahr 2009. Gefragt nach Konfliktkosten bei der Projektarbeit, gaben rund 50 Prozent der Firmen Verluste von jährlich mehr als 50 000 Euro an. Ein zweites Zitat stammte von Dr. Anke Sessler von der Siemens AG: „Wenn ich die Kosten der Schiedsgerichtsbarkeit bedenke, müssten gerade kleinere Unternehmen gro-

ßes Interesse haben, alternative Streitbeilegungsverfahren zu wählen.“

Als zweiten Vorteil nannte Dittmann die Dauer eines Mediationsverfahrens. Die Internationale Handelskammer ICC führe sowohl internationale Schiedsverfahren als auch komplexe internationale Mediationsverfahren durch, erklärte Dittmann. Mit vier Monaten benötige ein Mediationsverfahren im Durchschnitt deutlich weniger als ein Schiedsverfahren (24 Monate). Vor einem Zivilgericht müsse man bei zwei Instanzen gar von 30 Monaten im Schnitt ausgehen.

Anhand eines Beispielsfalles schilderte Dittmann kurz den Ablauf einer Mediation. Wie sich zeigte, kann bei einer solchen freiwilligen Streit-schlichtung vieles zur Sprache kommen, das vor Gericht keinen Platz hat: Das reicht vom Umgang innerhalb der Familie bis hin zur Trauerarbeit bei Erbstreitigkeiten.

Mediation eigne sich, so erfuhren

die Gäste des Unternetzwerkes Trust, immer auch dort, wo Interessen im Spiel sind: also bei Zusammenschlüssen von Unternehmen oder aber, wenn es um die Betriebsnachfolge geht.

Mit Hilfe von Erlebniswelten die Kundenbindung verbessern – und natürlich auch Geld verdienen. Verena Kern aus Nürnberg stellte dazu zum einen Beispiele vor wie die Swarovski Kristallwelten in Wattens (Österreich) oder die Emsflower Erlebniswelt im Emsbüren mit jeweils mehreren 100 000 Besuchern pro Jahr. Zum anderen berichtete sie von den Plänen bei Faber-Castell. Am Stammsitz in Stein soll im Sommer 2016 ebenfalls eine Erlebniswelt eröffnet werden: „Konservativ geschätzt für 130 000 Besucher im Jahr.“

Faber-Castell ist nach eigenen Angaben der größte und älteste Hersteller von Blei- und Farbstiften der Welt. Den Gruppenumsatz für 2013/2014 gab Kern mit rund 564 Millionen Euro an.