

Der Mehrwert einer Mehrwertsteuerreform

Eigentlich ist die Mehrwertsteuer die einfachste Steuer im Portfolio des Finanzministers. Eigentlich. Denn es gibt es inzwischen 50 Warengruppen, die einem ermäßigten Mehrwertsteuersatz unterliegen. Die Begründungen hierfür sind meist nicht mehr nachvollziehbar, sie lassen sich auch nicht mit ursprünglichen sozialpolitischen Verteilungszielen begründen. Denn Rennpferde sind begünstigt, Windeln nicht, auf Schulessen sind 19 Prozent fällig, auf Fastfood nicht, Milch ist steuerlich subventioniert, Mineralwasser nicht usw.

Das wirre Gestrüpp an Ausnahmetatbeständen ist in der jüngsten Zeit durch Gutachten wiederholt untersucht worden. Regelmäßig wird empfohlen, bis auf einen engen Kreis von Nahrungsmitteln alle Ausnahmetatbestände abzuschaffen.

Das hat auch die Vollversammlung der IHK Nord Westfalen vorgeschlagen. Die frei werdenden Milliarden sollten für eine allgemeine Senkung des Normalsatzes verwendet werden, forderte das Parlament der regionalen Wirtschaft schon im November 2009. Zudem: Um mögliche Härten zu vermeiden, sollten über die ohnehin vorhandene Sozialbürokratie die Regelsätze für Bedürftige gezielt angehoben werden.

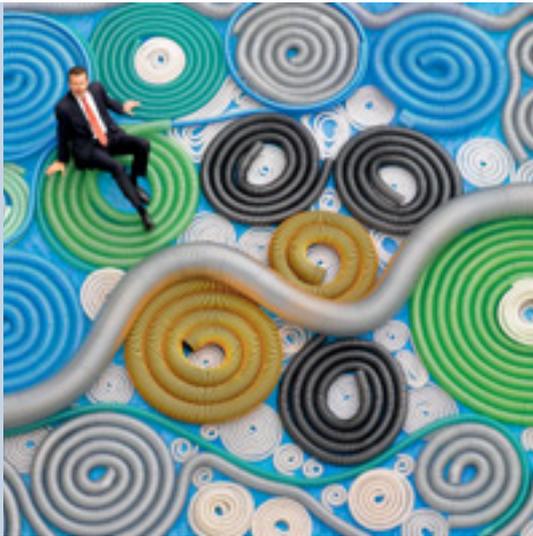
Viele Unternehmen wären für eine Reform dankbar. Etwa das Druckgewerbe, das mit Abgrenzungsproblemen bei der Unterscheidung zwischen gedrucktem Text (begünstigtes Kulturgut) und Werbung (normal besteuert) zu kämpfen hat. Das führt zu der skurrilen Ungleichbehandlung zwischen Bildbänden (7 Prozent) und einem Bild-/Postkartenbuch, aus dem die Postkarten herausgetrennt werden können (19 Prozent). Und wer wundert sich als Pommes-Konsument nicht über die Unterscheidung zwischen „Abgabe von Speise an Imbissbude mit Ablage nur zum Abstellen von Taschen etc.“ (7 Prozent) und der „Abgabe von Speise an Imbissbude mit Verzehrtheke“ (19 Prozent)? Überrascht es da noch irgendjemanden, dass sich Unternehmen und Steuerverwaltung ausgiebig darüber streiten, was im Einzelfall eine „Verzehrtheke“ ist?

Finanzminister Schäuble hat dennoch entschieden, dass die Vereinfachung der Mehrwertsteuer auf unbestimmte Zeit verschoben wird. Seine Begründung: Es seien kaum zusätzliche Einnahmen für den Bundeshaushalt zu erzielen.

Die Sanierung der Bundesfinanzen ist ohne Zweifel sein wichtigstes Ziel. Aber ganz so einäugig muss eine Steuerpolitik auch nicht ausfallen: Der Finanzminister übersieht den Mehrwert einer Mehrwertsteuerreform für die Unternehmen, wenn die steuerlichen Bürokratiekosten abgebaut werden. Das meint jedenfalls



Nein, der Himmel weiß auch nicht, warum auf Windeln ein höherer Steuersatz zu zahlen ist als für ein Rennpferd. Foto: Margouillat photo - Fotolia.com



Die Macht der Bilder

Der erste Eindruck zählt! Auch in der Unternehmenskommunikation entscheidet ein gutes Foto häufig darüber, ob sich der Betrachter für eine Information oder ein Produkt interessiert.

Seite 14

Welches Arbeitsrecht gilt?

Bevor ein Unternehmen eigene Mitarbeiter ins Ausland schickt, muss in den meisten Fällen der jeweilige Arbeitsvertrag angepasst werden. Der dritte Teil der Serie zur Entsendung von Mitarbeitern.



Seite 52



Frischfisch

Körpersprache hilft beim Karpfenverkauf – beim Fischhaus Kittner werden die Mitarbeiter regelmäßig auch zu Themen geschult, die nichts mit Fisch zu tun haben. Das Unternehmen wurde jetzt mit dem Seafood Star 2010 ausgezeichnet.

Seite 50

Rubriken

- 3 **AusrufeZeichen**
- 6 **TerminBörse**
- 8 **NachrichtenPool**

Titelthema

- 14 **„Die Macht der Bilder“**
Fotografien in der Unternehmenskommunikation
- 18 **Was ist wichtig?**
Tipps zur Zusammenarbeit mit Fotografen
- 20 **Profis in der Bildsprache**
Fotografen und ihre guten Beispiele für Unternehmen
- 29 **„Bilder zielgerecht einsetzen“**
Interview: Wie wirken gute Bilder?

Themen

- 30 **Mit Körpersprache begeistern**
Tipps beim Unternehmenssymposium m:ut 10 am 9. Dezember
- 46 **Übernahme gelungen**
Mitarbeiter werden Nachfolger
- 48 **Ja, nein oder weiß nicht?**
Wenn Entscheidungen schwer fallen
- 50 **Leidenschaft für Fisch**
Warum das Fischhaus Kittner als „bestes mobiles Fisch-Fachgeschäft“ ausgezeichnet wurde
- 52 **Welches Recht gilt im Ausland?**
Entsendung von Mitarbeitern
- 71 **Vertrauen zurückgewinnen**
Ethik und Wirtschaft beim Herbstkonvent von „Industrie in Münster“
- 72 **Erfindergeist gefragt**
Mehr Hightech-Gründungen sind erforderlich
- 74 **Arm – aber Chef**
Unternehmer am Existenzminimum
- 86 **Logistik-IT für morgen**
Die Logata GmbH in Bocholt

Profil

- 54 ■ International
- 57 ■ Innovation | Umwelt
- 58 ■ Recht | FairPlay
- 60 ■ Aus- und Weiterbildung
- 66 ■ Starthilfe | Unternehmensförderung
- 64 ■ Standortpolitik

Wirtschaftsregion

- 10 Wirtschaftsjuvenoren
- 32 BetriebsWirtschaft

Forum

- 12 Buchtipp
- 70 Neues aus Berlin und Brüssel
- 69 SteuerVorteil
- 88 Seminare
- 90 Impressum
- 90 Schlusspunkt

Verlags-Speziale

- 74 **Der Wirtschaftsraum Warendorf**
 - Von der Textilbranche zum Science Center
 - Qualität nach außen dokumentieren
 - Ein galoppierender Wirtschaftsfaktor
 - Im Nischenmarkt zum Platzhirsch



Arm – aber Chef

Manche Unternehmer halten sich und ihren Betrieb gerade so „über Wasser“, entweder gefühlt oder tatsächlich. Die Soziologie-Professorin Dr. Andrea Bührmann hat das so genannte „prekäre Unternehmertum“ untersucht

Seite 74

Erfindergeist bei Gründern gefragt

Gerade das rohstoffarme Deutschland braucht Daniel Düsentriebs - Erfindergeister wie den pfliffigen Tüftler aus Entenhausen, die ihre Ideen mit Mut, Herz und Verstand umsetzen. Doch wenn sich an der Gründungsneigung nichts ändert, gehen dem Land bald die Unternehmer aus.



Seite 72



Entweder – oder

Fast jeder Unternehmer und jede Führungskraft hat auch schon einmal erlebt, dass er an einer Entscheidung wirklich heftig kauen muss. Obwohl er oder sie doch genau das den ganzen Tag macht: Entscheiden. Welche Strategien helfen?

Seite 48

IT-Förderpreis

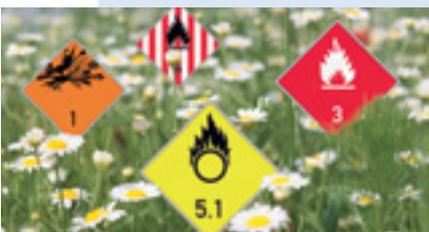
Der Förderkreis der Angewandten Informatik an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster verleiht zum sechsten Mal seinen Förderpreis, der mit 1500 Euro dotiert ist. Prof. Dr. Gottfried Vossen vom Institut für Wirtschaftsinformatik der WWU, spricht zum Thema „Web 2.0-Moderne Web-Anwendungen in und für Unternehmen“.

www.ihk-nordwestfalen.de/itk
24. November, IHK Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, Münster

Starthilfe-Seminar

Das Gründerzentrum Borken lädt Existenzgründer und junge Unternehmen zu einem Starthilfe-Seminar ein. Kooperationspartner ist das Gründungsnetzwerk für den Kreis Borken. Informationen Anmeldung bei Katja Hoffboll, Telefon 02861 939-140.

18. November, 16.00 bis 21.00 Uhr, Gründerzentrum Borken, Landwehr 105, Borken



Gefahrgut-Tage

Auf den 2. Gefahrgut-Tagen West informieren IHK Nord Westfalen, FMO Cargo Services GmbH und der Verband Verkehrswirtschaft und Logistik NRW e.V. u. a. über die ab 2011 geltenden neuen Rechtsvorschriften für den Transport von Gefahrgütern auf der Straße und in der Luft und dem Umgang mit Gefahrgut im Krankenhaus.

www.ihk-nordwestfalen.de/p1457
24. und 24. November, Factory Hotel, Germania-Campus, Münster



Begeehrt: Fachkräfte für Umzug und Küchenaufbau

Foto: fotolia / Kaarsten

Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugs-service Gefragte Allroundkraft

Seit dem 1. August 2006 gibt es den Ausbildungsberuf Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugs-service. Die Ausbildung ist aber noch wenig bekannt. Dabei sind Allroundfachkräfte in der Möbel- und Umzugs-

branche gefragt. Die Inforevanstaltung richtet sich an Betriebe, die ausbilden möchten.

www.ihk-nordwestfalen.de/E1169
22. November, 14.00 Uhr, IHK Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, Münster

Exporte nach Saudi Arabien, Kuwait oder Iran Richtig zertifizieren

Viele Unternehmen, die in die Länder des Nahen und Mittleren Ostens liefern oder liefern möchten, haben Probleme mit der Produkt-Zertifizierung nach nationalem Recht. Ein Experte der internationalen Prüf- und Zertifizierungsgesellschaft SGS Germany GmbH referiert

über die Problematik der Exportzertifizierung. Online-Anmeldung bis 9. November:

www.ihk-nordwestfalen.de/E1165
16. November, 10.00 bis 12.00 Uhr, IHK Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, Münster

Betriebsgründung Niederlande

Für Unternehmen, die sich in den Niederlanden niederlassen wollen, bietet die IHK in Zusammenarbeit mit der Kamer van Koophandel Oost Nederland (KyK) eine Informationsveranstaltung an. Themen sind unter anderem: Meldepflichten im Nachbarland, Finanzierungshilfen, Rechtsformen. Anmeldung bei Tina Benning, Telefon 02871 9903-14.

23. November 2010, ab 9.30 Uhr
IHK Nord Westfalen, Willy-Brandt-Straße 3, Bocholt

Tag der Erstausbildung Tipps für Betriebe

Alle Unternehmen, die in diesem Jahr erstmals ausbilden, erhalten beim „Tag der Erstausbildung“ der IHK Nord Westfalen praktische Hilfen für den Ausbildungsalltag. Die IHK berichtet über Rechte und Pflichten von Ausbildungsbetrieben. Anmeldung unter Telefon 0251 707-282 und 0209 388-415.

IHK Nord Westfalen
9. November, 14.30 Uhr, Sentmaringer Weg 61, Münster
17. November, 14.30 Uhr, Rathausplatz 7, Gelsenkirchen

Sprechtage

Finanzierung



Finanzierungsexperten der NRW.BANK, der Bürgschaftsbank NRW und der IHK Nord Westfalen stehen als Gesprächspartner zur Verfügung. Anmeldung unter 0251 707-221.

IHK Nord Westfalen
10. November, Rathausplatz 7, Gelsenkirchen
1. Dezember, Sentmaringer Weg 61, Münster

MentorenNetz

Im MentorenNetz der IHK Nord Westfalen stellen Praktiker ihr unternehmerisches Expertenwissen Existenzgründern, sowie Unternehmensnachfolgern zur Verfügung. Anmeldung unter 0251 707-246.

11. November, IHK Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, Münster
30. November, BASF Coatings AG, Glasuritstraße 1, Münster-Hiltrup

Stabwechsel

Für Gespräche und konkrete Fragen zur Unternehmensnachfolge stehen die IHK-Experten Arnold Isken und Klemens Hütter zur Verfügung. Anmeldung unter 0251 707-221.

8. Dezember, IHK Nord Westfalen, Rathausplatz 7, Gelsenkirchen

Patentsprechtage

Bei den IHK-Patentsprechtagen informieren Patentanwälte auch Nicht-IHK-Mitglieder über gewerbliche Schutzrechte. Anmeldung bei Tina Benning, Telefon 02871 9903-14.

18. November, 16.00-18.40 Uhr, IHK Nord Westfalen, Rathausplatz 7, Gelsenkirchen

Dr. Reinhold Festge

Lateinamerika-Chef

Der neue Vorsitzende der Lateinamerika-Initiative (LAI) der deutschen Wirtschaft kommt aus dem Münsterland. Dr. Reinhold Festge, Geschäftsführer der Haver & Boecker OHG in Oelde, wurde zum neuen „Mister Südamerika“, wie das Handelsblatt ihn bezeichnete, ernannt. Die LAI ist zusammen mit dem Ostausschuss sowie dem Asien-Pazifik-Ausschuss einer der Spitzen-Ausschüsse der deutschen Wirtschaft. Festge hat selbst viele Jahre in Südamerika gelebt und gearbeitet.



Dr. Reinhold
Festge
Foto: Haver&Boecker

ProWaste GmbH

START Award geht ins Vest

Der diesjährige START-Award in der Kategorie „Innovative Jungunternehmen“ geht an die ProWaste GmbH aus Dorsten. Die Gründer Martin Przybilla und Thomas Dahmann erhalten den mit 5000 Euro dotierten Hauptpreis des Gründerwettbewerbs des NRW-Wirtschaftsministeriums, der NRW.Bank, der KfW Bankgruppe und der asfc GmbH. Weitere Informationen: www.start-messe.de

Wettbewerb

Gefahrgut

Gesucht wird von der Fachzeitschrift Gefahr/gut eine innovative technische oder logistische Lösung für das Handling gefährlicher Güter, die sich in der Praxis bereits bewährt hat und zu mehr Sicherheit beiträgt. www.gefahrgut-online.de

IHK vor Ort

Flächennutzungsplan



Mit der Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes werden die Entwicklungsperspektiven der Stadt Oer-Erkenschwick für die nächsten Jahre beschrieben. Gemeinsam mit der Stadtverwaltung informierte die IHK Nord Westfalen am 13. September über die aktuellen Planungen.

Veranstaltungen

Für Gründer

„münster gründet“ – Die Veranstaltungswoche für Gründer und junge Unternehmen in Münster vom 8. bis 12. November 2010 an verschiedenen Orten in Münster.

www.ihk-nordwestfalen.de/E1172

Existenzgründung: Das Gründungszentrum Borken GmbH lädt zu kostenlosen Kurzvorträgen sowie einer Führung durch das Gründerzentrum Borken ein am 18. November 2010 um 16.00 Uhr.

www.ihk-nordwestfalen.de/E01159

IHK-Veranstaltungen Kontakte knüpfen

Sich über ein Fachthema informieren, andere Unternehmen kennenlernen oder auch Kontakte knüpfen für die eigene Geschäftstätigkeit: Viele Veranstaltungen der IHK Nord Westfalen boten dazu Gelegenheit, im Oktober beispielsweise:

Rund 150 niederländische und deutsche Geschäftsleute kamen Anfang Oktober im Stadion des FC Twente zusammen, um sich über den Auf- und Ausbau der Geschäfte im jeweiligen Nachbarland zu informieren. Eingeladen hatten auch die Kamer van Koophandel Oost Nederland und die IHK Osnabrück-Emsland.

Über Lebensmittel und Textilien informierte sich der **Handelsausschuss** unter Leitung seines Vorsitzenden Michael Radau (Superbiomarkt AG, Münster) auf seiner Fahrt nach Bielefeld zum Einkaufsverband der KATAG AG. Beim Zwischenstopp bei der Dr. Oetker Welt wurde die Unternehmensgeschichte erläutert.

Gastgeber des 13. **IHK-Unternehmerfrühstücks im Kreis Warendorf** war am 7. Oktober das Bestattungshaus Huerkamp. Das Familienunternehmen, das seit 2006 zur Bestattungsfachkraft ausbildet, führen Petra und Martin Huerkamp.

Ingo Hoff von Industriebau Hoff und Partner (Gronau) war Gastgeber des 5. **IHK-Unternehmerfrühstücks im Kreis Borken**. IHK-Vizepräsident Egbert Weber und IHK-Geschäftsführer Hans-Bernd Felken begrüßten rund 40 Unternehmer, vor denen Prof. Dr. Gerd Wassenberg über ein Marketingthema referierte.



Ernst-Schneider-Preis: In der IHK Frankfurt am Main wurden im Oktober die Ernst-Schneider-Preise verliehen, die herausragenden Wirtschaftsjournalismus würdigen. Die ausgezeichneten Artikel, Filme oder Radiobeiträge waren von drei Juries aus 1100 Einsendungen ausgewählt worden.
www.ernst-schneider-preis.de

Foto: Jochen Müller

IHKs in NRW

Quo vadis Gesundheitswirtschaft?

Finanzierungsfragen sowie der Wettbewerb in der Gesundheitswirtschaft standen im Mittelpunkt eines Erfahrungsaustauschs, zu dem die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen geladen hatten. Unter dem Motto „Eine Zukunftsbranche auf dem Prüfstand“ bekamen die rund 100 Teilnehmer in der IHK Düsseldorf von Daniel Bahr, parlamentarischer Staatssekretär im Bundesgesundheitsministerium, Antworten auf die Frage nach der Zukunft der Gesundheitswirtschaft. Nicht zuletzt die monatelangen Diskussionen über die anstehende Gesundheitsreform haben bei vielen Unternehmen in der Branche zu Unsicherheiten geführt. Mittlerweile ist die Gesundheitswirtschaft mit rund 27 000 Mitgliedsunternehmen bei den 16 NRW-IHKs sowie über einer Million sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zur bedeutendsten Einzelbranche des Bundeslandes geworden.



Zwei der insgesamt zwölf Unternehmerinnen und Unternehmer, die Bundeskanzlerin Angela Merkel zu einem „informellen Gedankenaustausch“ über Maßnahmen zur Fachkräftesicherung eingeladen hatte, kamen aus dem IHK-Bezirk Nord Westfalen. Stefanie Schäfer (Geschäftsführerin der Schäfer-Bauten GmbH, Ibbenbüren) und Jens Sgundek (Geschäftsführer der Göcking Konstruktion GmbH, Oelde) – beide ganz links im Bild – nahmen an dem Spitzengespräch am 27. September im Bundeskanzleramt in Berlin teil.

Foto: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

60. Geburtstag

Michael von Bartenwerffer

Michael von Bartenwerffer, Geschäftsführer der von Bartenwerffer & Cie. Verwaltungs

GmbH, Münster, hat am 20. Oktober seinen 60. Geburtstag gefeiert. Er ist Ehrenmitglied der IHK-Vollversammlung und war von

2004 bis Anfang des Jahres Vizepräsident der IHK Nord Westfalen. Mit Rat und Tat steht er dem Außenwirtschaftsausschuss wie auch dem Regionalausschuss Münster als stellvertretender Vorsitzender zur Seite. Er rief die Initiative „Industrie in Münster“ ins Leben und ist auch Mitglied im Industrieausschuss der IHK. Im Oktober wurde er zum Vorsitzenden des IHK-Berufbildungsausschusses gewählt (siehe Seite 60). Für seinen großen ehrenamtlichen Einsatz wurde er 2009 mit der Ehrennadel der IHK in Gold ausgezeichnet.



Foto: pd

60. Geburtstag

Anno Lederer

Anno Lederer, Vorstandsvorsitzender der GAD eG in Münster, feierte am

27. September seinen 60. Geburtstag. Seit 33 Jahren lenkt er die Geschicke eines der größten Spezialisten für Banken-IT. Der Diplom-Kaufmann ist seit 1997

Mitglied des Vorstandes und vertritt die GAD nach außen und im genossenschaftlichen FinanzVerbund.



Foto: GAD



Interesse am Netzwerk
der Wirtschaftsjunioren?

Geschäftsführer Jens von Lengerke
Telefon 0251 707-224
wirtschaftsjunioren@ihk-nordwestfalen.de
Öffentlichkeitsarbeit: Christian Rieke
Telefon 0251 3222611, rieke@co-operate.net
www.wj-nordwestfalen.de



Die Wirtschaftsjunioren erleben in Ennigerloh ein Beispiel dafür, wie die Begriffe „Pharma“ und „Stiftung“ zusammenpassen. Fotos: WJ

Unternehmensbesuch bei Rottendorf Pharma GmbH

Wirtschaftsjunioren treffen Arzneimittelhersteller

Dass Arzneimittel nicht nur in Großkonzernen entwickelt und hergestellt werden, davon haben sich die Wirtschaftsjunioren beim Besuch der Rottendorf Pharma GmbH überzeugt: Unter hohen Qualitäts- und Hygienestandards fertigt das mittelständische Unternehmen in Ennigerloh Arzneimittel für den europäischen und für den US-amerikanischen Markt an.

Nach der Begrüßung durch Geschäftsführer Dr. Stephan Fleck nahmen die Wirtschaftsjunioren daher zunächst Herstellung und Verpackung in Augenschein. Aber auch die ungewöhnliche Gesellschafterstruktur des Unternehmens wurde zum Thema. Denn seit dem Tod

des Firmengründers Andreas Rottendorf ist das Unternehmen mehrheitlich im Besitz der gemeinnützigen, kirchlichen Rottendorf-Stiftung.

Die Rottendorf Pharma GmbH ist ein reiner Lohnhersteller, arbeitet also ausschließlich im Auftrag anderer Firmen. Insgesamt 600 Mitarbeiter sind in dem Unternehmen tätig, der Jahresumsatz liegt bei fast 80 Millionen Euro. Spezialisiert hat sich der Arzneimittelhersteller auf die Entwicklung, Fertigung und Verpackung fester Formen wie Tabletten und Kapseln. Neben dem Hauptsitz in Ennigerloh verfügt Rottendorf über ein Werk im französischen Valenciennes.

Dreitägiger Erfahrungsaustausch in Brüssel Führungskräfte im Europaparlament

Zum Know-how-Transfer der Junior Chamber International (JCI) haben sich vom 27. bis 29. September Wirtschaftsjunioren aus ganz Europa mit Abgeordneten im Europaparlament getroffen. Aus dem Kreis Nord Westfalen waren Jens Hemersch (Ferchau Engineering GmbH), Sebastian Kamphorst (APC Kamphorst GmbH) und Christian Rieke (Co-operate Wegener & Rieke GmbH) in Brüssel mit dabei. Insgesamt nahmen 50 Jungunternehmer und Führungskräfte an dem Erfahrungsaustausch teil und erlebten Europapolitik von der praktischen Seite.

So begleiteten die Wirtschaftsjunioren „ihre“ Abgeordneten durch den Arbeitsalltag im Europaparlament. Mit den Parla-

mentariern und mit Mitarbeitern der Kommission sprachen sie über Förderprogramme und die Funktionsweise der Europäischen Politik. Zugleich konnten sich die teilnehmenden Unternehmer, die aus insgesamt zwölf Nationen angereist waren, auch untereinander austauschen.

Der Know-how-Transfer im Europaparlament wird vom JCI, dem Dachverband der Wirtschaftsjunioren, seit 2005 alljährlich organisiert. Er hilft Parlamentariern ebenso wie jungen Unternehmern dabei, die Positionen und die Probleme der jeweils anderen Seite besser zu verstehen. Ziel des Programms ist es, einen Austausch zwischen Wirtschaft und Politik zu ermöglichen.



Know-how-Transfer im Europaparlament (v. l.): Christian Rieke, Sebastian Kamphorst und Jens Hemersch begleiteten ihre Europa-Abgeordneten.

Die Wirtschaftsjunioren Nord Westfalen treffen sich in der Regel am ersten Montag im Monat in Borken, Münster und Recklinghausen zu Stammtischen.

Stammtisch Borken
Birgit Keppelhoff-Niewerth
Telefon 02863 36-01
keppelhoff-niewerth@t-online.de

Stammtisch Münster
Ralf Hovest-Engberding
Telefon 0251 62730-18
RalfHovest@aol.com

Stammtisch Recklinghausen
Markus Krems
Telefon 02361 29066
Markus_Krems@gothaer.de

12. November 2010

WJ-Tag, Bochum

24. November

Mitgliederversammlung und Betriebsbesuch Obstsaft Möller, Recklinghausen

Kaffee und Kartoffeln

Deutsche Marotten

Dr. Asfa-Wossen Asserate, 1948 in Äthiopien geboren, ist ein Großneffe des letzten äthiopischen Kaisers Haile Selassie. Er kam in den 1960er Jahren zum Studium in die Bundesrepublik. Die äthiopische Revolution von 1974 verhinderte eine Rückkehr in sein Heimatland, sein Vater wurde erschossen, seine Familie inhaftiert.

Seit 1981 besitzt er die deutsche Staatsbürgerschaft. Bekannt wurde er durch seinen 2003 erschienenen Bestseller „Manieren“, eine kulturgeschichtliche Abhandlung vor allem europäischer Umgangsformen. Sein neues Buch ist wie ein Nachtrag dazu – und ganz seiner neuen Heimat gewidmet. Wohlwollend (und manchmal mit sanfter Ironie) betrachtet Asserate deutsches Brauchtum und deutsche Gepflogenheiten. Obwohl er durch seine Erziehung geradezu auf ein Leben in Deutschland vorbereitet wurde – er hatte ein deutsches Kindermädchen und besuchte die deutsche Schule in Addis Abeba – blieben bei seiner Ankunft in Tübingen im Jahr 1968 Überraschungen und der eine

oder andere „Kulturschock“ nicht aus. Dennoch hat er sich ein Idealbild von Deutschland „bis heute im Herzen bewahrt“. Asserate ist genauer Beobachter und Chronist des menschlichen Miteinander. Mit dem Blick eines Zugereisten – und Vielgereisten – schaut er auf ein Land, dass seit 1968 viel an kulturellen Eigenheiten verloren hat und weiter verliert.

Er wird zum Verteidiger dessen, was in der globalisierten Welt kaum mehr gefragt ist: Dialekt, Provinzialität, Hausmannskost. Die einzelnen Essays, seine „Fundstücke“, tragen daher Überschriften wie „Verteidigung der Provinz“, „Süße Sprache Deutsch“ oder „Lob der Kartoffel“.

In diesen Texten wechselt er mit erstaunlicher Leichtigkeit von der Anekdote zur gelehrten Abhandlung. Man erfährt zum Beispiel, wie er bei einem Abendessen in London auf Margaret Thatcher und ihren Ehemann Denis traf – und erstaunt erlebte, wie die „Eiserne Lady“ ihren Gatten in aller Öffentlichkeit gängete.

Wie schon in seinem ersten Buch präsentiert Asserate ein



Draußen nur Kännchen – Meine deutschen Fundstücke von Asfa-Wossen Asserate. Scherz Verlag, ISBN 978 3 502 15157 9, 18,95 EURO



Regina Schwan gefällt es, wie authentisch Asserate sein Werk schreibt. Es ist interessant, wie der deutsche Alltag auf Menschen aus anderen Kulturen wirkt.

gewaltiges (kultur-)geschichtliches Wissen, das er sehr unterhaltsam zu vermitteln versteht. Und das ist das Spannende an diesem Buch: Niemals ergeht sich der Autor in bloßer Beschreibung, immer liefert er Hintergrundwissen zu seinen Beobachtungen. Wie kam überhaupt die Kartoffel nach Deutschland? Wie das Porzellan für das titelgebende „Kännchen“?

Das Buch ist eine wahre Fundgrube – und ein literarischer Genuss!

Die außergewöhnlich schöne, präzise, reichhaltige Sprache macht es zu einem wunderbaren Lesevergnügen.

Buchhändler empfehlen

Welche Bücher empfehlen Buchhändler aus Nord-Westfalen? – Der Wirtschaftsspiegel fragt nach ihren Lesetipps.

Regina Schwan, Buchhändlerin aus Dorsten, empfiehlt eine „Hommage“ an Deutschland aus der Sicht eines Zugereisten.





Dieses „Lieblingsbild“ von Roman Mensing war reines Teamwork: Das mechatronische Ballett der Mitarbeiter der Jüke System-technik GmbH aus Altenberge entstand weitgehend improvisierend.

Foto und Titelfoto: Roman Mensing, www.romanmensing.de



Fotograf Roman Mensing Foto: privat

Wenn Bilder werben und verkaufen sollen, haben sie meistens keinen Sinn – sie haben ja schon einen Zweck. Also halten wir sogenannten „Kreativen“ gerne einen Mindestabstand zum Nahe-liegenden und zeigen die Dinge aufwendiger, überraschender und meist teurer, als unbedingt nötig. Wollen Sie das bezahlen? Sie sollten, finde ich, und anhand eines Beispiels will ich zeigen, warum: Der Mann auf dem Titelbild dieses Heftes, es ist Burkhard Mollen, Geschäftsführer der Gelsenkirchener Norres Schlauchtechnik, produziert Schläuche. Die Schläuche sind flexibel, der Mann ist es offenbar auch, denn der aufwendige Gestaltungswille, den er verantwortet und dem er sich gleichzeitig unterwirft, gilt einem Bild, das er selbst im Moment des Entstehens noch gar nicht sehen kann. Der Mann sitzt also dort für seine Vision. Er zeigt seine

Begeisterung für ein Produkt, dessen Vielfalt und Faszination gerade in der Zweckentfremdung für dieses Bild sichtbar wird – für Ihre Augen und aus erhöhter Perspektive. Nun können Sie einwenden, es sei zwar ein interessantes Bild – aber wo steckt bitte die Bedeutung, die über das oben Genannte hinausgeht? Ich sehe dabei keine weitere Bedeutung, wohl aber eine Funktion, die das Bild übernehmen kann. Es repräsentiert in der Konzentration auf Mensch, Produkt und Perspektive das ganze Unternehmen und kann es prägnant vertreten, wo im Wettbewerb um Aufmerksamkeit nur die Botschaften sich durchsetzen, die auch Attraktion sind. So kommt das Unternehmen vor, wo es sonst nicht vorkäme, es gewinnt also Chancen – in seinem spezifischen Markt sein, oder auch in der Öffentlichkeit – wie hier.

DIE MACHT DER BILDER

Einen ersten Eindruck erhalten wir in der modernen Kommunikationsgesellschaft oft über ein Bild. Auch bei der Darstellung von Unternehmen entscheidet ein gutes Foto nicht selten darüber, ob sich der Betrachter für eine spezielle Information oder ein bestimmtes Produkt interessiert.



Innerhalb von zehn Millisekunden sondiert das menschliche Gehirn, ob wir uns für eine Person interessieren oder nicht - innerhalb von weiteren 150 Millisekunden wird klar, ob diese Person sympathisch wirkt oder eher nicht. Über Sympathie schreibt der Mensch einer Person eher Kompetenzen oder bei Nichtsympathie Inkompetenzen zu, ohne dabei wirklich eine ernsthafte Bewertungsgrundlage besitzen zu können. Dieser erste Eindruck lässt sich im Nachhinein nur schwer revidieren, weder in die eine noch in die andere Richtung.

In der modernen Kommunikationsgesellschaft erhalten wir einen ersten Eindruck oftmals - noch bevor wir einen Namen oder einen Text gelesen haben - über eine Fotografie. Allein diese bewirkt häufig schon, ob wir uns für ein bestimmtes Produkt interessieren, oder für einen bestimmten Menschen, für einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Idee, für ein bestimmtes Wissen oder eine bestimmte Information. Damit hilft eine gute Fotografie guten Produkten und guten Ideen zu einer guten Wahrnehmung und schließlich zu einem guten Erfolg.

Betrachter aufmerksam machen

Wie gelangen wir aber nun zu diesen „guten Fotografien“ beziehungsweise zu „maßgeschneiderten“ Bildern, die möglichst optimal zum Produkt und für das Unternehmen passen?

Die Ausgangslage ist ein Produkt, eine Dienstleistung, eine Idee, ein Unternehmen, über das informiert werden soll oder das beworben werden soll. Die Bewerbung oder

Information erfolgt über Kontakte zur Presse, zum Beispiel über Pressemitteilungen oder über verschiedene Werbe- und Informationsprodukte. Im Bereich der Print Medien wie auch der digitalen Medien kommt dem Foto dabei eine zentrale Bedeutung zu. Mit einem aussagekräftigen, guten Bild kann in Bruchteilen von Sekunden nicht nur ein Abbild sondern auch Aufmerksamkeit, Sympathie und Wertigkeit vermittelt werden.

Große Unternehmen haben für diese Aufgaben eigene Marketingabteilungen, oft-

Buchtipps

Die Magie der Fotografie oder das Geheimnis herausragender Bilder: BILDANALYSE nach dem Vier-Augen-Modell von Martin Zurmühle, 49,90 Euro, Mai 2010, Vier-Augen-Verlag

mals eine oder mehrere Werbeagenturen für verschiedene Aufgabenstellungen, manchmal eigene angestellte Fotografen oder solche, mit denen man schon häufig erfolgreich zusammen gearbeitet hat.

Fotografen oder Fotos finden

Was machen aber mittlere und kleine Unternehmen?

Zum einen gibt es die Möglichkeit, nach angebotenen thematischen Fotografien für das entsprechende Medium zu suchen. Einen guten Überblick über Fotoagenturen gibt die Seite des Bundesverbandes der Pressebildagenturen unter www.bvpa.org, in der viele deutsche Agenturen gelistet sind. Die Fotoagenturen vermarkten die Fotografien in der Regel lizenzpflichtig (rights managed, RM), man erwirbt Bildrechte für eine ganz bestimmte Nutzung. Darüber hinaus kann man weitgehende

Nutzungsrechte (royalty free, RF) oder auch beliebig nutzbare Fotos aus dem sogenannten Microstockbereich direkt per Internet kaufen, die es zum Beispiel bei Getty Images (istock), bei Fotolia und anderen gibt.

Die klassischen lizenzpflichtigen Fotografien werden durch qualifizierte Mitarbeiter ausgewählt und verschlagwortet. Die Agenturen helfen bei besonderen Suchanfragen und verfügen in der Regel über das hochwertigste Material. Parallel sind hier aber auch die Lizenzgebühren am höchsten. Einen Überblick über die speziellen Vergütungen für Bildnutzungsrechte gibt die jährlich aktualisierte Liste der Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM). Der Microstockmarkt ist sicher der preisgünstigste, hat aber oftmals recht einfache und beliebige Fotoarbeiten, so dass man das für den eigenen Zweck ausgewählte Foto womöglich bei vielen anderen Nutzern finden kann, auch in ganz anderen Sinnzusammenhängen.

Zum anderen gibt es die Möglichkeit, einen Fotografen direkt zu beauftragen. Hier bekommt der Kunde dann maßgeschneiderte Fotoarbeiten, die neu und einzigartig sind. Diese sollten in der Außenwirkung über eine passende Bildsprache, die mit dem Fotografen abgestimmt wird, mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht werden. Die Bilder helfen damit nicht nur Produkte oder Unternehmensinformationen zu illustrieren, sondern Marken zu prägen.

Marken prägen mit eigenen Bildern

Heute muss man nicht mehr nur in die gelben Seiten schauen auf der Suche nach Fotografen oder Agenturen. Das Internet bietet wesentlich mehr Möglichkeiten der Recherche. Kaum ein professioneller Fotograf ohne eine eigene Internetseite, auf der er beste Beispiele seiner Arbeit zeigt und Referenzen angibt. Preise werden jedoch eher selten genannt. Sie richten sich häufig



Spitzentechnologie in kühlem, blauem Licht, Präzision in Edelstahl und Fiberglas:

Das Dortmunder Unternehmen LIMO, Lissotschenko Mikrooptik, wurde im Bereich refraktiver Mikrooptiken für diese Technologie mit dem 'Innovationspreis der deutschen Wirtschaft 2007' ausgezeichnet. In seinen Fotografien zeigt Markus Steur, der für Pixelprojekt Ruhrgebiet seine Bilder auch im Wissenschaftspark Gelsenkirchen ausgestellt hat, die kunstweltliche Atmosphäre dieser Reinraum-Laboratorien – visionär und hyperreal zugleich und am Ende doch geheimnisvoll.

Foto: markus-steur.de, LIMO GmbH

Messe für Fotografie

Fotografen und Fotonutzer

Die 2008 gegründete bild.sprachen – Messe für angewandte Fotografie ist eine neue Branchen-Plattform. Sie dient als Kontaktbörse zwischen Unternehmern, Kommunikationsleitern, Pressesprechern, Werbeagenturen, Art Direktoren, Käufern, Bildredakteuren, Verlagen, Fotografen, Fotostudiobetreibern, Fotounternehmen, Bildagenturen, Modellagenturen, Maskenbildnern, Ausbildungseinrichtungen und vielen anderen.

Die Messe findet einmal jährlich im Wissenschaftspark Gelsenkirchen statt und ist somit im Herzen des Ruhrgebiets angesiedelt, einer der wichtigsten Wirtschaftsregionen Europas und Standort zahlreicher internationaler Unternehmen. Ergänzt wird die Messe durch ein Rahmenprogramm mit internationalen Beiträgen und Expertenvorträgen zu Themen wie Urheberrecht, Bildermärkten und Praxislösungen.

Die nächste Messe findet am 29. und 30. September 2011 statt.
www.bildsprachen.de



Der Wissenschaftspark Gelsenkirchen wirbt mit ästhetischen Fotos für sich als moderner und großzügiger Ort für wissenschaftliche Meetings und Ausstellungen.

Foto: Liedtke



Das Bild von der Baugenossenschaft dhu eG ist für die obs-Awards 2010 im Bereich Unternehmenskommunikation nominiert. Die obs-Awards sind ein Branchenpreis der dpa-Tochter news aktuell mit den besten PR-Bildern des Jahres. Mehr als 1300 Bilder haben Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingereicht. Ob dieses Foto gewonnen hat, kann man Ende November unter www.obs-awards sehen.

Foto: Hermann Jansen/Baugenossenschaft dhu eG

Zwölf Tipps zur Zusammenarbeit mit Fotografen

Was ist wichtig?

Frank Schleicher vom Originalbildservice von news aktuell gibt Tipps, wie man gute PR-Fotografen findet und was in der Zusammenarbeit zwischen Pressestelle/PR-Agentur und den Fotografen zu beachten ist.

1. Arbeiten Sie mit professionellen Fotografen zusammen, die über die notwendigen Fachkenntnisse verfügen und Ergebnissicherheit beim Fototermin garantieren. Wichtig ist das vor allem bei Veranstaltungen und allen Anlässen, die sich nicht wiederholen lassen.

2. Sagen Sie Ihren Fotografen, dass Sie PR-Bilder bzw. Pressebilder wollen, keine Werbefotos! Authentizität ist gefragt, wenn die Bilder im redaktionellen Umfeld veröffentlicht werden sollen. Werbefotografen neigen dazu, zu glatte und schöne Bilder zu liefern.

3. Wählen Sie Fotografen nach deren speziellen Kenntnissen und Fertigkeiten aus. Portraitfotografie, Stillfotografie, Architekturfotografie, Industriefotografie, Veranstaltungsfotografie und Fotoreportage erfordern recht unterschiedliche Fähigkeiten. Merken Sie sich die Namen von Fotografen, deren veröffentlichte Bilder Ihnen gefallen.

4. Beauftragen Sie für Events, Veranstaltungen und Reportagen Fotografen, die regelmäßig Veranstaltungen fotografieren oder Erfahrung als Pressefotografen gesammelt haben. Für auswärtige Fototermine lohnt es sich meist, Pressefotografen der örtlichen Zeitung zu kontaktieren.

5. Sorgen Sie dafür, dass der Fotograf günstige Arbeitsbedingungen (Licht, Raumsituation) vorfindet. Vermeiden Sie unnötigen Zeitdruck während des Fototermins.

6. Geben Sie Ihren Fotografen Spielraum für eigene Bildideen und nutzen Sie deren Expertise, visuelle Konzepte zu ent-

nach der konkreten Aufgabenstellung und nach der Art und dem Umfang der Nutzung.

Einen guten Überblick gibt hier unter anderem die Seite des Bundesverbandes Freischaffender Fotodesigner unter www.bff.de, in dem besonders Werbefotografen organisiert sind. Über eine Aufnahme in den BFF entscheidet eine Gutachterkommission, die einen hohen Qualitätsstandard gewährleistet. Einen guten Überblick über journalistisch tätige Fotografen liefert zum Beispiel der Verbund freelens unter www.freelens.com mit inzwischen mehr als 2000 Mitgliedern.

Der Weg zum passenden Bild

In der Regel arbeiten Fotografen nach Tagessätzen, die je nach Umfang der Nutzungsrechte variieren können. Je renommierter ein Fotograf und je umfangreicher die Nutzungsrechte, umso höher liegen die Tagessätze. Junge Fotografen können zum Teil schon für einige Hundert Euro pro Tag gebucht werden, Stars nehmen einige Tausend Euro. In der Regel geht es dann um einen oder mehrere Tageswerke. Für kleinere Jobs sind auch Halbtagesätze üblich. Studioaufnahmen sind in der Regel teurer als Aufnahmen vor Ort oder „on location“.



Peter Liedtke hat an der Folkwangschule Essen Kommunikationsdesign studiert. Nach Jahren als freier Fotograf leitet er heute das Projekt bild.sprachen, das Pixelprojekt_Ruhrgebiet und ist Inhaber der Galerie Hundert. Gemeinsam mit dem Büro für lokale Wirtschaftsentwicklung ist er Ansprechpartner für Ansiedlungen von Kunst- und Kulturschaffenden vor Ort. Foto: bild.sprachen

Aber nicht immer ist der renommierte Fotograf auch der für den Job wirklich richtige. Entscheidend sind hier eher die persönliche Handschrift (Fotografen sprechen hier von der eigenen Bildsprache), die diese von den anderen unterscheidet. Ist meine Zielgruppe eher jung oder alt? Steht das Produkt eher für etwas Konservatives oder für etwas Progressives, ist es eher solide oder hip, kommuniziere ich eher laut oder leise? Als Auftraggeber sollte man hier genau prüfen, ob der Stil auch wirklich für die Aufgabe passt. Die Bildsprache für Holzmöbel sollte sicher eine andere sein als die für Sportwagen, die für Windeln eine andere als die für Badekleidung.

Wenn man einen oder mehrere Fotografen in die engere Auswahl gezogen hat, kann man sich für größere Jobs oder für eine längere Zusammenarbeit Präsentationsmappen zuschicken lassen oder direkt das persönliche Gespräch suchen. Ein professioneller Fotograf wird immer technisch und thematisch gute Fotografien liefern. Das A und O ist jedoch ein gutes Briefing: Ohne eine Vermittlung dessen, was der Auftraggeber erwartet – und das sollte deutlich mehr sein als der Wunsch nach „guten“ Fotos – bleibt die Gefahr, dass die Fotos doch nicht die richtigen für den Kunden und das Produkt werden.

Erklären, was man erwartet

Der Fotograf sollte nach dem Briefing den Eindruck vermitteln, dass die Bildsprache passt, dass er den Job verstanden hat und mit eigenen Bildideen füllen kann. In den meisten Fällen wird das Ergebnis dann positiv überraschend sein. Diese Investition, die im Verhältnis zu der Gesamtmarketingmaßnahme oft nur einen Bruchteil ausmacht, lohnt sich. Ein Bild liefert schließlich oft den ersten Eindruck – und dieser zählt und ist mitentscheidend für Erfolg oder Misserfolg. Die Möglichkeiten sollten also genutzt werden!

Peter Liedtke

wickeln. Binden Sie ihre Fotografen deshalb möglichst frühzeitig in die Konzeption Ihrer PR-Bilder ein.

7. Nehmen Sie sich Zeit für ein ausführliches Briefing! Je präziser Sie formulieren, was sie aussagen wollen und in welchem Kontext die Fotos eingesetzt/veröffentlicht werden sollen desto eher wird das Ergebnis Ihren Vorstellungen entsprechen.

8. Treffen Sie genaue Verabredungen über die Zuständigkeiten, die Erreichbarkeit, den genauen Zeitplan (einschließlich der Auslieferung der Bilder), zusätzliche Leistungen (wie zum Beispiel Bildoptimierung, Retusche und Beschriftung der Bilder).

9. Gute PR-Bilder entstehen durch Zusammenarbeit von Pressestelle und Lichtbildner.

10. Gutes Geld für gute Fotos! Zahlen Sie Ihren Fotografen ein angemessenes Honorar, sowohl für die Fotos wie für eventuelle Zusatzleistungen.

11. Vom Fotografen erwerben Sie im Wesentlichen die Nutzungsrechte für die Fotos, für ein bestimmtes Projekt, bestimmte Medientypen (z. B. Print und/oder Internet) sowie einen bestimmten Zeitraum.



Frank Schleicher ist Produktmanager vom Originalbildservice (OBS) der dpa-Tochter news aktuell.

Foto: obs/news aktuell GmbH

Die Verträge mit Ihren Fotografen sollten Sie dabei immer schriftlich fixieren.

12. Als Urheber haben Fotografen grundsätzlich das Recht auf Namensnennung. Übermitteln Sie den Fotografennamen deshalb in geeigneter Form (z. B. in der Autorenzeile des IPTC-Headers) an die Medien und andere Nutzer. Falls Sie den Fotografennamen nicht veröffentlichen wollen, müssen Sie dies mit dem Fotografen vertraglich vereinbaren.



Fotograf Reinhard Nießing Foto: privat

Als Profi-Fotograf sehe ich die Macht eines Bildes in der Kraft der Komposition, in der Beleuchtung und der Perspektive. Im Bildbeispiel, eine Aufnahme aus dem Einrichtungshaus der Firma Hetkamp in Raesfeld, bringt das Foto dem Betrachter die sorgfältige Arbeit im Unternehmen auf Augenhöhe näher. Dieses Foto erzeugt beim Betrachter das Gefühl, dabei zu sein, wenn ein Möbelstück entsteht. Man sieht die Qualität der Arbeit und der Materialien. Und man riecht förm-

lich das frische Holz. Unter dem Einsatz neuester Technologie fertigt Hetkamp seine Produkte. Die Auszubildenden, darunter auch weibliche, können selbst an hochwertigen Maschinen arbeiten. All diese Eindrücke zu vermitteln, gesteuerte Gefühle zu wecken, darin besteht die Macht dieser Bilder. Und wenn dann das Unternehmen von Umsatzzuwächsen berichtet, zeigt sich, dass professionelle Fotos zum Verkaufserfolg beitragen. Weitere Beispiele unter www.RGN.de

Beispiele aus der Unternehmenskommunikation

Profis in der Bildsprache

Warum Unternehmen in Fotos investieren und wie sich diese Investition auszahlt.

Keine Frage, Helmut Ackmann hat einen Blick für die Ästhetik. Schönheit und Eleganz sind sein Geschäft. Da ist es auch nicht überraschend, dass im Büro des Geschäftsführers der Hetkamp Einrichtung und Mode GmbH & Co. KG in Raesfeld einige schöne Bilder zu finden sind. Auf dem Schreibtisch und an den Wänden. Aber Bilder sind für Ackmann mehr als nur ein Mittel, sein Büro zu verschönern. Bilder sind für ihn eine ganz entscheidende Möglichkeit der Außendarstellung des Unterneh-



Fotograf Erik Hinz
Foto: privat

Der präsentierte Händedruck stammt aus der Bildstrecke des Geschäftsberichtes des zeb/rolfes.schierenbeck.associates. Das Unternehmen ist eine auf den Finanzdienstleistungssektor spezialisierte Managementberatung.

Es gibt kaum eine Geste, die dermaßen symbolisch ist wie der Händedruck. Gerade im Dienstleistungssektor spielt er eine wichtige Rolle.

Ist der Händedruck wie auf dem gezeigten Foto fest, verbinden wir damit Kompetenz, Durchsetzungskraft, Selbstbewusstsein und Stärke. Der Kunde baut Vertrauen und eine individuelle Verbindung zu seinem Berater auf. Weil der ausgeübte Druck hier von beiden Händen gleich ist, wird ein harmonisches und gleichberechtigtes Verhältnis deutlich. Man will mit ganzer Kraft zusammenarbeiten. Die Seriosität wird

durch die sehr gepflegten und makellosen Hände sowie die elegante Kleidung charakterisiert. Das Motiv des Händedrucks ist in der PR nicht neu. Allerdings führt das ausgefeilte Composing der verschiedenen Bildelemente, also die Collage aus mehreren Fotos vom Atelier Pellegrino Ritter aus Münster, zu einer Ästhetik, die den Blick des Betrachters fesselt. Die innovative Bildgestaltung demonstriert ebenso die unkonventionellen Ideen und die Kreativität wie die Dynamik und den Zeitgeist der zeb/. In dem klaren Bildaufbau findet sich auch die klare Struktur des Unternehmens wider. Harmonisch verschmilzt der gläserne Tower, der Hauptsitz des Unternehmens, mit Händedruck und Schriftzug. Die optimale Beleuchtung und leichte perspektivische Untersicht verleiht dem Bild eine positive Stimmung sowie Leichtigkeit. Bewusst habe ich die Bildstrecke in Schwarzweiß angelegt. Damit ist der Auftritt klassisch, sachlich und edel. Zudem wird die Bildaussage auf das Wesentliche reduziert.

www.hinz-foto.de

mens. „Ich glaube an die Kraft der Fotos“, sagt er und rückt seine Brille zurecht.

Hetkamp bietet hochwertige Mode und Einrichtungen an. Und genau das sollen auch die Fotos vermitteln. Deshalb stelle sich überhaupt nicht die Frage, ob man diese Aufgabe in die Hände von Profis legen sollte, sagt Ackmann. Zumal sich gerade Mode fast ausschließlich über gute Fotos verkaufen lasse. Einen dieser Profis hat Ackmann in Reinhard G. Nießing gefunden. Seit mehr als einem Vierteljahrhundert ist der Fotograf unter anderem im

Bereich Industrie- und Unternehmensfotografie zuhause. Seine Erfahrung zahlt sich aus. „Die Bilder von Herrn Nießing zeigen uns, wie wir wirklich sind“, sagt Ackmann.

Hoher Mehrwert

Er weiß nur zu gut, wie viel Arbeit in manchen Bildern steckt. Schließlich hat auch er schon mal einen Tag als Model „am Set“ verbracht. „Für ein oder zwei herausragende Fotos haben wir wirklich fast einen ganzen Tag gearbeitet“, sagt Ackmann. Aber das Ergebnis kann sich sehen lassen.



Helmut Ackmann glaubt an die Kraft der Fotos.

Foto: Nießing

Hetkamp setzt auf Bilder mit hoher Qualität und hohem Mehrwert. Sie tauchen auf der Internetseite auf, aber vor allem auch im Hetkamp Journal, das zwei Mal im Jahr erscheint.

Seit mehr als 140 Jahren existiert das Unternehmen. Was als reine Schreinerei begann hat sich zu einem Unternehmen mit etwa 30 Mitarbeitern und einem breit aufgestellten Angebot des guten Geschmacks entwickelt. Vor etwa 30 Jahren kamen zu den Möbeln die ersten Kleider. „Damals waren es Röcke mit Blaudruck, die einfach im Geschäft zwischen den Möbeln gezeigt und verkauft wurden“, sagt Ackmann. Heute bietet Hetkamp exklusive Mode in einem eigenen Bereich an der Weseler Straße an. Gleich neben dem Einrichtungshaus. Über einen Durchgang erreichen die Kunden die Möbelausstellung.

Mag es bei Hetkamp auf der Hand liegen, dass das Unternehmen auf die Kraft der Bilder setzt, ist es in anderen Branchen nicht direkt einleuchtend. Wie beispielsweise lässt sich Dienstleistung bildlich darstellen? Und weshalb profitiert ein Unternehmen aus diesem Bereich davon? Die Ant-

worten Veröfentlichungen setzen wir verschiedene thematische Schwerpunkte. Beispielsweise hatten wir vor einiger Zeit das Thema Wachstum“, sagt Täubert. Dabei kamen tolle Bilder mit großer Symbolkraft heraus. Reduziert auf ein Minimum verdeutlichten sie Wachstum auf eine ganz eigene Art. Etwa die Ringe eines Baumes oder die kleinen Wellen eines in eine Pfütze fallenden Wassertropfens.

Im Vorfeld solcher Aktionen gibt zeb/. stets ein Briefing in einer Ausschreibung an verschiedene Fotografen heraus. Darin sind die Vorstellungen des Unternehmens aufgelistet. Was soll dargestellt werden? In welcher Art? Wie groß sind die Bilder? Welche Botschaften sollen sie transportieren? „Die Fotografen bringen dann ihre Ideen und Vorschläge ein und wir verständigen uns auf einen gemeinsamen Weg“, erklärt Täubert.

wort darauf gibt die Managementberatung zeb/. in Münster. Sie lässt unter anderem ihre Mitarbeiter regelmäßig ins rechte Licht rücken. „Wir setzen auf künstlerische Bilder, kombiniert mit Personenfotos“, erklärt die Leiterin Corporate Communications, Dr. Anne Täubert.

Themen visualisieren

Veröffentlicht werden die Bilder in den regelmäßigen zeb-Reporten. Aber auch das Internet ist eine wichtige Möglichkeit der Außen-



Dr. Anne Täubert

Foto: privat

Chemie muss stimmen

Auch Hetkamp-Geschäftsführer Ackmann hat genaue Vorstellungen von einem guten Bild. Und die teilt er dem Fotografen natürlich mit. „Ich habe klare Ziele. Aber ich lasse mich auch vom Gegenteil überzeugen – wenn es besser ist“, sagt er. Für die vertrauensvolle Zusammenarbeit sei es deshalb wichtig, einen Partner hinter der Kamera zu finden, der zu einem selbst passe. Das ist oft nicht so leicht. Einigen Unternehmen hilft der Zufall. Sie kannten den Fotografen schon, bevor sie überhaupt daran gedacht haben, Bilder machen zu lassen. Andere setzen auf eine Ausschreibung und wieder andere probieren die Zusammenarbeit mit verschiedenen Profis aus. Einen eindeutigen Weg zum Erfolg gibt es nicht. „Wichtig ist, dass das Ergebnis stimmt“, sagt Täubert.

Bei zeb/. können sich davon regelmäßig 16 000 bis 18 000 Leser überzeugen. So auflagenstark ist der hauseigene Report. Er erhält große Kundenresonanz. Auch wegen der professionellen Bilder von Erik Hinz. „Ganz gleich ob in Farbe oder Schwarzweiß: ein gut gemachtes Foto hinterlässt eine starke Wirkung“, sagt der Münsteraner Fotograf. Die Bedeutung der visuellen Wahrnehmung bestätigt auch die Wissenschaft. 80 Prozent der Informationen über unsere Umwelt liefert das Auge. Ihm sind alle anderen Sinne nach- und untergeordnet. Bilder vermitteln einen Eindruck, der im Gedächtnis bleibt. Deshalb müssen sie stimmen. Gerade im digitalen Zeitalter. Das Internet ist zur ersten Informationsquelle für viele Menschen geworden. Dort wird oft der erste Eindruck gemacht. Ist dieser wegen nichtsagender Bilder zu langweilig, wandert der Kunde möglicherweise zur Seite der Konkurrenz.

„Visuelle Bildwelten nehmen in der Unternehmenskommunikation einen immer höheren Stellenwert ein“, stellt Hinz fest. Ausschlaggebend für den Erfolg sei es jedoch, dass die Bildaussage stimmig ist. Deshalb sollten sich besonders kleine und mittelständische Unternehmen nicht vor dem Einsatz professioneller Fotos scheuen. „Sie machen das Unternehmen auf dem Markt sichtbar und bringen die Unternehmensphilosophie auf den Punkt“, sagt er.

Es überrascht daher nicht, dass viele Unternehmer auf Authentizität und Professionalität setzen. Wie Harald Lamprecht. Dem Geschäftsführer der Metallbau Lamprecht GmbH war es bei seinen Bildern wichtig, dass sein Betrieb möglichst realistisch dargestellt wird. Er setzt die Fotos in erster Linie im Internet und in einer Kompetenzbroschüre ein, mit der das Unternehmen unter anderem bei Architekten Werbung betreibt. Ob sie tatsächlich den gewünsch-

ten Effekt haben und neue Kunden gewinnen helfen, ließe sich schwer sagen, ist seine Erfahrung. Trotzdem sind sie in Lamprechts Augen ein unverzichtbares Marketinginstrument.

Realistisch und ästhetisch darstellen

Entstanden sind ästhetische Fotos, die der Dattener Fotograf Bernhard Becker ge-

macht hat. Die Bilder wirken hell und sauber, mit konsequenter Linienführung. Sie passen so gar nicht zum eigentlichen Image der Metallbauer, das man sich eher verstaubt und schmutzig vorstellt. „Wir haben für die Bilder aber nicht extra alles aufgeräumt“, betont Lamprecht. Das wäre auch schlecht. Schließlich sollen die Kunden keine Mogelpackung vorfinden, wenn sie den Betrieb in Datteln tatsächlich besuchen.



Fotograf Bernhard
Becker Foto: privat

Präzise, saubere Fertigung verlangt einen eben-
solchen Arbeitsplatz. Nur in klaren und ordent-
lichen Bereichen lassen sich anspruchsvolle und
exakt passende Elemente herstellen. Moderne
Industrie-Architektur und helle Montageplätze
bieten angenehme Arbeitsbedingungen, die sich
auf die Endqualität übertragen. Bei den Fotoauf-
nahmen sollte die klare Strukturierung der Ferti-
gung und die besondere Atmosphäre – hell,
raumgebend, freundlich – verdeutlicht werden.

www.bernhardbecker.de

Bilder vermitteln Perfektion

Einige Kilometer weiter westlich in Gelsen-
kirchen stehen vor der Tür der Lackiererei
Bolz hochwertige Autos. Der Lack ist sauber
poliert und selbst die Felgen glänzen.
„So müssen Autos aussehen, wenn sie der
Kunde bei uns abholt“, sagt Geschäfts-
führer Thomas Bolz. Genauso sauber und
ästhetisch wertvoll sehen auch die Bilder
aus, mit denen er sein Unternehmen im In-
ternet präsentiert. Schon das Begrüßungs-

„Die Chemie muss stimmen“

Wolfram Heidenreich ist Geschäftsführer der Buttgereit und Heidenreich GmbH. Im Interview spricht der Chef der Halterner Agentur für Kommunikationsdesign über die Wahl des richtigen Fotografen und die Kosten, die auf Unternehmen für gute Bilder zukommen.

? Herr Heidenreich, wie gehe ich vor, wenn ich mein Unternehmen von einem Fotografen ins rechte Licht setzen lassen möchte?

! Als erstes sollte man mit wachen Augen durch die Welt gehen und sammeln, was einem gefällt. Damit man etwas in der Hand hat, wenn man dem Fotografen erklären möchte, was man eigentlich will. Hierzu kann man sich bei anderen Unternehmen informieren, aber auch gute Fotos aus Magazinen sammeln, um für sich einen Stil zu finden. Dieses Material kann dann Gesprächsbasis sein.



Wolfram Heidenreich
Foto: privat

? Das heißt, dass ich mir erst einmal klar machen muss, was ich eigentlich möchte.

! Ja, aber ich muss mir auch die Ziele klar machen: Was will ich mit den Fotos erreichen. Hier wird hoffentlich auch der Fotograf ein guter Berater sein und mitdenken.

? Wie findet man denn einen guten Fotografen?

! Das Internet ist sicher eine Möglichkeit. Man kann sich aber auch in einschlägigen Branchenführern erkundigen. Ein guter Tipp sind auch Netzwerke. Wer hat dort schon einmal gute Erfahrungen mit einem Fotografen gemacht? Letztlich ist es aber auch wichtig, das die Chemie zwischen Unternehmer und Fotograf stimmt. Und das bekomme ich nur über ein Gespräch heraus.

? Wie wichtig sind gute Bilder für die Außerdarstellung eines Unternehmens?

! Das Bild ist nach wie vor der Informationsträger, den der Betrachter als erstes wahrnimmt. Deshalb kann ich mit einem Bild und der dazu gehörigen Bildlegende eine Menge erreichen – oder auch ver-

spielen. Sie müssen damit die Geschichte, die sie vermitteln möchten, möglichst schon erzählen. Einen Prospekt blättert jeder durch. An guten Bildern bleibt man hängen, ob der Text dagegen gelesen wird, ist eher fraglich.

? Nehmen wir an, ich habe einen Fotografen gefunden. Wie sollte ein Briefing aussehen?

! Ich sollte dem Fotografen klar machen, was die Bilder bewirken sollen.

Manchmal sind auch ganz konkrete Anweisungen nötig, etwa wenn ich einen bestimmten Mitarbeiter oder ein Produkt fotografieren lassen möchte. Es kann ansonsten auch reizvoll sein, den Fotografen selbst etwas entwickeln zu lassen.

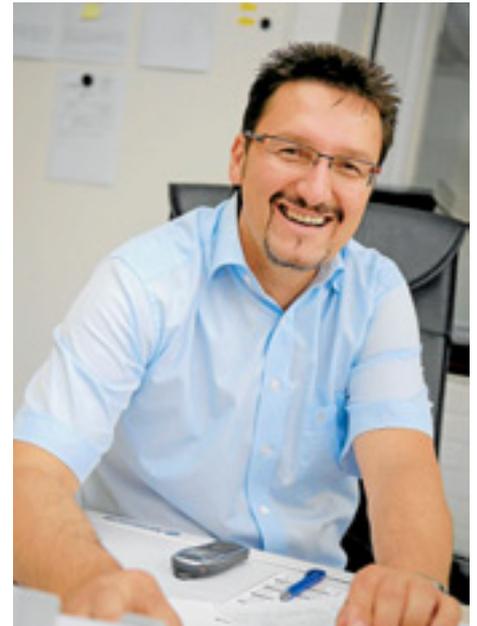
? Wie viel Geld muss ein Unternehmen in die Hand nehmen, um gute Bilder zu bekommen?

! In der Regel kann man das an Tagessätzen festmachen. Jemand, der über die entsprechende Erfahrung und Qualität verfügt, wird voraussichtlich je nach Aufgabe zwischen 800 und 2000 Euro pro Tag berechnen. Aber es gibt auch Fotografen, die deutlich darüber liegen. Das hängt auch vom Renommee des Fotografen und vom Aufwand ab.

? Habe ich damit auch das Recht an den Bildern erworben und kann sie überall dort einsetzen, wo ich es möchte?

! Das sollte man klären, bevor der Fotograf seine Arbeit aufnimmt. Sonst muss man sich hinterher die Genehmigung einholen. Am einfachsten ist es sicher, wenn alle Bilder mit dem Tagessatz für jegliche Verwendung freigegeben werden.

Das Interview führte Jürgen Bröker



Thomas Bolz macht Autos perfekt und will davon perfekte Bilder.
Foto: Werntges

foto ist beeindruckend. Es zeigt die renovierte Werkstatt in spektakulärem Licht. Geschossen hat es der Fotograf Andreas Werntges zur so genannten „blauen Stunde“. So nennt man die Zeit zwischen Sonnenuntergang und völliger Dunkelheit. „Wir liefern professionelle Arbeit und deshalb wollen wir uns auch professionell darstellen“, sagt Bolz. Perfektion ist für ihn wichtig. Bei seiner täglichen Arbeit, aber eben auch in anderen Bereichen. Deshalb sollten auch die Bilder perfekt sein. „Mit einer einfachen Digitalkamera bekommt man das selbst nicht hin“, sagt er. Die Bilder, mit denen er sein Unternehmen im weltweiten Netz präsentiert sind echte Blickfänge.

Bolz und Werntges kennen sich seit vielen Jahren. Deshalb lag eine Zusammenarbeit nahe. „Ich bin für ein paar Stunden rausgegangen und habe mir angeschaut, was da überhaupt machen“, sagt Werntges. Er hat alles fotografiert. Die verschiedenen Arbeiten, die Mitarbeiter, die Autos, die Farben, die Arbeitsgeräte. Ein paar Stunden und er hatte alles im Kasten. „Ich möchte Emotionen mit den Bildern wecken“, sagt er. Deshalb reduziert er oft auf Ausschnitte, auf das Wesentliche. Hochwertige Autos sind nicht als Ganzes zu sehen, sondern der Betrachter sieht nur ein Frontlicht und einen Teil des glänzenden Kühlergrills. Trotzdem entsteht im Kopf sofort ein Gesamtbild.



Fotograf Andreas Werntges Foto: privat

Bilder sind schneller zu erfassen als ein langer Text. Gleichzeitig kann ich mit einem Bild aber auch eine Menge Informationen transportieren. Mit einem gut gestalteten Foto kann ich Richtungen vorgeben. Beim ausgewählten Beispiel der Lackiererei Bolz geht es um eine sachliche Dokumentation des Arbeitsalltags. Es stellt das Kerngeschäft des Unternehmens dar. Das Bild soll Authentizität vermitteln. Der Kunde bekommt einen Eindruck davon, wie bei Bolz gearbeitet wird und das möglichst realistisch. Aus technischer Sicht war es eine Herausforderung, mit dem intensiven Neonlicht umzugehen. Das Bild ist deshalb auf der Homepage auch in schwarz-weiß zu sehen, dadurch erhält es zudem noch einen stärkeren Reportage-Charakter. www.aw-studios.de

nur einen Blick für das richtige Bild und die notwendige Komposition. Sie schauen auch von außen auf das Unternehmen, sind neugierig und unverbraucht“, sagt Werntges und lehnt sich zurück. Er sitzt in einem Sofa in seinem noch recht neuen Studio. Erst Anfang des Jahres ist er hier eingezogen. Weiß ist die dominante Farbe. In diesem leeren Raum ist nichts vorgegeben. Alles scheint möglich. Sogar der Boden ist einfach weiß.

Zum Großteil fotografiert Werntges hier für seine Kunden. Sie schleppen dazu ganze Wohnungen an, um etwa Einrichtungsgegenstände für einen Möbelkatalog fotografieren zu lassen. Selbst ein Auto ist hier schon durch das große Rolltor zum Photoshooting hinein gefahren. Der Gladbecker setzt dort aber auch einen weiteren wichtigen Bereich um. Die Produktfotografie. Dabei kommt es auf ganz andere Dinge an. Perfekte Ausleuchtung und bei ganzen Serien der immer gleiche Aufnahmewinkel sind absolute Voraussetzung für gute Bilder. Das können nur Profis liefern, weil sie das entsprechende Equipment dazu haben.

Im Studio ist alles möglich

Werntges arbeitet mit vielen größeren und kleineren Unternehmen zusammen. Er hat dabei durchaus Unterschiede festgestellt. „Die größeren Unternehmen haben genauere Vorstellungen von den Bildern. Dafür wollen die kleineren meist jeden

noch so kleinen Bereich ihres Betriebs abgelichtet haben“, sagt er. Aus seinem Blickfeld ist das Engagement eines Profifotografen für die Werbefotografie für beide Bereiche aber ein absolutes Muss. Natürlich ist es naheliegend, dass er als Geschäftsmann so etwas sagt. Aber seine Begründung dazu ist plausibel. „Profis haben nicht



Fotograf Rudi Schubert
Foto: privat

Der jährlich stattfindende reddot design award ist für Produkte das, was der Oscar für die Schauspieler ist. Designer und Unternehmen aus 57 Staaten mit über 4000 Produktlösungen stellten sich in diesem Jahr der Jury in Essen. Preise beim reddot design award sind Auszeichnungen für perfekte Produktlösungen. Uns ist es gelungen, der Firma Bewatec mit excellenten Produktabbildungen zu helfen, diese Auszeichnung zu bekommen.

Die Macht unserer Bilder zeichnet sich dadurch aus, dass sie immer verständlich aber dennoch spektakulär ist, in absoluter Übereinstimmung zum aktuellen Zeitgeist steht und in ihrer Idee der Umsetzung des Produkts entspricht. Für uns ist diese Fotostrecke, die in enger Zusammenarbeit mit der HELLO.Werbeagentur entstanden ist, eine der schönsten des letzten Jahres – wir haben klar und verständlich die Produktvorteile visuell herausgearbeitet, Perspektive, Licht und Schärfe so entschieden, dass es diese Fotoreihe ins Jahrbuch der reddot Gewinner geschafft hat.

Die Macht unserer Bilder zeichnet sich dadurch aus, dass sie immer verständlich aber dennoch spektakulär ist, in absoluter Übereinstimmung zum aktuellen Zeitgeist steht und in ihrer Idee der Umsetzung des Produkts entspricht. Für uns ist diese Fotostrecke, die in enger Zusammenarbeit mit der HELLO.Werbeagentur entstanden ist, eine der schönsten des letzten Jahres – wir haben klar und verständlich die Produktvorteile visuell herausgearbeitet, Perspektive, Licht und Schärfe so entschieden, dass es diese Fotoreihe ins Jahrbuch der reddot Gewinner geschafft hat.



Produkte zeigen Unternehmensqualität

„Produktfotos müssen eine Vorstellung von den Eigenschaften unserer Produkte vermitteln. Grundsätzlich soll sich mit ihrem Stil aber auch die Idee von Professionalität und Qualität verbinden“, sagt Bettina Stille. Sie ist zuständig für das Corporate Design bei dem Unternehmen Bischof + Klein (B+K), einem Komplettanbieter für flexible Verpackungen und technische Folien. In den B+K-Produktbroschüren wird den Kunden neben den Produkten auch der hochmoderne Maschinenpark gezeigt. Bei B + K ist man sich sicher, dass sich die In-

vestition in die Bilder rentiert. „Das Unternehmen transportiert über hochwertige Publikationen sein Image als hochqualifizierter Produzent von Folien und Verpackungen. Eine überzeugende Bildsprache ist dafür unverzichtbar“, sagt Stille.

Für diese war in vielen Fällen Rudi Schubert zuständig. Er fotografiert auch für die BEWATEC Kommunikationstechnik GmbH. Der Spezialist für Kommunikation am Patientenbett setzt bei den Bildern auf ästhetische und „cleane“ Darstellung. Einheitlichkeit und Wiedererkennung sind weitere Kriterien. Gerade erst hat Schubert den MediNet Flachbildschirm des Telgter Unter-

nehmens abgelichtet. Ein perfekt inszeniertes Bild, mit dem Schubert ein ästhetisches und funktionales Produkt abgelichtet hat.

Immerhin hat BEWATEC mit diesem Produkt den wohl begehrtesten Design-Preis, den reddot-Award, gewonnen. „Auch wenn die Bilder künstlerisch und ästhetisch sind, für die Kunden geht es in erster Linie darum, dass sie das Produkt gut erkennen können“, sagt Volker Kespohl. Er ist für Werbung und Marketing des Unternehmens zuständig. Bei dem Foto, das den preisgekrönten Bildschirm zeigt, wird allerdings auch die Ästhetik anerkannt. „Hier bekommen wir schon feedback“, sagt Kespohl.



B+K AUSBILDUNG

**STARTBAHN
FÜR DEINE
KARRIERE**

Flexibilität, Kompetenz und Kreativität sind die drei Grundmotive unserer Arbeit. Neuen Dingen begegnen wir stets mit visionärem Innovationsgeist. Deshalb investieren wir stetig in die Zukunft und in junge motivierte Menschen, denen wir mit einer Ausbildung die solide Startbasis für ihre Laufbahn bieten.

B+K
BISCHOF + KLEIN

PACKAGING SOLUTIONS www.bk-packaging.com

Bischof + Klein GmbH & Co. KG · Raistraße 47 · D · 49525 Lengerich
Tel. +49 (0) 54 81 / 9 20 - 0 · info@bk-packaging.de

Dies ist ein Beispiel aus unserem fotografischen Beitrag zur Philosophie der Firma Bischof und Klein. Das Thema Nachhaltigkeit im Bereich Ausbildung und Mitarbeiter wollten wir mit unserer Fotoserie passend umsetzen. Mit moderner Bildsprache Jugendliche für einen Ausbildungsberuf zu begeistern und dafür zu sorgen, dass wir auch morgen mit Fachkräften konkurrenzfähig bleiben – das soll transportiert werden. Eine Herausforderung die visuell gemeistert werden muss; bei der Arbeit mit Menschen geht es auch um viel Einfühlungsvermögen, Verständnis und Fingerspitzengefühl und nicht immer nur darum, Produkte ins rechte Licht zu rücken. Da muss die Sprache und Ansage am Set passen, damit die Fotos absolut authentisch wirken und das richtige Feeling transportieren. Dabei haben uns auch unsere eigenen Azubis im Team geholfen. Lehrlinge, Jugendliche in der Ausbildung - das ist uns sehr wichtig. Darum sind wir der Meinung, dass es dieses Bild schafft, zu diesem Thema das optimale Foto zu sein.
Rudi Schubert, www.schubert-fotografie.de

Zweitverwertung in den Medien

Doch auch sonst ist er davon überzeugt, dass sich der Einsatz eines Profis hinter der Kamera lohnt. Er wisse, wie er die Aufgaben optimal umsetze. Und im Übrigen amortisiere sich die Investition ja nicht nur über die gute Außendarstellung, sondern auch über die Möglichkeit, die einmal geschossenen Bilder in verschiedenen Medien

zu nutzen. Fotograf Erik Hinz hat noch einen weiteren Vorteil beobachtet. So steige bei Publikums-Medien die Bereitschaft, ausführlicher über ein Unternehmen zu berichten und den Bericht auch prominenter zu platzieren, wenn entsprechendes Bildmaterial vorliegt.

Bei Hetkamp in Raesfeld macht sich der Einsatz professioneller Bilder manchmal sogar direkt im Alltag bemerkbar. „Darüber

erschließen wir uns neue Käuferschichten“, sagt Geschäftsführer Ackmann. Erst neulich sei ein Kunde auf ihn zugekommen, der eine Küche in einer ein Jahr alten Zeitschrift gesehen hat. „Können Sie mir genau so eine Küche einbauen?“, habe er gefragt, erzählt Ackmann. Gibt es ein besseres Argument für die ungebrochene Macht der Bilder?

Jürgen Bröker

Erfolgreiche Unternehmenskommunikation

„Bilder zielgerecht einsetzen“

Was leisten Bilder in der Unternehmenskommunikation. Ist es wirklich angebracht, in „gute“ Bilder zu investieren? Das fragte der Wirtschaftsspiegel Prof. Dr. Reinhold Happel, der am Fachbereich Design der Fachhochschule Münster lehrt und über die Wirkung von „Bildern“ im Rahmen der Unternehmenskommunikation forscht.

? Herr Prof. Happel, es wird häufig von der „Macht der Bilder“ gesprochen, was ist damit gemeint?

Der Mensch ist, um es etwas salopp zu sagen, ein „Augentier“. D. h., unsere visuellen Wahrnehmungen haben eine zentrale Funktion in dem Prozess, wie wir die Realität erfahren und ein Verständnis von der Wirklichkeit gewinnen. Dass in unserer modernen Informationsgesellschaft bildliche Kommunikationsformen, von der Fotografie, über den Film bis zum Internet, eine wesentliche Rolle spielen, ist vor diesem Hintergrund also gar nicht erstaunlich.

? Worin liegt denn die besondere Wirkung von Bildern?

Viele kennen sicherlich den Spruch, „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“. Wenn wir das in unserem Zusammenhang auf das fotografische Bild beziehen, dann ist damit einerseits gemeint, dass ein Bild uns weitaus detailgenauer, umfassender und schneller als jede Wortformulierung das Aussehen von Objekten oder einer Person vermitteln kann. Des Weiteren aber, und das ist besonders wichtig: das Bild hat eine unmittelbare, ganzheitliche Wirkung. Wir reagieren, wie die Wahrnehmungspsychologie herausgefunden hat, eben nicht nur rational, sondern immer auch emotional auf Bilder. Und die emotionale Ebene ist eminent wichtig. Sie entscheidet nämlich darüber, ob uns ein Motiv, beispielsweise eine Person oder ein Objekt, attraktiv und sympathisch erscheint oder unangenehm und uninteres-

sant. Das ganze spielt sich in Bruchteilen von Sekunden ab, ist uns also in der alltäglichen, meist beiläufigen Wahrnehmung fotografischer Bilder gar nicht bewusst.

? Welche Konsequenzen sind daraus für die Unternehmenskommunikation zu ziehen?

Der Mensch, das weiß die Verhaltensforschung seit langem, verhält sich weit aus irrationaler als vielleicht erwünscht, und jede kluge Marketingabteilung berücksichtigt dies in der Planung ihrer Kommunikationsmaßnahmen. Daher werden bildliche Darstellungen wegen ihrer unmittelbaren, einprägsamen emotionalen Wirkung geradezu selbstverständlich in Printereignissen eingesetzt. Weil nun aber heute jeder, soweit er kann, dieser Devise folgt und wir in einer wahren Bilderflut geradezu ertrinken, wird für die erfolgreiche Resonanz einer Botschaft die Qualität des Bildes zum entscheidenden Faktor.



Prof. Dr. Reinhold Happel Foto: privat

? Gibt es für diese Qualität im Rahmen der Unternehmenskommunikation benennbare Kriterien?

Die Frage ist weder leicht noch pauschal zu beantworten. Denn jede Kommunikationsmaßnahme hat ihre spezifischen Rahmenbedingungen, und danach sind die Kriterien für eine angemessene Fotografie und „Bildsprache“ festzulegen. Ein Foto, das für die eine Aufgabe geeignet ist, kann für eine andere ungeeignet sein. Das hängt nicht nur vom Motivinhalt oder seiner ästhetischen Darstellung ab. Ganz wesentlich ist, ob das Bild seine positive Vermittlungsfunktion bei der anvisierten Zielgruppe er-

füllen kann. Es ist also immer ratsam, Bilder für den jeweiligen Zweck anfertigen zu lassen und nicht auf die sogenannte „Stockfotografie“, auf fotografische Datenbanken, zurückzugreifen. Das führt zwar in der Regel zu Mehrkosten, zahlt sich aber letztlich immer aus.

? Welche konkreten Ansprüche sind an fotografische Bilder zu stellen?

Selbstverständlich muss eine Aufnahme technisch einwandfrei sein, was Licht, Schärfe, Kontraste oder Farbqualität betrifft. Aber nur in Verbindung mit einer guten „Komposition“, die das Besondere und den Charakter des jeweiligen Motivs attraktiv vermittelt, wird daraus eine qualitätvolle, potenziell wirksame Fotografie. Dazu gehören eine auf das Selbstverständnis des Unternehmens ausgerichtete Eigenständigkeit der „Bildsprache“, mit der die Unverwechselbarkeit und Glaubwürdigkeit verstärkt werden kann und die durchgängig eingesetzt wird; außerdem eine auf die zu vermittelnden Inhalte bezogene narrative Qualität der Bilder, über die das Interesse an den Inhalten gesteigert werden kann.

? Wird bisher nicht genug Augenmerk auf qualitätvolle Fotografie gelegt?

Ich denke, es ist klar geworden, dass eine erfolgreiche Bildsprache nicht mal nebenbei zu machen ist. Viele Unternehmen haben dies inzwischen erkannt. Aber nicht immer werden daraus die richtigen Konsequenzen gezogen. So fallen nicht selten beispielsweise in Geschäftsberichten Portraits der Führungspersonlichkeiten weit hinter das selbst gesteckte Anspruchsniveau zurück. Dabei sind gerade die leitenden Akteure für die Außenwahrnehmung von Unternehmen von erheblicher Bedeutung. Nicht die Quantität, sondern der zielgerichtete Einsatz inhaltlich und ästhetisch stimmiger Bilder führt zu dem, was wir von ihnen erwarten: eine wirksame Botschaft über ein Unternehmen und seine Leistungen zu liefern.

Das Interview führte Britta Zurstraßen

Interview mit Monika Matschnig

Regelrechter Rausch

Wie begeistert man Menschen von seinen Produkten und Dienstleistungen – oder von sich? Expertin Monika Matschnig gibt ein paar Tipps für die richtige Körpersprache.

? Was macht Ihrer Meinung nach einen guten Redner aus?

! Ein guter Redner versteckt sich nicht hinter einem Rednerpult, oder benutzt seine Mappe als Schutzschild und absolviert eine monotone Leseübung. Das langweilt die Zuhörer. Für mich sind Redner wirkungsvoll, wenn sie Begeisterung versprühen und Leidenschaft übertragen. Leidenschaft bedeutet Bewegung und Bewegung ist Körpersprache. Bei einem überzeugenden Redner müssen Ausdrucksweise und Wirkung mit den präsentierten Inhalten übereinstimmen.

? Wie beginnt man einen Vortrag am Besten?

! Am Anfang einer Präsentation spielen Fakten erst einmal keine Rolle, sondern ausschließlich Emotionen. Dies hört sich zuerst merkwürdig an, doch die Stimmung, mit der der Redner seinen Vortrag beginnt, überträgt sich auf das Publikum – und die des Publikums wiederum auf den Vortragenden. Wenn Redner das Gefühl haben, sie werden vom Publikum getragen, erleben sie einen regelrechten Rausch. Menschen die selbstbewusst, lebendig, strahlend und optimistisch auftreten, erhalten also schneller eine positive Resonanz vom Publikum und werden dadurch gleichzeitig auch in ihrem Auftreten gestärkt.

? Was ist zu Beginn entscheidend?

! Wenn Sie auf das Rednerpult, oder die Mitte der Bühne zugehen – dann bewegen Sie sich möglichst zielstrebig. Allerdings dürfen Sie dabei nicht gehetzt wirken. Danach ist es wichtig, dass Sie erhobenen Hauptes in der Mitte der Präsentationsfläche stehen bleiben, sich frontal Ihrem Publikum zuwenden, Blickkontakt

zu ihm aufnehmen und freundlich in die Runde lächeln.

? Was sagt man zuerst?

! Starten Sie nicht sofort mit Ihrem Vortrag, sondern holen Sie sich erst die Aufmerksamkeit des Publikums durch Ihr Schweigen. Ich weiß, dass dies oft nicht einfach ist, aber beginnen Sie Ihren Vortrag wirklich erst, wenn Sie eine Nadel auf den Boden fallen hören könnten und alle Au-



Durch die nonverbale Kommunikation verraten die Menschen oft mehr über ihre Gefühle als durch die verbale Kommunikation. Foto: fotolia / Robert Kneschke



Monika Matschnig: „Die Stimme kann lügen, der Körper nie.“ Foto: pd

gen auf Sie gerichtet sind. Erst jetzt haben Sie die komplette Aufmerksamkeit auf Ihrer Seite. Ein kleiner Tipp noch: Starten Sie den Vortrag nicht mit Standardfloskeln wie „Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind“. Seien Sie kreativ. Wer verbietet einem erst mit einer Anekdote, einer überraschenden Studie oder einer rhetorischen Frage zu starten und die Zuhörer erst anschließend zu begrüßen?!

? Bleibt der Redner die ganze Zeit in der Mitte stehen, oder ist es empfehlenswert sich zu bewegen?

! Ich finde es vorteilhaft, mit kontrollierten Ortsveränderungen zu agieren. Gehen Sie mal zum linken Flügel des Publikums, dann zum rechten Flügel des Publikums. Achten Sie aber darauf, dass Sie in die Richtung blicken, in die Sie gehen und kommen Sie, wenn Sie in einer Ecke angekommen sind, zum Stehen. Stellen Sie sich immer wieder auf beide Beine. Und merken Sie sich: Eine angemessene Körperspannung ist entscheidend, um Selbstsicherheit auszustrahlen.

? Wie sieht es mit Gesten aus?

! Die beste Untermauerung für die Inhalte und Argumente sind anschauliche Gesten, die zum Gesagten passen. Eine einzelne Geste

kann viele Informationen zeitgleich vermitteln. „Wir gemeinsam schaffen es mit Kraft und Engagement das Ziel zu erreichen.“ Dieser Satz erhält eine nachhaltigere Wirkung, wenn man ihn nicht nur spricht, sondern auch mit Gesten unterstreicht („wir gemeinsam“ – zum Beispiel nach vorne ausgeführte Gestik mit nach oben gerichteten Handflächen). Der Zuhörer sieht das und was er sieht bleibt haften. Um Ihre Argumente aber auch sprachlich zu stärken, sollten in jeder Rede Beispiele, Geschichten oder Metaphern vorhanden sein.

? Haben Sie ein Geheimnis gegen Nervosität?

| Nervosität ist gut. Seien Sie dankbar für diese Anspannung. Es ist ein Zeichen, dass Ihnen die Sache wichtig ist und zusätzlich erzeugt dieses unguete Gefühl mehr Energie in Ihrem Körper. Mein Geheimnis gegen Lampenfieber sind meist nur ganz simple Tricks: Trinken Sie genügend und bauen Sie bei einem kleinen Spaziergang

Ihre Spannungen ab. Wenn Sie auch geistig angespannt sind, spannen Sie Ihren gesamten Körper an – und zwar jeden einzelnen Muskel. Halten Sie diese Spannung kurz an und lassen Sie los, während Sie kräftig ausatmen. Ich garantiere Ihnen, wenn Sie diese Übung zwei bis drei Mal wiederholen, schwindet nicht nur die körperliche, sondern auch die seelische Anspannung.

? Doch wie schafft man es, dass die Leute danach sagen: „Wow, diese Präsentation hat mich wirklich begeistert“?

| Ganz einfach durch Übung! Es gibt kaum einen bedeutenden Politiker, der nicht seinen persönlichen Coach hat und kaum einen Manager, der nicht Präsentationsseminare durchlaufen hat. Nur durch konsequentes Üben können Sie Ihre Fähigkeiten als Redner verbessern. Kurz gesagt: Reden lernt man durch reden – also üben, üben und nochmals üben.

Das Interview führte Katharina Hoinkes

9. Dezember 2010

m:ut 10 Symposium

Heute schon die Weichen für morgen stellen. Hierzu lädt das Wirtschaftssymposium m:ut 10 am 9. Dezember 2010 ins Schloss Münster ein.

Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Manager und Unternehmensleiter aus der Region, die hier Anregungen für die zukünftige Ausrichtung ihres Unternehmens finden wollen. Monika Matschnig referiert zu dem Thema „Die Stimme kann lügen, der Körper nie“. Weitere Referenten sind Prof. Dr. Michael Hüther, Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln und Thomas Reiter, Vorstand der deutschen Luft- und Raumfahrt und Astronaut.

Anmeldungen unter www.mut10.de

Bischof + Klein

Verpackung künftig mieten statt kaufen?

Lassen sich Verpackungen vermieten? Auf einer Fachtagung mit rund 250 Gästen aus Industrie und Wirtschaft diskutierte das Lengericher Familienunternehmen Bischof + Klein (B+K) Fragen zur Nachhaltigkeit.

„Wir müssen neu und anders denken“, unterstrich Angelika Lütke Lengerich, Leiterin des

B+K-Nachhaltigkeitsteams. „Warum sollten wir nicht auch über Verpackungen zum Mieten sprechen?“ Damit hätte das Unternehmen möglicherweise viele Menschen auf seiner Seite: „Die Bürger machen sich Gedanken um den wachsenden Plastikmüll“, erklärte Meike Gebhard, Vorstand der Internetplattform Utopia AG. Von B+K

erwarte sie, dass es sich nicht nur um die klassische Material- und Energieeffizienz bemühe, sondern völlig neue Konzepte auf den Tisch legt. Die effizientere Nutzung von Erdöl und die Gefahr eines ökologischen Kollapses waren weitere Themen auf der klimaneutral organisierten Fachtagung.

Bresser

Sternengucker

Teleskope und Mikroskope bildeten den Schwerpunkt am Messestand von Bresser auf der Photokina in Köln. Das Unternehmen aus Rhede zeigte unter anderem ein Computerteleskop für Einsteiger und hochwertige Messier-Teleskope, mit denen Sternengucker auf Knopfdruck bis zu 30 000 Himmelskörper beobachten. Weiteres Highlight war das LCD-Schülermikroskop, bei dem mehrere Betrachter gleichzeitig Objekte über einen Monitor beobachten können.

Backstage-Academy

Dinner mit Knigge

Aus dem Krimi-Dinner wird ein Knigge-Dinner. Mit dieser neuen Idee will die Backstage Academy, die zur Unternehmensgruppe Litestructures aus Emsdetten gehört, die Tischkultur heben und Unternehmen einen amüsanten Rahmen für eine Weihnachtsfeier bieten. Bei einem Drei-Gänge-Menü wird Bauchredner Michael Schürkamp als Butler Verhaltenstipps geben – allerdings niemals belehrend. Für die Speisen und Getränke am 2. Dezember ist der Catering Service Bucker zuständig.

dm

Früh Verantwortung übernehmen

Ausbilderin zu sein, sei ihr eine Herzensangelegenheit, sagt Mechthild Greiwing. Dies hat das Fachmagazin „Lebensmittel Praxis“ honoriert, von dem die Leiterin der dm-Filiale am Markt in Recklinghausen beim Wettbewerb „Ausbilder des Jahres 2010“ auf den zweiten Platz gewählt worden ist.

Überzeugt habe die Jury, dass sie den jungen Leuten früh Verantwortung überträgt. Dazu gehört auch, dass ältere Lehrlinge Patenschaften für neue Azubis oder Praktikanten übernehmen. Auch blicken sie über den eigenen Tellerrand hinaus, unter anderem durch Hospita-



Mechthild Greiwing wurde geehrt. Foto: dm

tionen bei der betriebswirtschaftlichen Filialplanung oder bei Filialleitersitzungen. Darüber hinaus organisiert Mechthild Greiwing Workshops und Exkursionen.

Auszeichnungen

Die Nordenia International AG aus Greven hat zwei Auszeichnungen beim Grand Prix Cyrel erhalten. Die Verpackung „Rossmann Babydream“ erhielt die Goldmedaille in der Kategorie Innovationen. Das Druckmotiv „ProPlanDog Senior + Adult Large“ wurde für die beste Konvertierung prämiert.

60 neue Azubis

60 neue Auszubildende hat die Noweda Apothekergewerkschaft aus Essen an ihren 14 Standorten begrüßt, drei davon in Münster. Insgesamt erlernen 139 angehende Fachlageristen, Fachkräfte für Lagerlogistik, Mechatroniker, Groß- und Außenhandelskaufleute sowie Fachinformatiker bei Noweda ihren Beruf, 37 mehr als 2009.

Ehrenpreis

NRW-Landwirtschaftsminister Johannes Rimmel hat die Wilhelm Prünfte GmbH mit dem „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ ausgezeichnet. Damit wurden Qualität und Geschmack der Backwaren aus Gelsenkirchen prämiert.



Mehr als 700 Teilnehmer zählte MBH aus Ibbenbüren-Uffeln beim dritten Benefizlauf zugunsten der Kinder-Krebs-hilfe. Erstmals gingen 30 Mountainbiker an den Start, es folgten die Bambinis (Foto), die Teilnehmer des fünf Kilometer langen Jedermannlaufs, die Walker und die Läufer des zehn Kilometer langen Hauptlaufs. Der aus Polen stammende Mariusz Borychowski gewann mit dem Streckenrekord von 32 Minuten. Foto: MBH

Tobit.Software

Warnung vor dem „Klick zuviel“

Schüler erfuhren etwas über mögliche Traumberufe, Lehrer über Möglichkeiten und Gefahren des Internets: Tobit.Software in Ahaus verzeichnete großes Interesse an fünf Veranstaltungen.

Bei vier „Karrieretagen“ ließen sich Tobit-Auszubildende über die Schulter schauen und zeigten Schülern, was genau ein Veranstaltungskaufmann, ein Mechatroniker oder ein Systemkaufmann macht. Nicht nur Informatiker sind in der Software-Schmiede beschäftigt: Hier arbeiten auch Kaufleute im Marketing oder Hotelfach, Elektriker, Restaurantfachkräfte und Studenten des dualen Studiums. Um Cybermobbing, On-



Mehr als nur Software: Azubi Oliver vom Veranstaltungsfach stellte bei den Karrieretagen seine Aufgaben bei Tobit vor.

Foto: Tobit

line-Sucht und Grundwissen zum Urheberrecht ging es bei Online-Upd@te, einer Fortbildung mit mehr als 150 Lehrern und Sozialarbeitern. Hendrik Lamann von Tobit warnte vor dem unrechtmäßigen Herunter-

laden von Liedern aus dem Internet und dem einen „Klick zuviel“. Er empfahl die Software Radio.FX des Ahauser Unternehmens, mit der ein rechtmäßiges Mitschneiden von Internetradios möglich sei.

► Platz zwei

Die last mile logistik netzwerk Gelsenkirchen – Herne – Herten schaffte es unter zwölf Mitbewerbern auf Rang zwei beim Wettbewerb Logistikstandort des Jahres NRW.

► Niedergelegt

Joachim Voss, WestLB, hat sein Mandat im Aufsichtsrat der Sassenberger technotrans AG niedergelegt. Bis zur Hauptversammlung im Mai rückt Dieter Schäfer aus Karlsruhe nach.

► Hafennähe

Nach fast 15 Jahren ist die Werbeagentur B&S in die Nähe von Münsters Hafen gezogen und arbeitet im neuen Bürogebäude PortAL10.

Westfalen AG

Größte Auslandsinvestition

Die Westfalen AG aus Münster agiert international und stärkt gleichzeitig die regionale Bindung: In Le Creusot in Frankreich hat die Westfalen-Gruppe eine Luftzerlegungsanlage in Betrieb genommen, während in Wolbeck ein Kooperationsvertrag mit der örtlichen Realschule geschlossen wurde.

Die 30 Millionen Euro teure Luftzerlegungsanlage ist die bislang größte Auslandsinvestition. Sie produziert täglich 300 Tonnen Stickstoff, Sauerstoff und Argon. Mit dem Sauerstoff

wird unter anderem ein benachbartes Stahlwerk versorgt. In Tschechien ist zudem die sechste Auslandsgesellschaft gegründet worden. Schwerpunkt ist zunächst der Vertrieb von Kältemitteln für Kühl- und Klimaanlage. Die Zusammenarbeit mit der Realschule Wolbeck soll Schülern Einblicke in die Berufswelt ermöglichen. Unter anderem stellt die Westfalen AG Plätze für Praktika im Betrieb zur Verfügung, lädt zu Betriebsbesichtigungen ein und trainiert Bewerbungsgespräche.



Zum 25-jährigen Jubiläum gratulierte Dorothe Hünting-Boll (Mitte), IHK-Regionalbeauftragte für die Kreise Warendorf und Steinfurt, dem Unternehmen **Berief Feinkost** aus Beckum. Von Hermann Berief (2. v. l.) 1985 gegründet und seit 2008 von Sohn Marcus (2. v. r.) weitergeführt, zählt das Unternehmen zu den führenden Herstellern von Soja-Produkten. Eine breite Produktpalette von Tofu-Artikeln über Brotaufstriche bis hin zu Sojadrinks werden im Lebensmittelhandel angeboten. Das Unternehmen ist nach IFS und EG-Öko-Verordnung zertifiziert.

Foto: Berief

Galeriehaus Grosche

Angenehm anschmiegsam

Das Galeriehaus Grosche aus Castrop-Rauxel ist für die handwerklich-gestalterische Qualität des Armreifens Bamboo (Foto) mit dem Designpreis Q-rouge ausgezeichnet worden. Die Anordnung der handgeschmiedeten Bambuselemente aus oxidiertem Sterlingsilber und Blattgold bedinge eine



Foto: Grosche

hohe Dehnbarkeit des Armreifens, so die Jury. Beim Hineinschlüpfen gibt der von Kersten Grosche gestaltete

Reif nach und schmiegt sich angenehm an.



Andreas Plietker und Mona Rohlmann von Davert. Foto: Davert

Davert

Marke des Jahres

Die „Biomarke des Jahres 2011“ im Bereich Naturkost-Fachhandel kommt aus Senden: Davert überzeugte die Jury von der Zeitschrift Lebensmittel Praxis und der bioexperten Consulting Group mit den Pfannengerichten. Zuvor wurde die „Marokko-Pfanne“ als erfolgreichste Produkteinführung gekürt.

Echterhoff Bau

Krise bestens überstanden

Wer auf Deutschlands Straßen unterwegs ist und dort Brücken überquert, war bereits auf der fachmännischen Arbeit von Echterhoff Bau aus Westerkappeln unterwegs. Zum 150-jährigen Jubiläum gratulierte sogar Bundespräsident Christian Wulff. Echterhoff Bau bietet auch Leistungen im Kanalbau und Rohrleitungsbau, im Ingenieur- und Spezialtiefbau, im Industriebau und im schlüsselfertigen Bau sowie im Stahlbau und in der Reparatur von Baumaschinen an. 1860 wurde die Bauunternehmung in Osnabrück gegründet, seit 1968 hat die Gruppe mit 400 Mitarbeitern den Hauptsitz in Westerkappeln-Velpe. Die Wirtschaftskrise hat der Jubilar, zu

dem unter anderem Unternehmungen in Dessau und Posen gehören, gut überstanden. „Wir haben einen Auftragsbestand für mehr als zehn Monate“, er-

klärt Rainer Koßmann, der mit Theo Reddemann, Thomas Echterhoff und Jutta Echterhoff-Beeke die Firmengeschicke lenkt.



Mehr als 1,5 Millionen Mineralwasserflaschen von Salvus Mineralbrunnen aus Emsdetten machen Lust auf Meer: Sie sind mit Urlaubsmotiven von Nord- und Ostsee etikettiert. Die Geschäftsführer von Salvus und Upstalsboom Hotel + Freizeit aus Emden, Heike Schürkötter und Bodo Janssen, stellten die Sonderedition vor. Foto: Salvus

VR-Bank Westmünsterland

Kunden investieren kräftig

Die VR-Bank Westmünsterland blickt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2010 zurück. Mehr als 125 Millionen Euro an neuen Krediten wurden in dieser Zeit den Unternehmen zur Verfügung gestellt. Das seien elf Prozent mehr als im Vorjahresvergleich. Auch die Privatkunden im Westmünsterland investieren kräftig: Das belegen 56 Millionen Euro neuer Kreditausleihungen, die vor allem zur Finanzierung von Bau- und

Renovierungsmaßnahmen in die Region flossen. Der gesamte Bestand der an die Kundschaft vergebenen Kredite ist um 6,2 Prozent auf etwa 1,4 Milliarden Euro angewachsen. Die Geldanlagen der Privatkunden stiegen auf aktuell über 1,5 Milliarden Euro an. Insgesamt betreut die VRBank für ihre Kunden ein Volumen von über 3,4 Milliarden Euro. Seinen Mitarbeitern bietet das Institut wegen der guten Lage eine Jobgarantie an.



Der Beckumer Unternehmer Franz-Josef Bütfering (3. v.l.) ist zum Präsidenten der Federation Eumabois gewählt worden. Eumabois ist der Verband der europäischen Holzbearbeitungsmaschinenhersteller und vertritt 13 europäische Nationen mit 800 Mitgliedsfirmen. Deren Gesamtumsatz beläuft sich auf etwa fünf Milliarden Euro.

Foto: Bütfering

Auto Senger/Hemelter Mühle Lkw läuft und läuft ...

Eine Million Kilometer hat Jörg Heidemann von der Hemelter Mühle in Rheine in zehn Jahren zurückgelegt – mit nur einem Lkw. 1999 wurde der Mercedes Benz Actros 2540L von der Firma Egon Senger in Rheine ausgeliefert. Dank umsichtiger Fahrweise und kontinuierlicher Werkstattbetreuung läuft der V6-Motor weiterhin rund. Serviceleiter Ralf Möller und Verkaufsleiter Nikolaus Klar von Senger überreichten Jörg Heidemann und Markus Hoffmann von der Mühle den goldenen Mercedes Benz-Stern mit Urkunde.



Ralf Möller (r.) und Nikolaus Klar (l.) gratulieren Jörg Heidemann (2. v.r.) und Markus Hoffmann.

Foto: Auto Senger

Greiwing Pilotprojekt

Die Grevener Greiwing logistics for you GmbH setzt erstmals das CO₂-Bilanzierungstool QlikView ein, um alle beim Transport erzeugten Emissionen zu berechnen. Zudem nimmt Greiwing an dem Pilotprojekt Shell FuelSave Partner teil, welches eine Analyse der Kraftstoffeffizienz erlaubt. Das Unternehmen nutzt die Anwendung, um unnötigen Verbrauch zu identifizieren und zu reduzieren. „Grüne Logistik hat sich immer mehr zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor entwickelt“, begründet Geschäftsführer Klaus Beckonert die Schritte. So sei die Nachfrage nach einer transparenten CO₂-Bilanz deutlich gestiegen.



Kemper Solar hat in **Vreden** einen Demonstrations-Solarpark mit 20 Nachführsystemen eröffnet. Diese richten sich nach der Position der Sonne aus und gewinnen im Vergleich zu fest installierten Anlagen um bis zu 40 Prozent mehr Strom. Geschäftsführer Björn Kemper (l.) und Bürgermeister Dr. Christoph Holtwisch eröffneten die Anlage.

Foto: Kemper

Ernsting's Family Händler des Jahres gekürt

Der Textilfilialist Ernsting's Family aus Coesfeld hängt in der Kundengunst selbst Konkurrenten wie C & A oder Hennes & Mauritz ab. Eine vom Handelsverband Deutschland (HDE) unterstützte Konsumentenstudie der Marktforschungsfirma Q&A Research & Consul-

tancy erklärte die Modekette zum „Händler des Jahres“. Das Familienunternehmen mit 1500 Läden und 8300 Mitarbeitern wurde wegen des günstigen Preis-Leistungs-Verhältnisses, dem Service und der Freundlichkeit gelobt. 50 000 Konsumenten wurden befragt.

► Finalist

Das Borkener IT-Systemhaus Netgo ist beim großen Preis des Mittelstandes als „Finalist“ ausgezeichnet worden. Aus NRW erhielten sechs Unternehmen diesen Preis, bundesweit waren 3580 Unternehmen nominiert worden. Die Juroren lobten den unternehmerischen Mut und das hohe Wachstum von bis zu 60 Prozent pro Jahr.

► Empfohlen

Die münstersche LVM-Autoversicherung gehört zu den besten drei Versicherern in der Schadenregulierung. Assekurata Solutions ermittelte bei einer Kundenbefragung eine hohe Bereitschaft zur Weiterempfehlung.



Oberbürgermeister Frank Baranowski (3. v. r.) bei einem Rundgang mit EON-Geschäftsführer Dirk Jost (2. v. r.) und dem Leitenden IHK-Geschäftsführer Peter Schnepfer (2. v. l.).
Foto: E.ON

E.ON Kraftwerke

2000 Azubis in 50 Jahren

Im Aus- und Fortbildungszentrum Gelsenkirchen feierte die E.ON Kraftwerke GmbH ihren 50. „Ausbildungsgeburtstag“. 1960 stellte die Werksdirektion Energie der Hibernia AG sieben junge Menschen ein. 2000 junge Menschen sind seitdem in technisch-gewerblichen und kaufmännischen Berufen fit ge-

macht worden. Derzeit sind 257 Auszubildende bei E.ON. „Für den sicheren sowie umwelt- und ressourcenschonenden Betrieb der Kraftwerke sind wir zwingend auf eine gut qualifizierte Mannschaft angewiesen“, erklärte Dirk Jost, Geschäftsführer von E.ON Kraftwerke.

Evonik / H2Herten

Mit Windkraft versorgen

Evonik hat den Zuschlag für ein großes Energieprojekt auf der ehemaligen Zeche Ewald erhalten: Mit Hilfe von klimaschonender Windkraft soll das Anwenderzentrum H2Herten mit Energie versorgt und Wasserstoff im Elektrolyseverfahren

produziert werden. Das Anwenderzentrum ist damit unabhängig vom Stromnetz. Das Land NRW unterstützt die Maßnahme mit 2,7 Millionen Euro. Das Energieinstitut der FH Gelsenkirchen begleitet das Projekt wissenschaftlich.



Die Diskussionen über das deutsche Gesundheitssystem können ihm den Spaß am „Apothekern“ nicht nehmen: In zweiter Generation führt Gero Altmann zusammen mit seiner Frau Karoline die **Kreuz-Apotheke in Recklinghausen**. Vor 50 Jahren hatten seine Eltern den Betrieb gegründet, dessen Spezialität Naturheilverfahren sind.

Foto: Kreuz-Apotheke



Auf zwei wichtigen Messen spürte Hengst deutlich die Erholung der Automobilmärkte. Foto: Hengst

Hengst

Automärkte erholen sich

Die Erholung der internationalen Automobilmärkte verstärkt sich. Dieses Fazit zieht Hengst für die international bedeutsamen Fachmessen Automechanika und IAA Nutzfahrzeuge, die in Frankfurt und Hannover stattfanden. Auf beiden Veranstaltungen präsentierte das münstersche Unter-

nehmen Filtrations-Systeme und das Ersatzteilsortiment für Fahrzeugmotoren. Für die Nutzfahrzeughersteller stand die Steigerung der Wirtschaftlichkeit im Vordergrund, die zum Beispiel durch reduzierten Verbrauch und eine Verlängerung der Wartungsintervalle erreicht werden kann.

LVM Versicherung

Neue Lehrinhalte ausgezeichnet

Die LVM Versicherung, Münster, hat auf dem Bildungskongress der Deutschen Versicherungswirtschaft den InnoWard 2010 erhalten. Damit wurde die Umsetzung eines neuen Prüfungsbausteins in der Ausbildungsordnung für angehende Versicherungs- und Finanzkaufleute prämiert. Bei den

neuen Lehrinhalten handelt es sich um Reporte und fallbezogene Fachgespräche. Die Auszubildenden schreiben zu zwei komplexen Aufgaben aus ihrem Alltag einen dreiseitigen Bericht, in dem sie die Arbeitsprozesse erläutern. Danach werden die Reporte mit den Ausbildern besprochen.



Für ihre Angehörigen legten die Mitarbeiter des Druck- und Mailingspezialisten Wirtz eine Extraschicht ein. 250 Angehörige kamen zum ersten Familientag ins neue Druck- und Medienzentrum nach Datteln. 2,5 Millionen Euro hat Wirtz in das Druckzentrum investiert. Foto: Wirtz

St. Franziskus-Hospital Managerin ausgezeichnet

Dr. Ulrike Teßarek (Foto) ist Healthcare-Managerin des Jahres. Eine Fachjury zeichnete sie auf dem Rheinischen Kongress für Gesundheitswirtschaft aus. Als Netzwerkmanagerin im St. Franziskus-Hospital Münster entwickelte sie ein strategisches Managementkonzept für intersektorale Kooperationen im Gesundheitswesen: Sie unterstützte die Entwicklung und den Aufbau des Franziskus-



Foto:
St. Franziskus-Hospital

Carrés, ein Ärztehaus mit 17 Facharztpraxen, auf dem Gelände des Hospitals. Seit der Eröffnung steuert sie die Zusammenarbeit zwischen FranziskusCarré und dem St. Franziskus-Hospital.



Seit 50 Jahren ist die Alfred Kemper KG als Kfz-Betrieb in Vreden registriert. Zu diesem Anlass überreichte Hans-Bernd Felken, Geschäftsführer der IHK in Bocholt, Alfred Kemper jr. und Andrea Kemper die Jubiläumsurkunde. Damit wurde auch das Lebenswerk des im Februar 2009 verstorbenen Gründers Alfred Kemper sen. gewürdigt. Das Unternehmen beschäftigt 20 Personen, darunter vier Auszubildende. Die Vertragswerkstatt für Volkswagen, Skoda, VW-Nutzfahrzeuge und den ACE Auto-Club-Europa bietet auch einen 24-Stunden-Pannendienst an.

Foto: Kemper



1960 gründete der Olfener Bauernsohn Alfons Engbert sen. in Herteln eine Esso-Tankstelle. Daraus entwickelte sich Automobile Engbert in Datteln mit 34 Mitarbeitern, von Alfons Engbert jun. in zweiter Generation geführt. Mit Verbundunternehmen in Bochum, Dortmund und Selm ist er wohl der größte KIA-Händler Deutschlands. Engbert engagiert sich stark im Event-Bereich und im Sport-Sponsoring.

Foto: Engbert

Adler Arbeitsmaschinen Feuertaufe bestanden

Vor drei Monaten haben sich Thomas Schmiemann und Rainer Hackenfort mit ihrem Maschinenbauunternehmen Adler Arbeitsmaschinen in Nordwalde selbstständig gemacht.



Positive Resonanz in Nürnberg: Thomas Schmiemann (l.) und Rainer Hackenfort.
Foto: Adler

Die erste Feuertaufe hat Adler, das sich zunächst auf Anbaumaschinen, Schneeräummaschinen, Brunnenbohrgeräte und Maschinen zur giftfreien Unkrautbeseitigung konzentriert, bestanden: Auf dem Stand auf der Messe für Garten- und Landschaftsbau GaLa-Bau2010 in Nürnberg bestätigten Firmen aus dem In- und Ausland durch ihre Käufe und Anfragen, dass die selbst entwickelten Kehrmaschinen und Schneeräummaschinen genau ihre Wünsche erfüllen. Offensichtlich bereiten sich nach dem harten Winter 2009/2010 die Kommunen, kommunale Dienstleister und Gewerbebetriebe jetzt rechtzeitig auf den ersten Schneefall vor.



Bald wird es in Wolbeck splintern und krachen: Auf einem 13600 Quadratmeter großen Gelände aus dem Bestand der Wirtschaftsförderung Münster (WFM) errichtet **crashtest-service.com** eine Crashtestanlage. Für das Unternehmen ist dies die zweite Teststrecke im Gewerbegebiet an der Münsterstraße. Zum Auftakt griffen zum Spaten: Dieter Schewetzky (r., WFM), Peter Schimmelpfennig (2. v. r.), Wolfram Kalthoff (l.) und Ralf Bürmann (2. v. l.) von **crashtest-service.com** sowie Tobias Krützkämper (3. v. l.) und Christoph Jansen vom Bauunternehmen Brüninghoff.
Foto: WFM

Infracor

Dr. Bonhoff ausgeschieden

Dr. Andreas Bonhoff, Mitglied der Geschäftsführung von **Infracor** aus **Marl**, ist aus dem Unternehmen ausgeschieden. Zum Nachfolger benannte der Aufsichtsrat Dr. Hermann-Josef Korte, in Personalunion Leiter der Ver- und Entsorgung des Geschäftsbereichs „Site Services“ von Evonik. Dr. Korte soll zum 1. Januar den Vorsitz der Geschäftsführung von Dr. Hartmut Müller übernehmen.

Spedition Rottbeck

Umschlagplatz für Westeuropa

Die Cargo Trans Logistik (CTL) aus Homberg in Hessen arbeitet mit der Bottroper Spedition Rottbeck zusammen. Diese übernimmt an ihrem Standort den Betrieb eines Westeuropa-Umschlagplatzes, der auch von Lkw aus den Niederlanden, Belgien und Nordfrankreich angesteuert wird. Die Spedition Rottbeck verdichtet zusammen mit CTL ihr Verkehrsnetz: Zu

den bisher 25 Direktlinien kommen weitere 23 Empfangsdepots hinzu, die direkt ab Bottrop angefahren werden. Zudem nutzen die CTL-Systempartner die 40 Lkw-Andockmöglichkeiten in Bottrop: Solen beispielsweise Waren von Düsseldorf nach Dortmund oder Bocholt gelangen, so werden sie in Bottrop angenommen und weitergegeben.

Mercure Hotel

Zuspitzung erwartet

Drei neue Auszubildende haben im Mercure Hotel Münster City ihren Dienst angetreten. Hoteldirektor Giovanni Coco rechnet angesichts der demographi-

schon Entwicklung mit einer Zuspitzung des Ausbildungsmarktes. Die Suche nach motivierten Bewerbern werde zukünftig schwieriger.



Im Innovationsforum informieren sich Manager der Finanz- und IT-Branche über neue technische Möglichkeiten im Bankgeschäft, darunter den Einsatz von Touch-Systemen. Foto: GAD

GAD

Raum für Ideen und Technologien

Einen Raum für neue Ideen und Technologien hat die GAD eG in Münster eröffnet: Im Innovationsforum will der Spezialist für Banken-IT neue Konzepte entwickeln und präsentieren. 150 Spitzenmanager der Finanz- und IT-Branche besuchten die Eröffnung. Im Forum wird die Filiale der Zukunft er-

lebbar, in der moderne Medien wie Touch-Systeme, Videokonferenzen oder Tablet-PCs zum Einsatz kommen. Zentrales Thema ist auch das erste webfähige Bankenverfahren bank21, das die GAD bis Ende 2012 den rund 440 Volks- und Raiffeisenbanken sowie Spezialbanken zur Verfügung stellt.



Bis nach China ist Blumenbecker einem Kunden gefolgt. In Tianjin produzieren zunächst 30 Mitarbeiter 800 Standard-Schaltanlagen. Foto: Blumenbecker

Blumenbecker

Kunden nach China gefolgt

Die Blumenbecker Automatisierungstechnik hat ein neues Werk nahe Peking in Betrieb genommen. Das Beckumer Unternehmen ist einem großen Kunden aus dem Kreis Warendorf nach China gefolgt, für dessen örtliche Niederlassung demnächst in der Hafenstadt Tianjin gefertigt wird. Mit 30

Mitarbeitern werden zunächst 800 Standard-Schaltanlagen produziert. Wenn die volle Produktionskapazität erreicht ist, werden hier auch die Schaltanlagen weiterer Kunden aus dem Großraum Peking/Tianjin gefertigt, die derzeit noch in Shanghai produziert werden.

Kreissparkasse Steinfurt

Arbeitsschutz prämiert

Für ihr Engagement im Arbeits- und Gesundheitsschutz ist die Kreissparkasse Steinfurt von der Unfallkasse NRW ausgezeichnet worden. Die Prämie in Höhe von 20 000 Euro soll für den weiteren Ausbau des Gesundheitsmanagements verwendet werden. Seit 2007 unterstützt das Finanzinstitut

seine Mitarbeiter dabei, die zunehmenden beruflichen und privaten Belastungen ohne gesundheitliche Beeinträchtigungen zu bewältigen. Dazu werden ihnen sportlichen Aktivitäten, Entspannungstherapien sowie Informations- und Fortbildungsveranstaltungen angeboten.

Haver & Boecker

10 000 Waagen gebaut



Foto: Haver & Boecker

Haver & Boecker aus Oelde hat die 10.000-ste Elektronikwaage des Typs MEC III (Foto) gebaut. Seit 2003 wird die Waage in die Packmaschinen Rotoclassic eingebaut, 5000 Exemplare davon allein in den vergangenen zweieinhalb Jahren. Neu ist der Haver FFS-Automat. Er wird in einem Pilotprojekt zur Abfüllung von Natursteinen bei einem bayerischen Kunden verwendet und verpackt über anwählbare Sorteneinstellungen vollautomatisch sowohl feinen Spielsand, Splitt und Feinkies als auch grobes Natursteinmaterial.



Wilm Wülfing (kleines Foto) blickte auf die 125-jährige Firmengeschichte des traditionsreichen Textilunternehmens zurück. Fotos: Wilh. Wülfing

Wülfing

Vorreiter bei Windeln und Wäsche

Zwei Konstanten zeichnen die Wilh. Wülfing GmbH & Co. KG aus: Seit 125 Jahren hat sie ihren Standort in Borken, und seit der Gründung befindet sie sich in Familienbesitz.

Wilm Wülfing, der bis vor zwei Jahren die Geschicke der Firma leitete, blickte jetzt zurück auf die Geschichte. Ein Meilenstein waren antibakteriell imprägnierte Baumwollwindeln der Marke Wundex, die von 70 Prozent der deutschen Mütter ver-

wendet wurden. Nachdem sich die Wegwerfwindel durchsetzte, wurde Bettwäsche das neue Kerngeschäft. Mit Biber-Bettwäsche setzte Wülfing Maßstäbe. Heute produzieren 180 Mitarbeiter auch Betttücher, Matratzenschutzartikel, Gesundheits- und Lagerungskissen, Tischwäsche sowie weitere Spezialartikel für den Bereich Haustextilien. Seit 2001 beschäftigt Wülfing im Konfektionsbetrieb in Tschechien weitere 140 Mitarbeiter.

Café Grottemeyer

Eine kleine Revolution

Einige Tische und Stühle auf der Straße lösten fast eine kleine Revolution aus: Annelie Kahlert, geborene Grottemeyer, richtete so vor 40 Jahren das erste Straßencafé in Münster ein. Heute führen die Geschwister Reinolf Kahlert und Gabriele Kahlert-Dunkel die Konditorei,

die 1850 – vor nunmehr 160 Jahren – von Albert und Bertha Grottemeyer gegründet wurde. Mit Alice Kahlert steht die nächste Generation bereit. Untrennbar verbunden mit dem Café in der Salzstraße ist der Maler Fritz Grottemeyer, dessen Bilder dort zu sehen sind.

buch.de

Deutliches Umsatzplus

Die buch.de internetstores AG aus Münster schließt ihr Rumpfgeschäftsjahr 2010, das am 30. September endete, nach vorläufigen Zahlen mit einem Konzernumsatz von 73,7 Millionen Euro ab. Das entspricht

im Vorjahresvergleich einem Zuwachs von 36,1 Prozent. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) wird innerhalb des erwarteten Ergebniskorridors von 0 bis 0,3 Millionen Euro liegen.

www.mut10.de



MONIKA
MATSCHNIG
PSYCHOLOGIN,
EXPERTIN FÜR
KÖRPERSPRACHE



PROF. DR.
MICHAEL HÜTHER
DIREKTOR DES
INSTITUTS FÜR
WIRTSCHAFTS-
FORSCHUNG, KÖLN



THOMAS REITER
VORSTAND DER
DEUTSCHEN LUFT-
UND RAUMFAHRT,
ASTRONAUT



FERDINAND
LINZENICH
MODERATOR,
KABARETTIST,
BERATER

09. Dezember 2010
Schloss Münster

m:ut 10

Symposium für veränderndes Unternehmertum

Die Teilnehmerzahl ist eng begrenzt.
Wir bitten Sie deshalb um frühzeitige Buchung: www.mut10.de

INITIATOREN



MITVERANSTALTER



SPONSOREN



MEDIENPARTNER



Mitarbeiter werden Nachfolger

Übernahme gelungen

Wenn aus der eigenen Familie kein Nachfolger für das Familienunternehmen gefunden werden kann, dann müssen die Weichen für die Nachfolge anders gestellt werden. Nicht selten bietet sich auch ein Mitarbeiter aus dem eigenen Betrieb dafür an, die Geschäftsleitung zu übernehmen.

Den 12. Juli 2010 ist für der Tag der Tage. Diesen Tag werden Michael Strotmann und seine Frau Renate wohl nie vergessen. Es ist der Tag, an dem Strotmann das Unternehmen Haustechnik Upmeyer, für das er bereits lange Jahre gearbeitet hat, von seinem Chef Matthias Upmeyer offiziell übernimmt. „Wir haben gemeinsam alles genau durchdacht und geplant. So etwas macht man nicht so einfach, denn wir wollen unseren Kunden auch in Zukunft treu und solide zur Seite stehen“, erinnert sich Renate Strotmann. Das Besondere und Seltene an dieser Unternehmensübergabe: Das ehemalige Inhaberehepaar bleibt erst einmal weiterhin im Unternehmen. „Das ist an ganz vielen Stellen hilfreich. Denn so kann ich Matthias Upmeyer, wenn ich Hilfe brauche, immer um Rat bitten“, erklärt der



Das Unternehmerehepaar Renate und Michael Strotmann, neue Geschäftsführer von Haustechnik Upmeyer. Foto: Kluska

neue Geschäftsleiter, der bereits seit 1991 eine feste Institution bei Upmeyer ist und hier rund zwölf Jahre als Betriebsleiter tätig war. Anfängliche Bedenken, es könnte zwi-

schen dem „alten“ und „neuen“ Geschäftsführer Meinungsverschiedenheiten über die Art der Unternehmensführung oder bei geplanten Neuerungen geben, wurden schnell beseitigt. „Matthias Upmeyer nimmt sich da völlig zurück. Er unterstützt uns wo er kann und lässt uns auch gleichzeitig die neue Aufgabe nach unseren Vorstellungen bewältigen“, hat Michael Strotmann festgestellt.

Beratung vor der Nachfolge

Viele schlaflose Nächte liegen hinter dem Ehepaar Strotmann. „Wir haben versucht, alles abzuwägen. Jedes Für und Wider wurde von uns genau geprüft“, erinnert sich Renate Strotmann. Dazu haben sie auch Rat bei der IHK Nord Westfalen gesucht und in Michael Meese, Nachfolgeberater bei der IHK Nord Westfalen, Unterstützung gefunden. „Ich weiß nicht mehr, wie viele Gespräche wir insgesamt geführt haben, aber es waren viele“, erinnert sich Renate Strotmann. Bis ins Detail klärt das neue Geschäftsleitungsehepaar in Beratungen bei der IHK

Nord Westfalen, der Handwerkskammer Münster und beim eigenen Steuerberater die Unternehmensübernahme, holt sich Tipps und fertigt einen Leitfaden an. Am

Ende sind sie sich ganz sicher: „Das machen wir.“

Eingesessenes Unternehmen

Und diesen Schritt haben sie nicht bereut, beteuern beide. Es ist ein gesundes und mit festen Wurzeln versehenes Unternehmen. Hier stehen die Weichen Richtung Zukunft. „Wir haben jede Menge zu tun“, sagt Michael Strotmann, dessen Telefon fast ununterbrochen klingelt. 1983 gründet Matthias Upmeyer das Unternehmen. Noch klein startet die Firma als Heizungs- und Sanitärinstallationsbetrieb Tenberg + Upmeyer in Tecklenburg-Brochterbeck. 1993 wächst langsam der Fachhandel für Haustechnik heran, 1998 geht es dann nach Lengerich mit einer deutlichen Erweiterung des Fachhandels. Heute hat der moderne

Fachmarkt im Lohesch auf einer großen Verkaufsfläche mehr als 40 000 Artikel rund um die Haustechnik. Eine Standbeinkombination aus Handel und Handwerk, die, laut Michael Strotmann, in der Region ihresgleichen sucht. 64 Mitarbeitern gibt die Haustechnik GmbH einen Arbeitsplatz, darunter sind aktuell auch elf Auszubildende. „Wir sind ein Arbeitgeber aus der und für die Region“, betont der neue Geschäftsführer. Eine praxisnahe Ausbildung für das Handwerk der Elektronik- und Heizungsbranche und im bürokaufmännischen Bereich bietet die Upmeyer Haustechnik GmbH an. „Wir bilden nicht selten auch unsere eigenen Fachkräfte aus, die wir nach der Ausbildung übernehmen“, sagt Michael Strotmann nicht ohne Stolz.

Meike Kluska

Interview

„Persönliche Checkliste machen“

Michael Meese, Nachfolgeberater bei der IHK Nord Westfalen, über Dinge, die bei einer Nachfolgeregelung beachtet werden sollten.

? Was muss ein Unternehmen bei der Nachfolgeregelung beachten?

| Die Nachfolgeplanung ist für die Beteiligten eine Herausforderung, für den Unternehmer wie für den Nachfolger. Neben den emotionalen Aspekten, die mit einer solchen Nachfolgeregelung verbunden sind, müssen die rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Aspekte berücksichtigt werden. Da es eine Vielzahl von Gestaltungsoptionen gibt, sollte in jedem Fall der Rat von Experten eingeholt werden.

? Gibt es eine Checkliste, die die Nachfolgeregelung vereinfacht?

| Es gibt keine allgemeingültige Checkliste, jeder sollte seine individuelle Liste angelegen. Diese gilt es dann, Punkt für Punkt abzarbeiten.

? Kommt es oft vor, dass die Nachfolge mit Mitarbeitern aus den eigenen Reihen geregelt wird?

| Wenn das Unternehmen nicht innerhalb der Familie weitergegeben werden kann, schauen inhabergeführte Familienunter-

nehmer häufig, ob ein langjähriger Mitarbeiter infrage kommen könnte. Sie kennen das Unternehmen und die Kundenseite. Als weitere Alternative kommt der Verkauf an einen Mitbewerber oder an eine externe Personen in Frage.

? Wie hilft die IHK bei der Nachfolgeregelung?

| Wir versuchen Unternehmen frühzeitig zu sensibilisieren, sie über Aspekte der Nachfolge zu informieren und in der Einzelbetreuung unbürokratisch Kontakte zu vermitteln. Hier bietet sich auch unser IHK-Nachfolger-Club an.

www.ihk-nordwestfalen.de/P00018

IHK-Kontakt:



Michael Meese,
Telefon 0251 707-226,
meese@ihk-nordwestfalen.de



Arnold Isken,
Telefon 0251 707-219,
isken@ihk-nordwestfalen.de
Fotos: IHK

Was tun in komplexen Situationen

Entweder – oder

Unternehmer und Top-Führungskräfte entscheiden schnell und sicher. Meistens.

Mit einer neuen Stanzmaschine wäre der Produktionsprozess viel einfacher. Die alte muss von den Maschinenführern sorgfältig gehätschelt werden, damit sie nicht alle Nase lang ausfällt. Aber soll das Unternehmen ausgerechnet jetzt 400 000 Euro investieren, wo doch die Umsätze in den letzten Monaten erst mühsam wieder auf das Niveau von vor zwei Jahren geklettert sind?

In einer Umwelt, die sich immer rasanter verändert, hat fast jeder Unternehmer und jede Führungskraft auch schon einmal erlebt, dass er an einer Entscheidung wirklich heftig kauen muss. Obwohl er oder sie doch genau das den ganzen Tag macht: Entscheiden.

Schlafen, hören, reden

Was also tun in einer solchen Situation? „Eine Nacht drüber schlafen“ wurde uns schon in der Kindheit nahe gelegt – hat aber in diesem schwierigen Fall bereits über etliche Nächte hinweg gar nichts gebracht. „Hör auf deinen Bauch“ wird von Vertretern der emotionalen Intelligenz empfohlen. Wenn aber doch mein Bauch gerade jetzt etwas ganz anderes fordert als mein Herz und mein Verstand? „Rede darü-

ber“ – wenn aber doch mein Steuerberater in Urlaub ist oder sich als dafür nicht kompetent deklariert, und mein Mann beziehungsweise meine Frau gerade ganz andere Sorgen hat?

Ein Dilemma, das häufig negative Folgen hat, wie Susanne Henschel in über 20 Jahren Unternehmensberatung erlebt hat: „Entweder wird Zeit und Geld eingesetzt für Analysen, die zum Schluss auch nicht weiter helfen. Oder die Entscheidung wird halbherzig getroffen und in der Folge von den Mitarbeitern nicht wirklich ernst genommen. Oder die Entscheidung wird ver-



Hilft bei der Entscheidung: Münze werfen. Wird aber problematisch, wenn die Entscheidung komplexer ist als „Gehen wir ins Kino oder Essen?“

Foto: askaja/fotolia

schohen und verschoben, bis das Zeitfenster für eine Chance endgültig geschlossen ist.“ Diese Erfahrungen bewogen Henschel dazu, Unternehmen speziell für Entscheidungssituationen ein Coaching anzubieten: „Natürlich ist es wichtig, sich umfassend zu informieren, die eigenen Handlungsoptionen klar zu erkennen und abzu-

Beispiel

Entscheiden mit Visualisierung

Situation und Entscheidungsoptionen:

Frau Dr. C., Inhaberin eines kleinen Dienstleistungsunternehmens (14 Mitarbeiter) sieht, dass Stimmung und Leistung im Haus erkennbar leiden. Eine neue Mitarbeiterin, die eine Schlüsselposition inne hat, fügt sich nicht ins Team ein und ist der Anlass für Streit und Frust. Sie ist der zweiten, gleichberechtigten Inhaberin, Frau M., unterstellt. Frau M. ist froh, endlich eine Fachkraft zur Seite zu haben und lehnt es ausdrücklich ab, sich weiter mit der Situation auseinander zu setzen.

Entscheidungsoptionen für Frau Dr. C.:

- Sie lässt die Dinge laufen und hat ihren Frieden mit der Mit-Geschäftsführerin.
- Sie greift selbst ein und versucht mit einem weiteren Gespräch die Situation zu beruhigen.
- Sie initiiert Teambuildingmaßnahmen und hofft, dass diese wirken.
- Sie zwingt ihre Mit-Geschäftsführerin, sich um die Situation zu kümmern und unterstützt diese dabei, eine gangbare Lösung zu finden.

Der Entscheidungsweg:

Frau Dr. C. visualisiert die Situation mithilfe von Steinen. Ein Teil des Tisches wird zur Firma erklärt. In diese Firma setzt Frau Dr. C. nun Steine, die die einzelnen Mitarbeiter symbolisieren. Nachdem jeder Stein auf seinem Platz steht, werden die Beziehungen und Konflikte sichtbar. Als nächstes überlegt Frau Dr. C., was das Idealbild für die Firma wäre: Wer müsste wem nahe sein? Wer wen sehen können? Im Zielbild von Frau Dr. C. ist auch die zur Disposition gestellte Mitarbeiterin weiterhin an Bord. Nun erarbeitet Frau Dr. C. ihre ersten Schritte, mit denen die Situation in der Firma hin zum visualisierten Zielbild entwickelt werden soll.

Zwei Wochen später teilt Frau Dr. C. den Entscheidungsploten mit, dass die Mit-Inhaberin sich habe überzeugen lassen. Jetzt arbeiten beide gemeinsam am Erreichen des Zielbildes. Und die Stimmung bei den Mitarbeitern sei auch schon besser.



wägen“. Aber nach ihrer Erfahrung lösen die Methoden der Entscheidungstheorie das eigentliche Entscheidungsdi-lemma nicht.

Widersprüchliche Ratschläge

Was sagt die Psychologie zu dem Problem? „Unbewusst nachsinnen“ empfiehlt Ap Dijksterhuis, Radbound University in Nijmegen. In seinen Experimenten war das Unterbewusstsein dem bewussten Nachdenken überlegen, besonders, wenn viele Informationen berücksichtigt werden mussten. Ganz anders die Psychologen der University of New South Wales in Sydney: In ihren Studien trafen Probanden die bessere Entscheidung, wenn sie die Informationen konzentriert durcharbeiteten und längere Zeit darüber nachdachten.



Hilft bei der Entscheidung: Beraterin Susanne Henschel. Kann auch nicht die beste Entscheidung garantieren, aber doch den richtigen Weg dorthin.

Foto: Henschel

Was also tun, wenn man in einer sehr wichtigen Entscheidung hin und her gerissen wird zwischen den Alternativen? Henschel rät zur Gelassenheit: „Zunächst einmal kann sich auch ein Unternehmer eingestehen, dass Entscheidungen mit weit reichenden Folgen manchmal wirklich schwierig zu treffen sind.“ Und dann empfiehlt die Marketingfachfrau aus ihrer Beratungspraxis andere Wege für die Entscheidungsfindung: „Das Ziel noch einmal ansehen, klare Kriterien für die Entscheidung festlegen, weitere Alternativen suchen, sich vorstellen, wie die Zukunft ist, wenn man diese oder jene Alternative

wählt oder sich die Situation tatsächlich vor Augen führen, also visualisieren“ (siehe Beispielkasten).

„Gerade Visualisierung ist vielfältig einsetzbar“, empfiehlt Henschel, die diese Methode auch in ihrer ent-oder-weder Entscheidungs-lotsen GmbH in Münster einsetzt. „Sie kann Entscheidungsprozesse deutlich schneller und effizienter machen und auch ein wirksames Mittel gegen Rückdelegation sein.“ Manchmal ermöglicht erst das Bild den Beteiligten, über die Entscheidung zu sprechen.

Auch professionelles Coaching bei der Entscheidungsfindung kann nicht garantieren, dass die damit getroffene Entscheidung die bestmögliche ist. Aber wer bei der Entscheidung in komplexen Situationen „mehrere, womöglich neue Perspektiven einnimmt, trifft auf jeden Fall die bessere Entscheidung“, ist Henschel überzeugt.

-haa-



Zessyka Grawenhoff-Kittner (vorn, 4. von links) zusammen mit ihrem Mann Jens und einem Teil der Crew vom Fischhaus Kittner. Mit Leidenschaft beraten sie die Kunden und geben ihnen Tipps für besondere Rezepte.

Foto: André Nikolaus

Fischhaus Kittner setzt auf Achtsamkeit, Respekt und Nachhaltigkeit

Leidenschaft für Fisch und Zahlen

Willkommen an Bord. Im Fischhaus Kittner ist die Liebe der Mitarbeiter zum Beruf und zum Salz- und Süßwasserfisch unübersehbar. Deshalb wurde das Fischhaus beim Seafood Star 2010 auch als bestes mobiles Fischfachgeschäft ausgezeichnet.

Das Fischhaus Kittner aus Ibbenbüren betreibt in der Region zwischen Münster, Osnabrück und Rheine einen mobilen Fachhandel mit drei Fahrzeugen. „Achtsamkeit, Respekt und Nachhaltigkeit“ prägen das Leitbild des Unternehmens ebenso wie die Kontrolle wichtiger Kennzahlen. Bei dem Wettbewerb „Seafood Star 2010“ durfte sich das Fischhaus Kittner daher über den ersten Platz in der Kategorie Bestes mobiles Fisch-Fachgeschäft freuen.

Es sind die Kinder, denen im Fischhaus Kittner besondere Beachtung geschenkt wird. Dabei geht es Inhaberin Zessyka Grawenhoff-Kittner jedoch nicht nur darum, die Kunden von morgen zu binden: „Es ist

mir wichtig den Kindern klar zu machen, dass der Fisch, den wir essen, gelebt hat. Wenn die Kinder das nicht lernen, verlieren sie die Achtung vor dem Lebensmittel“, ist sie überzeugt. Aus diesem Grund unterstützt das Fischgeschäft aus Ibbenbüren unter anderem das Kinderkochfestival in Rheine. Die Aufmerksamkeit gilt den Kindern jedoch nicht nur während dieser Sonderveranstaltungen, sondern ist fester Bestandteil des Alltags. Die Verkaufsmobile sind mit einer „Kindertreppe“ ausgerüstet, die den Kleinen den besten Platz vor der Frischfischauslage sichert.

Gegründet wurde das Fischhaus Kittner vor mehr als 30 Jahren von dem Ehepaar Kitt-

ner. 1997 hat Tochter Zessyka Grawenhoff-Kittner gemeinsam mit Ehemann Jens die Leitung übernommen. Sie beschäftigen heute rund 30 Mitarbeiter in Verkauf und Produktion. Drei mobile Fachgeschäfte sowie ein stationärer Ladenverkauf inklusive Bistro an der Firmenzentrale gehören heute zum Unternehmen.

Bei der geplanten Expansion um ein oder zwei Wagen wird planvoll und mit Augenmaß vorgegangen. So, wie alle Entscheidungen bei den Grawenhoffs auf Grundlage einer genauen Analyse getroffen werden. „Wir analysieren unsere Zahlen, um nicht nach Gefühl zu arbeiten. Bauchgefühl geht in diesem Bereich nicht mehr“, ist Zessyka Grawenhoff-Kittner überzeugt. Wichtigstes Element ist dabei die Betriebswirtschaftliche Auswertung. Sie gibt dem Ehepaar regelmäßig Auskunft über die Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen des Fischhandels: „Ohne ein solides Zahlenwerk wurschtelt man sich durch und muss sich am Monatsende überraschen lassen, ob es passt oder nicht“.

Über 100 Produkte

Zu den wesentlichen Dingen wird der Einkauf gezählt, bei dem man Wert auf die Top-Qualität der Ware legt. Auch wenn diese Einstellung höhere Einkaufspreise zur Folge hat. „Unsere Kunden sind zum großen Teil Menschen, die bewusst gut und vor allem gesund essen möchten. Sie dürfen dann nicht über das Umfeld, die Mitarbeiter oder gar die Qualität der Ware enttäuscht sein“, erklärt Jens Grawenhoff die Einkaufspolitik des Hauses. Das Angebot in den Verkaufswagen liegt bei über 100 Produkten, von denen in der Regel 40 bis 45 auf den Frischfischbereich entfallen. Regionale Fischarten (Forelle, Bachforelle und Karpfen) stammen von einem heimischen Teichwirt aus dem Teutoburger Wald. Ein wachsender Sortimentsbereich ist Bio-Fisch beziehungsweise Fisch aus nachhaltigem Fang. Beim Kabeljau zum Beispiel setzt man ausschließlich auf Zuchtware (Ausnahme: Skrei). Auch im Garnelenbereich hat man auf Bio-zertifizierte Ware umgestellt.

Etwa 30 Prozent des Angebotes in der Theke sind hausgemachte Spezialitäten: gedünsteter Lachs in Orangenöl, Frischkäse mit Räucherlachs, rustikale Seelachsfrikadellen, Fischgrillwürstchen, Lachslasagne mit Sauerkraut und Ananas, diverse Fischsalate und Streichcremes sind nur eine kleine Auswahl der selbstgemachten Convenienceprodukte. Ein wichtiges Produkt bei Kittner ist der Backfisch, etwa 15 Pro-

zent vom Gesamtumsatz des Unternehmens entfallen darauf. Grundlage dieses Erfolges ist der Einsatz von frischem Seelachs sowie Panade und Gewürzen aus eigener Herstellung. Verkauft wird der Backfisch nach Gewicht und nicht portionsweise, damit jeder Kunde seine individuelle Menge bestimmen kann.

Gemeinsam ans Ziel

Wie ein roter Faden zieht sich das Sinnbild eines Bootes durch das Fischhaus Kittner. „Alle Mitarbeiter dieser Unternehmung befinden sich auf einem Schiff auf hoher See. Wir alle zusammen wollen das Ziel unserer Reise erreichen.“ Jeder Mitarbeiter muss sich auf den anderen verlassen können. Nur so gelangt man gemeinsam ans Ziel. „Unser Umgangston ist von Achtsamkeit und Respekt geprägt, bei der Zusammenstellung der Crew achten wir darauf, dass sich das Team gegenseitig bereichert“, wird hervorgehoben. Innerbetriebliche Schulungen und externe Seminare gehören zur Pflicht für alle Mitarbeiter. Einmal im Jahr wird für jeden Mitarbeiter zusätzlich ein externes Seminar organisiert, das nichts mit Fisch zu tun hat. Körpersprache zum Beispiel oder Rhetorik stehen dann auf dem Programm, um die Persönlichkeit der Angestellten zu fördern. „Das gestärkte Selbstbewusstsein und die neue Erfahrungen aus solchen Seminaren wirken sich nachhaltig positiv auf den Arbeitserfolg aus“, berichtet Jens Grawenhoff.

André Nikolaus



Fangfrisch auf dem Tisch. Das Fischhaus Kittner legt großen Wert auf nachhaltige Fischerei und die Schonung ökologischer Ressourcen. Deshalb arbeiten sie auch nur mit ausgewählten Lieferanten zusammen.

Foto: fotolia / Monika Adamczyk



Serie:

Mitarbeiter im Ausland

1. Vorbereitung (9/2010)
2. Steuerliche Fragen (10/2010)
3. Hinweise zum Arbeitsvertrag

Nicht nur die Reisedokumente, auch der Arbeitsvertrag muss vor einer Entsendung von Mitarbeitern ins Ausland überprüft werden.

Foto: Fotolia/Wohlschlegel

Teil 3: Hinweise zum Arbeitsvertrag

Welches Arbeitsrecht gilt im Ausland?

Bevor ein Unternehmen eigene Mitarbeiter ins Ausland schickt, muss in den meisten Fällen der jeweilige Arbeitsvertrag angepasst werden.

Arbeitsrechtliche Voraussetzungen für eine Entsendung von Mitarbeitern ins Ausland bedürfen einer vertraglichen Grundlage im Arbeitsvertrag sowie der Zustimmung des Arbeitnehmers zu einem Auslandseinsatz. Bei einer Entsendedauer von mehr als einem Monat müssen nach dem Nachweis-

gesetz die Dauer der Auslandstätigkeit, die Währung, in der das Arbeitsentgelt ausbezahlt wird, zusätzliche Entgeltleistungen sowie die Bedingungen für die Rückkehr des Arbeitnehmers schriftlich fixiert werden. Diese vertraglichen Änderungen muss der Arbeitnehmer dann vor seiner Abreise

ausgehändigt bekommen. Anders ist es, wenn der ursprüngliche Arbeitsvertrag die Entsendemöglichkeit bereits ausdrücklich vorsieht oder es sich um eine sehr kurze Entsendung mit Dienstreisencharakter handelt. Dann reicht das Direktionsrecht des Arbeitgebers aus.

Folgende Punkte sollten bei der vertraglichen Gestaltung geregelt werden:

- ✓ Verantwortungsbereich und Beschreibung der Tätigkeit im Ausland
- ✓ Arbeitszeit
- ✓ Feiertage
- ✓ Urlaubsanspruch
- ✓ Mobilitäts- oder Erschwerniszulagen
- ✓ Arbeitsentgelt (Währung/Auszahlung)

- ✓ Ausgleich von Mehraufwendungen (wie Reisekosten, Umzugskosten, Unterkunft, Heimreisen)
- ✓ Zusatzversicherungen
- ✓ Betriebliche Altersvorsorge
- ✓ Rückkehrbedingungen
- ✓ Geltungsdauer der Zusatzvereinbarung/ des Ergänzungsvertrages
- ✓ Kostentragung bei vorzeitiger Rückkehr

Betriebsrat beteiligen?

Grundsätzlich erstreckt sich der Anwendungsbereich des Betriebsverfassungsgesetzes (BetrVerfG) aufgrund des geltenden Territorialprinzips nur auf in Deutschland gelegene Unternehmen. Da die im Ausland tätigen Arbeitnehmer aber auch weiterhin dem inländischen Betrieb zugeordnet sind, erreicht das Betriebsverfassungsgesetz auch die ins Ausland entsandten Mitarbeiter. Daher muss der Betriebsrat nicht nur über geplante Auslandseinsätze und die Personalauswahl für die entsprechende Stelle informiert werden, sondern auch bei personellen Maßnahmen während des Auslandseinsatzes (z. B. Umgruppierungen der entsandten Mitarbeiter).

Ende des Auslandseinsatzes

Normalerweise endet ein Auslandseinsatz nach Ablauf der im Entsendevertrag vereinbarten Aufenthaltsdauer oder wenn der vereinbarte Zweck der Entsendung, wie die Beendigung eines Projektes, erfüllt ist.

Der Arbeitgeber kann den Arbeitnehmer im Rahmen seines Direktionsrechts jedoch grundsätzlich jederzeit aus dem Ausland zurückrufen. In diesem Fall muss eine Billigkeitskontrolle im Sinne einer Interessenabwägung des ausgeübten Rückrufes erfolgen. Dabei muss der Arbeitgeber auch die Auswirkungen auf die Lebensführung des Arbeitnehmers berücksichtigen. Daher empfiehlt es sich, eine Rückrufklausel im Entsendevertrag zu vereinbaren, die den Arbeitgeber berechtigt, unter Wahrung ei-

ner angemessenen Frist, den Arbeitnehmer auch vorzeitig zurückzurufen.

Tritt im Gastland eine Krisensituation auf, sollten im Entsendevertrag zuvor detaillierte Vereinbarungen über eine Ausreise im Krisenfall, eine Wiederbeschäftigung im Stammhaus und die Behandlung des Vergütungsanspruchs gemacht werden.

Wurde die Möglichkeit zur ordentlichen Kündigung im Entsendevertrag nicht ausgeschlossen, so sind fristgerechte Kündigungen durch beide Parteien möglich. Die Vorschriften des deutschen Kündigungsrechts kommen grundsätzlich zur Anwendung, wenn nichts anderes vereinbart wird.

Welches Recht?

In der Regel bleibt das deutsche Recht auf den Arbeitsvertrag anwendbar, wenn es sich eindeutig aus den Bestimmungen des Vertrages ergibt. Dennoch können die Vertragsparteien durch den Grundsatz der freien Rechtswahl auch wählen, welches Recht auf den Arbeitsvertrag anwendbar sein soll. Ist keine eindeutige Rechtswahl getroffen worden, unterliegt der Arbeitsvertrag dem Recht des Staates, in dem der Arbeitnehmer gewöhnlich seine Arbeit verrichtet. Dies gilt auch, wenn der Arbeitnehmer seiner Arbeit vorübergehend in einem anderen Staat nachgeht.

Dennoch sind auch bei der Rechtswahl Grenzen gesetzt. Zum einen gibt es bestimmte Mindestschutzbestimmungen des deutschen Arbeitsrechts (z. B. bei Kündigungen), die auch nicht durch Rechtswahl umgangen werden können. Zum anderen kann das ausländische Recht des Gastlandes dazu führen, dass das deutsche Recht begrenzt wird. So ist der Ausschluss des Aufenthalts-, Arbeitserlaubnis-, Steuer-, Sozialversicherungs- und Feiertagsrecht in einzelnen Ländern nicht durch die Wahl des deutschen Rechts möglich. Im Zweifelsfall muss ein Vergleich zwischen den betreffenden Vorschriften der verschiedenen Rechtsordnungen zeigen, ob der Arbeitnehmer durch die Rechtswahl schlechter gestellt ist (Günstigkeitsprinzip).

Bei Entsendungen innerhalb der EU gelten wiederum bestimmte Mindestarbeitsbedingungen, die den nationalen Regelungen

IHK-Ansprechpartner

Gerd Laudwein, Telefon 0251 707-199,
laudwein@ihk-nordwestfalen.de
Franz-Josef Drees, Telefon 0251 707-286,
drees@ihk-nordwestfalen.de

vorgehen und daher auch für entsandte deutsche Arbeitnehmer anzuwenden sind. Gemäß der EU-Entsenderichtlinie (Richtlinie 96/71/EG) dürfen dem Arbeitnehmer für ihn günstigere Regelungen des Arbeitsortes nicht versagt werden. Dies gilt in den Bereichen Höchstarbeitszeit und Mindestruhezeiten, bezahlter Mindestjahresurlaub, Mindestlohnsätze (einschließlich Überstundensätze), Sicherheit, Gesundheitsschutz und Hygiene am Arbeitsplatz, Schutzmaßnahmen für Schwangere und anderes. Die Außenhandelskammern sind hier im Vorfeld geeignete Ansprechpartner.

Markus Krewerth

Mehr Informationen:

- www.ihk-nordwestfalen.de/PO1247
- www.dvka.de
- www.ahk.de



Die neuen Incoterms 2010 sind nach Transportarten gegliedert. Einige Klauseln sind speziell für den Containertransport konzipiert. Foto: Olivier/Fotolia

Neu veröffentlicht Incoterms 2010

Ab sofort ist die neue Version der Incoterms-Regeln der Internationalen Handelskammer (ICC) erhältlich. Die überarbeitete Fassung der bekannten Lieferklauseln berücksichtigt Neuerungen in der Handelspraxis und im Transportwesen. Mit der Neuveröffentlichung entspricht die ICC dem Wunsch nach Vereinfachung in der Anwendung sowie einer nutzerfreundlicheren Sprache. Von vormals 13 Klauseln bleiben in

der neuen Fassung elf Klauseln. Zwei neue Klauseln, DAT und DAP, kommen hinzu und ersetzen die Klauseln DAF, DES, DEQ und DDU.

Die Incoterms 2010 sind, anders als bisher, nach Transportarten gegliedert. Zum einen gibt es Klauseln, die für jede Transportart – zu Land, Luft und Wasser – und den multimodalen Transport konzipiert sind. Diese Klauseln empfehlen sich

insbesondere für den Containertransport. Zum anderen gibt es Klauseln, die ausschließlich für den See- und Binnenschiffsverkehr verfasst wurden und für konventionelle Fracht geeignet sind.

Die Incoterms 2010 ersetzen nicht die früheren Incoterms-Regelungen. Auch diese können zwischen den Vertragspartnern vereinbart werden. Daher empfiehlt die IHK bei der Vereinbarung einer Klausel auch die Angabe der Incoterms-Version (z. B. FCA Münster, Incoterms 2010). Bei Vereinbarung von den sogenannten 2-Punkt-Klauseln (C-Klauseln) empfiehlt sie außerdem die zusätzliche Angabe des Lieferortes (z. B. CPT New York (Bestimmungsort) ab Hamburg Seehafen (Lieferort)). In einer der nächsten Ausgaben des Wirtschaftsspiegels wird über die neuen Incoterms 2010 detailliert berichtet. Eine Kurzübersicht der neuen Klauseln steht unter www.ihk-nordwestfalen.de/p1081.

IHK-Ansprechpartner: Franz-Josef Drees, Telefon 0251 286, drees@ihk-nordwestfalen.de

Portal 21 Dienstleistungen in Europa

Das Portal für Dienstleistungen in Europa bietet jetzt auch Informationen zu den Staaten des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR). Das Dienstleistungsportal der GTAI und des BVL erweitert damit das bisherige Angebot zu den EU-Mitgliedstaaten um das Dienstleistungsspektrum in Island, Liechtenstein und Norwegen.

Es beinhaltet Auskünfte zum Rechtsrahmen in den EU-Mitgliedstaaten, etwa zum Internationalen Privatrecht, zum Vertragsrecht und Gesellschafts-

recht. Weiterhin bietet das Portal Informationen über die Voraussetzungen der Aufnahme und Ausübung von Dienstleistungen im EU-Ausland, über den Verbraucherschutz, über den Rechtsschutz in den Mitgliedstaaten sowie über geeignete Anlaufstellen für Dienstleistungsempfänger.

Die neuesten Entwicklungen im Dienstleistungssektor unter „Aktuelles“ können jetzt auch per RSS-Feed bezogen werden können.

www.portal21.de

Business English Sprachkurs

Nicht nur im Ausland, auch in Deutschland wird in vielen Firmen häufig Englisch gesprochen, sei es mit Kunden oder mit ausländischen Kollegen. Der kompakte Selbstlernkurs „Business English“ bietet ein Spektrum von Themen aus dem Wirtschaftsleben – vom Kundengespräch über die Vertragsgestaltung bis hin zur Werbekampagne, von britischen und amerikanischen native speakers gesprochen. Das DIHK-Package (Buch, 238 Seiten und 2 CDs) ist für 18,90 Euro zu beziehen unter www.dihk-verlag.de.

Gesucht

Medizintechnik-Unternehmen

Nordrhein-Westfalen verfügt über ein großes Potenzial an Unternehmen, die in der Zukunftsbranche „Medizintechnik“ tätig sind. Wie groß dieses Potenzial tatsächlich ist und wo

zintechnische Produkte bzw. Vor- und Zulieferprodukte für die Medizintechnik im Portfolio, werden aber statistisch nicht der Medizintechnik zugeordnet.



Wie groß ist eigentlich die Medizintechnik-Branche in Nord-Westfalen? Foto: fotolia/Franz Pflügl

Federführend für das Münsterland wird das Netzwerk Gesundheitswirtschaft Münsterland e.V. gemeinsam mit der IHK Nord Westfalen und der Handwerkskammer sowie mit dem Clustermanagement Ge-

womöglich Handlungsbedarf auf regionaler oder Landesebene besteht, soll jetzt mit einer Umfrage erhoben werden. Denn in der amtlichen Statistik werden Unternehmen, die weniger als 20 Mitarbeiter haben, gar nicht erfasst. Außerdem haben viele Unternehmen medi-

sundheitswirtschaft Nordrhein-Westfalen in den nächsten drei Monaten heimische Unternehmen befragen. Kontakt: Dr. Gabriele Krichel, Netzwerk Gesundheitswirtschaft Münsterland e.V. 0251 9801121, info@gesundheitswirtschaft-muensterland.de.

Chemikalienverbotsverordnung

Neue Regeln für PU-Montageschäume

Polyurethanschäume (PU-Schäume) oder einfach nur Montageschäume finden in vielen Bereichen Anwendung. Einige Produkte enthalten allerdings, ebenso wie einige PU-Kleber oder Brandschutzschäume, mehr als 1 Masseprozent Methylendiisocyanat (MDI). MDI steht im Verdacht einer krebserzeugenden Wirkung. Ab dem 1. Dezember 2010 dürfen diese PU-Montageschäume nur noch unter Einhaltung strikter Regelungen im Einzelhandel (z. B. Baumärkten) verkauft werden. Ein neues Merkblatt informiert über die aktuellen Änderungen.

www.ihk-nordwestfalen.de/P02074.

Energiekonzept

Schwerpunkt Netz

Das Bundeskabinett hat am 28. September 2010 das Energiekonzept verabschiedet (www.bmu.de/energiekonzept/). Gleichzeitig wurde ein Sofortprogramm mit einem deutlichen Schwerpunkt bei Netzthemen und Offshore-Windenergie vorgelegt, das bis Ende nächsten Jahres umgesetzt werden soll. Weitere Informationen in den IHK-Eco-News Oktober 2010: www.ihk-nordwestfalen.de/p27.

Aktuelle Urteile

Neuwagenkauf

Gelegenheit geben, nachzubessern

Dem Käufer einer mangelhaften Sache stehen grundsätzlich keine Gewährleistungsansprüche (Rückgängigmachung des Kaufvertrags, Minderung oder Schadensersatzanspruch) zu, wenn er den Verkäufer nicht vorher vergeblich zur Nacherfüllung aufgefordert hat.

Diese Verpflichtung des Käufers, dem Verkäufer Gelegenheit zur Nacherfüllung zu geben, beschränkt sich dabei nicht auf eine mündliche oder schriftliche Aufforderung zur Nacherfüllung. Vielmehr muss er dem Verkäufer die Kaufsache zur Überprüfung der erhobenen

Mängelrügen zur Verfügung stellen. Der Käufer eines Neuwagens darf daher die Abgabe des Wagens in eine Werkstatt nicht mit der Begründung verweigern, er befürchte, dass die festgestellten Defekte der Elektronik trotz Nachbesserungen immer wieder auftreten wür-

den. Der Bundesgerichtshof folgte dieser Argumentation des Kunden nicht und versagte ihm den eingeklagten Anspruch auf Lieferung eines neuen Fahrzeugs.

Urteil des BGH vom 10. März 2010, VIII ZR 310/08

Zuständigkeit

Versandkauf

Bei einem grenzüberschreitenden Versandkauf ist der Ort Erfüllungsort, und damit auch Gerichtsstand, an dem die im Kaufvertrag benannten Waren vom Verkäufer gesendet an ihrem endgültigen Bestimmungsort angekommen sind und der Käufer die tatsächliche Verfügungsgewalt über die Waren erlangt hat oder hätte erlangen müssen. BGH, 23. 6. 2010

GmbH-Recht

Einzelne Anteile veräußern

Nach dem am 1. November 2008 in Kraft getretenen Gesetz zur Modernisierung des GmbH-Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen (MoMiG) müssen die Geschäftsanteile auf der Gesellschafterliste durchnummeriert werden. Bei einer Übertragung kann dann auf die jeweilige laufende Nummer des übertragenen Geschäftsanteils verwiesen werden. Ist die Num-

merierung bei einer „Altgesellschaft“ noch nicht nachgetragen, kann dies im Falle des Verkaufs oder der Abtretung eines Geschäftsanteils problematisch sein. Eine wirksame Übertragung liegt nämlich nur vor, wenn der übertragene Anteil darin genau bestimmt oder zumindest bestimmbar ist. Hierauf ist in der entsprechenden notariellen Vereinbarung

zu achten. Hält ein Gesellschafter mehrere Anteile, von denen nicht alle veräußert werden, sind für die Bestimmbarkeit Formulierungen wie „... wird der von Gesellschafter X aufgrund notarieller Beurkundung vor dem Notar Y (Urkundennummer) erworbene Geschäftsanteil an Y veräußert ...“ empfehlenswert. BGH, 19. April 2010, II ZR 150/09

Neue Gesetze

Gesetzentwurf verabschiedet

Datenschutz von Beschäftigten



Auch eine heimliche Videoüberwachung am Arbeitsplatz ist künftig verboten. Foto: flucas/Fotolia

Der Entwurf für ein Beschäftigtendatenschutzgesetz wurde am 25. August 2010 durch das Bundeskabinett beschlossen. Er stellt klar, dass nur solche Daten erhoben, verarbeitet und genutzt werden dürfen, die für ein Beschäftigungsverhältnis erforderlich sind.

Seit Jahrzehnten wird über die Notwendigkeit gesetzlicher Re-

gelungen für den Beschäftigtendatenschutz diskutiert. Es gibt bereits heute zu vielen Fragen dieses Datenschutzes eine einzelfallbezogene Rechtsprechung der Arbeitsgerichte. Sie ist allerdings oft uneinheitlich. Damit besteht für zahlreiche in der beruflichen Praxis vorhandene Fragen derzeit keine verlässliche Vorgabe.

Mit der gesetzlichen Regelung sollen umfassende, allgemeingültige Regelungen für den Datenschutz am Arbeitsplatz geschaffen werden. Der Gesetzentwurf trifft insbesondere Regelungen zum Fragerecht des Arbeitgebers im Bewerbungsverfahren, zur Zulässigkeit ärztlicher und sonstiger Untersuchungen, zur Nutzung von Telekommunikationsdiensten am Arbeitsplatz sowie zum Einsatz von Ortungssystemen und biometrischen Verfahren im Beschäftigungsverhältnis. Gegenstand des Gesetzentwurfs sind

darüber hinaus Vorschriften über die Zulässigkeit der Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung zum Zweck der Leistungs- und Verhaltenskontrolle, der Korruptionsbekämpfung sowie der Überprüfung, ob Regeln eingehalten werden (Compliance). Über den DIHK, wurde bereits eine Stellungnahme zum Gesetzesvorhaben abgegeben, um eine sichere Basis für den zukünftigen Umgang mit Beschäftigtendaten für die Unternehmen zu schaffen.

Informationen zu dieser und weiteren wirtschaftsrelevanten Rechtsfragen unter www.ihk-nordwestfalen.de/P16



IHK-Kontakt:

Markus Krewerth
Telefon
0251 707-361
E-Mail:
krewerth@
ihk-nordwest-
falen.de

Foto: IHK

Hintergrund zum Thema

Datenschutz am Arbeitsplatz

Was ist erlaubt, was nicht?

Der Gesetzentwurf sieht zum Datenschutz besondere strenge Voraussetzungen für die Datenerhebung ohne Kenntnis der Beschäftigten vor. Eine heimliche Videoüberwachung von Beschäftigten wird zukünftig verboten sein. Die Recherchemöglichkeiten des Arbeitgebers in sozialen Netzwerken im Internet werden eingeschränkt. Das Schutzniveau der Regelungen zum Beschäftigtendatenschutz darf auch nicht auf andere Art und Weise, z. B. durch

Betriebs- oder Dienstvereinbarungen, unterschritten werden. Auch eine Vorschrift zum Fragerecht des Arbeitgebers in Bewerbungs- und Einstellungsgesprächen ist geplant. Ferner darf der Arbeitgeber außer den Kontaktdaten nur die Beschäftigtendaten erfragen, die er benötigt, um die Eignung des Bewerbers festzustellen.

Zur Korruptionsbekämpfung und zur Durchsetzung von Compliance-Anforderungen

kann der Arbeitgeber grundsätzlich vorhandene Beschäftigtendaten verwenden, um Leistungs- und Verhaltenskontrollen durchzuführen. Automatisierte Abgleiche von Beschäftigtendaten sind nur zur Aufdeckung von Straftaten und schwerwiegenden Pflichtverletzungen zulässig. Die Daten müssen anonymisiert verarbeitet werden und dürfen nur im konkreten Verdachtsfall personalisiert werden. Der Betroffene muss dann informiert werden.



IHK-Präsident Dr. Benedikt Hüffer (M.) mit den Ausschussvorsitzenden Michael von Bartenwerffer (l.) und Dr. Josef Hülsdünker (r.).

IHK-Berufsbildungsausschusses Neu und wiedergewählt

Dr. Josef Hülsdünker bleibt amtierender Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses der IHK Nord Westfalen. Der Vorsitzende der DGB-Region Emsscher-Lippe vertritt die Arbeitnehmer und leitet das Gremium im jährlichen Wechsel mit dem neu gewählten Arbeitgebervertreter Michael von Bartenwerffer (Geschäftsführender Gesellschafter der von Bartenwerffer & Cie., Münster). Bartenwerffer ist Nachfolger von Dieter Berens aus Gelsenkirchen. Berens hat den Berufsbildungsausschuss 16 Jahre geleitet und ist seit 24 Jahren Mitglied. IHK-Präsident Dr. Benedikt Hüffer würdigte Berens ehrenamtliche Arbeit an der Spitze des Gremiums. Mit seiner persönlichen Art und mit viel Sachverstand habe Berens die Arbeit des Berufsbildungsausschusses in den vergangenen Jahren maßgeblich geprägt.

Bisher sei es auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und bei hohen Schulabgängerzahlen stets gelungen, allen ausbildungswilligen Jugendlichen im IHK-Bezirk ein Ausbildungsangebot zu machen, lobte Hüffer. Nun aber würden die Fachkräfte „immer weniger und immer älter“, stellte er mit Blick auf den demografischen Wandel fest und forderte „Investi-

tionen in Bildung“, um ausreichend Fachkräfte zu gewinnen und zu sichern.

Neue Mitglieder des Berufsbildungsausschusses sind: Roland Engels (DGB Münsterland), Helmut Hermes (Berufskolleg Ostvest), Matthias Hillbrandt (IG Metall), Elke Hülsmann (bfw Rheine), Alfons Hünteler (Hupfer Metallwerke GmbH & Co. KG, Coesfeld), Atilla S. Öner (wpt-online e.K, Gelsenkirchen), Heinz Rittermeier (DGB Münster), Uwe Wobben (RAG Anthrazit Ibbenbüren GmbH), Heinz Kersting (Berufskolleg Mitte RAG Bildung GmbH) und Erwin Wekeiser (Berufskolleg Beckum) wurden auf Vorschlag des Ministeriums für Schule und Weiterbildung als Lehrervertreter in den Ausschuss berufen.

Verabschiedet wurden mit großem Dank für ihr langjähriges ehrenamtliches Engagement: Frank Claßen (IG Metall-Verwaltungsstelle Münster), Herbert Engelhardt (DAA), Herbert Grimm (Berufskolleg Ostvest), Horst Kleinewiese, Hans-Jürgen Mader, Reinhold Plake, Anne Sandner (DGB Region Ruhr Mark), Dr. Michael Scharfenberg (RAG BILDUNG Berufskolleg GmbH) und Bernhard Tenhofen (DGB Münster).

Begabtenförderung

Weiterbildung wird unterstützt

Seit 1991 unterstützt das Förderprogramm der Bundesregierung „Begabtenförderung berufliche Bildung“ gezielt begabte junge Fachkräfte in ihrer Weiterbildung – nicht zuletzt ein Anreiz zur Karriere mit Lehre. Die Stipendiaten erhalten über maximal drei Jahre Fördermittel von insgesamt 5100 Euro für anspruchsvolle Weiterbildungsmaßnahmen. Damit können sie nach eigener Wahl fachbezogene, fachübergreifende oder persönlichkeitsbildende Angebote finanzieren.

Bewerben kann sich, wer jünger als 25 Jahre ist und die Abschlussprüfung einer dualen Berufsausbildung besser als gut bestanden hat oder einen begründeten Vorschlag des Arbeitgebers oder der Berufs-

schule vorlegen kann. Anträge erhalten Interessenten bei der Stelle, bei der ihr Auszubildungsverhältnis eingetragen war (z. B. bei IHK oder HWK). Dort wird auch über die Aufnahme in das Programm entschieden. Die Anzahl der Stipendien ist begrenzt. Zurzeit betreut die IHK Nord Westfalen rund 280 Stipendiaten. Für das Jahr 2011 können sich Interessierte noch bis zum 30. November 2010 bewerben.

Weitere Informationen bei der IHK Nord Westfalen, Rosemarie Beer, Telefon 0251 707-311, E-Mail beer@ihk-nordwestfalen.de oder auf der Internetseite der Stiftung Begabtenförderung berufliche Bildung (SBB) www.sbb-stipendien.de.

Ausbildungsolympiade

Top-Azubis in Coesfeld

Nicht nur bei den olympischen Spielen werden die besten Leistungen honoriert. Eine Ausbildungsolympiade gibt es auch in Coesfeld. Hier werden halbjähr-

lich die besten Absolventen der beteiligten Unternehmen – Coelan, Hupfer, Klostermann, J. W. Ostendorf, Parador, Remondis, Voss sowie der Stadtmarketing-Verein – ausgezeichnet. Diesmal standen fünf Sieger auf dem Treppchen.



Die fünf Gewinner der Ausbildungsolympiade: Christoph Pudel, vordere Reihe, dahinter Christian Kemper, Chris Koschela, Jan Edelbrock, Olaf Bärmann (v. l. n. r.) im Hause Parador.

Foto: pd

Den ersten Platz belegte Christoph Pudel, der bei Parador seine Ausbildung zum Elektroniker für Betriebstechnik hervorragend abgeschlossen hatte. Dicht gefolgt wurde er von Christian Kemper, Fachkraft für Lagerlogistik, ebenfalls Parador. Den dritten Platz teilen sich Olaf Bärmann (Industriekaufmann Hupfer Metallwerk), Jan Edelbrock (Lacklaborant) und Chris Koschela (Industriekaufmann), beide von den Farbwerken J. W. Ostendorf. Alle fünf freuen sich über eine Pragerise.



NRW-Arbeitsminister Schneider machte sich bei einem Besuch in der Region, hier mit Hazemag-Geschäftsführer Martin Wetter und IHK-Hauptgeschäftsführer Karl-Friedrich Schulte-Uebbing, bei der Hazemag & EPR GmbH ein Bild vom Ausbildungsmarkt. Foto: Busch

Arbeitsminister Schneider zu Besuch Über 10 000 Ausbildungsverträge

Mehr als 10 000 junge Menschen im Münsterland und in der Emscher-Lippe-Region haben in diesem Jahr ihre Ausbildung in einem IHK-Beruf begonnen. Anfang Oktober lag die Zahl der Ausbildungsverträge im IHK-Bezirk mit exakt 10 016 fast drei Prozent über dem Vorjahresniveau (9755).

„Die Ausbildungsleistung der Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen ist seit vielen Jahren auf höchstem Niveau“, betonte IHK-Präsident Dr. Benedikt Hüffer am Rande des Besuchs des NRW-Arbeitsministers Guntram Schneider. Der Minister hatte sich im Gespräch mit den Mitgliedern der

regionalen Ausbildungskonsensrunde, die in der IHK tagte, „ein realistisches Bild“ vom Ausbildungsmarkt in der Region verschafft. „Die Unternehmen wissen, dass sie dem drohenden Fachkräftemangel am besten durch Ausbildung im eigenen Unternehmen vorbeugen können“, erklärte Hüffer die anhaltend hohen Ausbildungszahlen. „Spätestens nach dem doppelten Abiturjahrgang 2013 bekommt jedes Unternehmen jedoch den Wandel zu spüren“, warnte der IHK-Präsident. Er rät deshalb den Unternehmen auch Jugendlichen, die bislang weniger Chancen auf eine Lehrstelle hatten, noch stärkere Beachtung zu schenken.

RSS-Feed zur Ausbildung

Aktuell und praxisnah

Mit dem RSS-Feed der IHK Nord Westfalen können Ausbilder, Prüfer und Unternehmer die neuesten Meldungen übersichtlich auf PC, Handy oder PDA laden. Das ist einfacher als die Website regelmäßig nach neuen Inhalten durchzusehen, Um dieses Informationsangebot zur Ausbildung noch besser zu gestalten und weiterzuentwickeln,

bitten die IHK die RSS-Feed-Nutzer um Unterstützung. Wie zufrieden sind sie mit dem RSS-Feed? Was ist gut? Was fehlt? Wo besteht Verbesserungsbedarf? Feedbacks per Mail unter brueggemann@ihk-nordwestfalen.de oder telefonisch unter 0251 707-277. Informationen unter www.ihk-nordwestfalen.de/P00024



Volles Haus im Gelsenkirchener Wissenschaftspark: Angehende Abiturienten informierten sich bei Unternehmen über die Kombination von Berufsausbildung und Studium. Foto: IHK

Messe zu Ausbildung und Studium Über 3000 Besucher

Es war wieder voll im Gelsenkirchener Wissenschaftspark: Junge Menschen konnten von Betrieben mit besonderen Ausbildungsangeboten Informationen aus erster Hand erhalten. Auf Initiative der IHK Nord Westfalen und des Grillo-Gymnasiums fand die Messe „Duale Ausbildung Studium und Beruf“ bereits im dritten Jahr statt. Über 3000 Besucher – zukünftige Abiturienten – übertrafen die Erwartungen der 31 ausstellenden Betriebe aus der Em-

scher-Lippe-Region deutlich. Erstmals waren in diesem Jahr auch die Recklinghäuser Gymnasien dabei. Die Betriebe stellten sich den Fragen zur Verknüpfung von Ausbildung und Studium. Unternehmen, die sich für die nächste Messe 2011 in Recklinghausen interessieren, können sich bei Katja Lempa, Berufsbildungsreferentin der IHK Nord Westfalen, melden unter E-Mail lempa@ihk-nordwestfalen.de, oder telefonisch 0209 388-408.

IHK unterstützt Betriebe

Mehr Lehrlinge ins Ausland

Was in den Ferien gerade auch für Jugendliche selbstverständlich ist, hat während der Berufsausbildung immer noch Seltenheitswert. „Nur knapp zwei Prozent der Auszubildenden sammeln während ihrer Lehrzeit Erfahrungen im Ausland“, berichtet IHK-Geschäftsführer Michael Vornweg. Er leitet den Bereich Bildung und weiß deshalb, dass die Unternehmen im Münsterland und in der Emscher-Lippe-Region „dringend mehr Fachkräfte benötigen, die sie bei den zunehmenden Auslandsgeschäften noch besser unterstützen können“.

Seit Anfang der 1980er-Jahre ist der Anteil am Umsatz, den die Unternehmen der Region im Ausland erzielen, um rund 200 Prozent gestiegen. „Meist hängen Service-Vereinbarungen mit an den Aufträgen“, erläutert Vornweg. Das erfordert nicht selten den Einsatz von Mitarbeitern vor Ort. Erst recht gilt das bei Auslandsaktivitäten

von Dienstleistungsunternehmen. „Dabei stehen die Menschen noch stärker im Mittelpunkt“, so der IHK-Bildungsexperte. Darauf müssten die Mitarbeiter vorbereitet werden, „am besten so früh wie möglich“. Deshalb unterstützt die IHK Nord Westfalen Unternehmen und Auszubildende bei der Planung und Umsetzung eines Auslandsaufenthalts, zum Beispiel bei der Suche nach einem Praktikumsplatz. Ansprechpartner bei der IHK



IHK-Ansprechpartner André Böing. Foto: IHK

Nord Westfalen ist André Böing. Interessierte Unternehmen, Auszubildende und Berufsschulen können sich bei ihm unter Telefon 0251 707-482 oder unter www.ihk-nordwestfalen.de/mobilitaetsberatung informieren.



Gustav Deiters, IHK-Vizepräsident (l.) und Bernhard Hembrock, erster stellvertretender Landrat des Kreises Steinfurt (r.) gratulierten Wladimir Aiswert zu seiner hervorragenden Leistung.

Foto: Busch



„Der Wettbewerb um die guten Auszubildenden und die gut qualifizierten Fachkräfte wird härter. Das steigert die Chancen derjenigen, die gut ausgebildet sind“, prognostizierte IHK-Vizepräsidentin Dr. Gudrun Bülow den 87 erfolgreichen ExAuszubildenden im Kreis Recklinghausen.

Foto: Kleine-Büning

IHK ehrt die besten Auszubildenden Die Besten der Besten

„Ein Einser-Zeugnis ist immer ein Grund stolz zu sein. Seien Sie es!“ Dies war der einhellige Tenor aller IHK-Repräsentanten wie auch der Ausbilder aus den Kreisen Steinfurt, Recklinghausen, Borken und der Stadt Bottrop, die den Auszubildenden aus den Kreisen gratulierten, die in diesem Ausbildungsjahr ihre Abschlussprüfungen mit Bravour bestanden hatten. Insgesamt stellten sich im Kreis Steinfurt im Winter 2009 und Sommer 2010 1706 Prüflinge den IHK-Prüfungen. 92,9 Prozent absolvierten sie mit Erfolg. 5,6 Prozent aller Absolventen schlossen die Prüfung mit der Traumnote „sehr gut“ ab.

Für den Kreis Recklinghausen beglückwünschte Dr. Gudrun Bülow, Geschäftsführerin des Marler IT-Unternehmens Dr. Bülow & Masiak GmbH und Vizepräsidentin der IHK Nord Westfalen, 87 ehemalige Auszubildende, die ihre Abschlussprüfun-

gen mit „Eins“ bestanden haben. Bülow dankte ganz besonders den Vertretern der Unternehmen und der Berufsschulen. Im Kreis Recklinghausen bilden fast 1300 Betriebe zurzeit in IHK-Berufen aus. Die hohe Qualität der dualen Ausbildung ist für Bülow ein wesentlicher Grund dafür, dass die Wirtschaft zurück zu alter Stärke findet.

Auch Unternehmer und IHK-Vizepräsident Egbert Weber, der den erfolgreichen Ex-Auszubildenden im Kreis Borken gratulierte, ist sich sicher, dass Bildung, Qualifizierung und Beschäftigung die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung einer Region maßgeblich beeinflussen. Von den 1740 jungen Menschen im Kreis Borken haben 93,9 Prozent die Prüfungen mit Erfolg abgelegt, 7,7 Prozent erreichten mehr als 92 von 100 möglichen Punkten und damit „sehr gut“. Dr. Kai Zwicker, Landrat des Kreises Borken be-



Gemeinsam mit Bernd Tischler (r.), Oberbürgermeister der Stadt Bottrop, übergab Karl Reckmann (l.), Inhaber der Glocken-Apotheke und stellvertretender Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses, die Urkunden an die erfolgreichen Auszubildenden.

Foto: Kleine-Büning

tonte, dass es sich oft lohne in mittelständischen heimischen Unternehmen weiter zu arbeiten, da die Neueinsteiger dort von Anfang an mehr Verantwortung als in Großunternehmen übernehmen könnten. „Die wirtschaftliche Lage im Kreis Borken ist im Moment sehr positiv“, so Zwicker.

Auch in Bottrop starteten 29 junge Menschen nun mit Einserzeugnissen ins weitere Berufsleben. In der Stadt haben in diesem Jahr 486 Auszubildende an den Abschlussprüfungen der IHK teilgenommen, 428 haben diese mit Erfolg abgelegt und davon 29 mit der Note „sehr gut“ abgeschnitten.

Dr. Kai Zwicker wünschte den erfolgreichen Absolventen aus dem Kreis Borken „Mut für ihre Reise auf beruflicher See und dass alle an ihren Zielhäfen ankommen“.

Foto: Busch



Flughafen

Mehr Luftfracht

Der Luftfrachtbereich am Flughafen Münster/Osnabrück entwickelt sich deutlich positiv und wuchs während der ersten acht Monate des Jahres um 42 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Statistik

Sechsgößte IHK

Die IHK Nord Westfalen hat aktuell (Stand: 1. 1. 2010) rund 130 000 Mitgliedsunternehmen und gehört weiterhin zu den zehn größten IHKs in Deutschland. Damit belegt sie zusammen mit der IHK Nürnberg den sechsten Platz. Größer sind nur München, Hamburg, Stuttgart, Hannover und Köln.



Der CeNTech II-Grundstein ist gelegt (v. l.): Prof. Dr. Harald Fuchs, CeNTech, Architekt Rainer M. Kresing, Dr. Dietmar Erber, CeNTech, Dr. Beate Wieland, NRW-Forschungsministerium, Münsters Oberbürgermeister Markus Lewe, Universitäts-Rektorin Prof. Dr. Ursula Nelles, und CeNTech-Geschäftsführer Dr. Thomas Robbers.

Foto: WFM

Grundsteinlegung

CeNTech wird erweitert

Der Grundstein für die Erweiterung des Zentrums für Nanotechnologie (CeNTech) wurde am 8. Oktober gelegt. In knapp zwölf Monaten entsteht im münsterischen Wissenschaftspark ein fünf Millionen Euro teures Forschungsgebäude. Das CeNTech, das im Jahr 2003 als europaweit erstes interdisziplinäres Zentrum für Angewandte Nanotechnologie eröffnet wurde, ist heute zu 100 Prozent ausgelastet. Hier arbeiten auf einer Fläche von 2400 Quadratmetern rund 100 Beschäftigte. Nun kommen weitere 1300 Quadratmeter für zirka 40 Wissenschaftler dazu.

Coesfeld

Gründermesse

Optimale Startbedingungen für Gründer und junge Unternehmen im Kreis Coesfeld sind das Ziel des Arbeitskreises des gwc-Netzwerks für Gründung und Wachstum im Kreis Coesfeld, zu dem auch die IHK Nord Westfalen gehört. Die Mitglieder bereiteten Ende September die Existenzgründermesse „gwc-Chancenforum 2011“ vor. Geplant sind ein vielfältiges Workshop-Angebot und ein Marktplatz für Jungunternehmer. Das Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, durch die Kooperation der Institutionen und Initiativen in der Gründungsberatung, die Serviceangebote für Existenzgründer besser zu verknüpfen.

www.gwc-netzwerk.de

Rechtzeitig verlängern:

Ausnahmen für Umweltzonen

Am 31. Dezember 2010 endet die Gültigkeit des Luftreinhalteplans für das Ruhrgebiet und somit auch die Gültigkeit aller Ausnahmegenehmigungen für den Zutritt in die Umweltzonen des Ruhrgebiets. Für alle Fahrzeuge, die derzeit einen Handwerkerparkausweis und/oder eine Ausnahmegenehmigung für den Zutritt in die Umweltzonen nutzen, ist nach derzeitigem Stand ab dem 1. Januar 2011 die Einfahrt in die Umweltzonen nicht mehr zulässig.

Da ein Nachfolge-Luftreinhalteplan mit neuen Ausnahme- und Härtefallregelungen voraussichtlich erst in der zweiten Jahreshälfte 2011 fertig gestellt wird, kann es zu einer Lücke bei

der Erteilung von Sondergenehmigungen in der ersten Jahreshälfte kommen. Die IHK Nord Westfalen weist daraufhin, sich frühzeitig um eine Verlängerung der Genehmigungen zu bemühen.

Darüber hinaus setzt sich die IHK Nord Westfalen für eine unkomplizierte Übergangslösung bei der Behandlung und Verlängerung von Ausnahmegenehmigungen für das Befahren der Umweltzonen ein.



IHK-Ansprechpartner:
Daniel Janning,
Tel. 0251 707-309,
janning@ihk-nord-westfalen.de



Positive Stimmung deutlich zu spüren: Auch in diesem Jahr waren die IHKs im Ruhrgebiet wieder auf der weltgrößten Gewerbeimmobilienmesse ExpoReal in München vertreten. Als Teil des großen Gemeinschaftsstandes metropole-ruhr wurden die IHK-Handels- und Planungsexperten (v. l.) Markus Lübbering (IHK Nord Westfalen), Ulf Wollrath (IHK Dortmund) und Stefan Postert (IHK Bochum) häufig als Gesprächspartner von potenziellen Investoren gesucht.

Foto: IHK



Über 100 Hoteliers und Gastronomen informierten sich bei der Veranstaltung in der IHK Nord Westfalen über Trends ihrer Branche, die richtige Planung von Investitionen und öffentliche Förderprogramme. Foto: IHK

Veranstaltung

Finanzierung im Gastgewerbe

Wenn es konjunkturell insgesamt besser läuft, denken auch die Unternehmer in Hotellerie und Gastronomie wieder an die nötigen Investitionen, die in den letzten Jahren zurückgestellt wurden. Die IHK Nord Westfalen, der DEHOGA Westfalen und die NRW.BANK luden zur Diskussion über Finanzierungsmöglichkeiten und die öffentlichen Förderprogramme.

Dr. Silke Landgrebe, Professorin der Fachhochschule Gelsenkirchen, referierte über „Tourismus 2020 – Trends und Perspektiven für Hotellerie und Gastronomie“. Heide Köhler, Sachverständige für Gaststätten und Hotelbetriebe von der HOGA Betriebsberatung, infor-

mierte die Zuhörer über Innovationsanlässe und -ziele und gab den Unternehmern eine 7 Punkte-Checkliste zur Finanzierung von Investitionen. Felix Tenkmann, Förderberater der NRW.BANK, erläuterte die Aufgaben der Förderbank sowie passgenaue Förder- und Finanzierungsangebote.

Anschließend schilderten Hotelier Hendrik Eggert vom Landhotel Eggert in Münster sowie Gastronom David Siegl vom Casino Restaurant in Coesfeld ihre persönlichen Erfahrungen mit Banken.

Die Vorträge der Referenten zum Download unter:

www.ihk-nordwestfalen.de/P00641

Luftfracht

„Versender“ zertifizieren

Der Versand von Luftfracht wird komplizierter: Das bislang weitgehend formlose Verfahren, mit dem sich Unternehmen als „bekannte Versender“ einstufen lassen konnten, wird seit dem 29. April 2010 auf Grund der EG-Verordnungen 300/2008, 272/2009 und 185/2010 durch eine behördliche Zulassung ersetzt. Mit einem Übergangszeitraum von drei Jahren müssen sich Unternehmen, die Güter per Luftfracht verschicken, als

behördlich bekannter Versender zertifizieren lassen. Erfolgt diese Zertifizierung nicht, gelten die Sendungen zukünftig als unsicher. Damit ist ein erhöhter Abfertigungsaufwand verbunden, da diese Sendungen durchleuchtet werden müssen.

Die Einzelheiten zum Zertifizierungs-Verfahren stehen unter www.lba.de – A bis Z – bekannter Versender.

Gefahrgut

ADR Änderungen

Zum 1. Januar 2011 treten die Änderungen des ADR mit einer Übergangsfrist bis zum 30. Juni 2011 in Kraft. Die Änderungen wurden im Bundesgesetzblatt Teil II vom 14.10.2010 veröffentlicht. Neu ist, dass in Kapitel 1.4 auch Pflichten für den Entlader festgelegt werden. Auch die Vorschriften für die Klasse 9 wurden neu gefasst. Weitere Änderungen beziehen sich auf das Kapitel 3.4 (limited quantities) und 8.2 (Fahrerschulung).

www.ihk-nordwestfalen.de/P01482.



Wer mit Feuerwerkskörpern umgeht, muss eine Reihe von Vorschriften beachten. Grundsätzliche Bestimmungen für die Beförderung von Feuerwerkskörpern sind in einem Merkblatt auf der Website der IHK Nord Westfalen zusammengestellt, siehe

www.ihk-nordwestfalen.de

Seite P01500

Finanzierung

Mit stiller Beteiligung wachsen

Unternehmern, die mit Investitionen wachsen wollen, bietet die Kapitalbeteiligungsgesellschaft NRW GmbH attraktive Konditionen für eine stille Beteiligung. Gerade nach einer wirtschaftlichen Durststrecke mit häufig angegriffenem Eigenkapital kann diese Form der Finanzierung eine interessante Alternative sein.

Mit der Übernahme einer 70-prozentigen Garantie durch die Bürgschaftsbank NRW GmbH für diese Bareinlage ergeben sich Verbesserungen sowohl in der Bonität durch die Erhöhung der Eigenkapitalquote als auch in der Besicherungsklasse, da sich die Besicherungsquote für die Hausbank ändert. In der Re-

gel reduzieren sich dadurch die Fremdkapitalkosten. Der jährliche Kapitaldienst verringert sich über die Laufzeit der Beteiligung. Sanierungen, Umfinanzierungen und Umschuldungen werden nicht mit Risikokapital begleitet. Das Entgelt für die Unterstützung ist auf 12 Prozent pro Jahr limitiert. Details unter www.kgb-nrw.de oder bei den Finanzierungsexperten der IHK.



Ansprechpartner bei der IHK Nord Westfalen ist Reinhard Schulten, Tel. 02871 9903-13, schulten@ihk-nordwestfalen.de

Foto: IHK



Positive Zwischenbilanz der Münsterland Initiative Unternehmerin auf einer Bustour durch das Münsterland. Foto: HWK

Initiative Unternehmerin

Road-Show für Geschäftsfrauen

Die Zwischenbilanz der Münsterland Initiative Unternehmerin ist nach zwei Jahren Projektlaufzeit durchweg positiv: 250 Veranstaltungen, 3500 Stunden Beratung und Kontakte zu 11 000 gründungsinteressierten Frauen, Gründerinnen und Unternehmerinnen. Dass hinter diesen Zahlen kreative Ideen, erfolgreiche Gründungen, vorbildliche Unternehmen und funktionierende Netzwerke stehen, präsentierte die Bustour der Initiative hautnah. Mit insgesamt 100 Teilnehmern und Teilnehmerinnen ging die Bustour in die Kreise Steinfurt, Borken, Coesfeld und Warendorf. An jedem Standort stellte die örtliche Wirtschaftsförderung ihre Geschäftsfrauen vor, Unternehmerinnen luden zu Betriebsbesichtigungen ein, Netzwerke präsentierten ihre Angebote.

www.initiative-unternehmerin.de



Starten den business support Gelsenkirchen: (v.l.) INTUV-Vorsitzender Yildiray Cengiz und Leitender IHK-Geschäftsführer Peter Schnepfer. Foto: IHK

business support Gelsenkirchen

Beratung für nicht-deutsche Betriebe

„Wir wollen Ihren betrieblichen Erfolg. Egal woher Sie stammen. Und wenn wir helfen können, tun wir es gern“. Mit diesem Bekenntnis wenden sich Peter Schnepfer, Leitender Geschäftsführer der IHK Nord Westfalen, und Yildiray Cengiz, Vorsitzender des Internationalen Unternehmerversandes INTUV RuhrStadt e.V., an Gelsenkirchener Unternehmer mit nicht nur deutschem Lebenshintergrund. „Wir kennen den wichtigen Beitrag, den diese Betriebe für Stadt und Wirt-

schaft leisten“, so Schnepfer weiter. „Umso mehr sollten die Inhaber die vorhandenen Beratungsangebote nutzen“, ergänzt Cengiz. Schnepfer mag zwar keine überflüssigen Anglizismen, doch dieses Mal nennen IHK und INTUV ihre gemeinsame Initiative bewusst „business support Gelsenkirchen“, um für alle Nationalitäten offen zu sein.

Der Impuls für eine „Geschäftsunterstützung“ internationaler Betriebe ging von der IHK aus.

Mit dem INTUV ist der erste Partner gefunden. „Unsere Initiative steht aber allen offen, die ebenfalls eigenständig eine Unterstützung etwa zu betriebswirtschaftlichen oder zu Ausbildungsthemen anbieten können. Sie sollte nur nichts kosten“, erläutert Schnepfer. Dabei sei er sich sicher, dass durch eine gemeinsame Vermarktung der verschiedenen Angebote die Adressaten leichter erreicht werden.

Die IHK bietet vierzehntägig Beratertage an, zu denen ein Unternehmensberater nach Möglichkeit aus gleichem Kulturkreis den Geschäftsleuten zu vertraulichen Einzelgesprächen zur Verfügung steht. Zu Spezialfragen rund um die Themen Steuern, Finanzierung, Marketing etc. können IHK-Mitarbeiter hinzugezogen werden. Ansprechpartnerin bei der IHK Nord Westfalen ist Michaela Ehm, Telefon 0209 388-416, ehm@ihk-nordwestfalen.de

Ausgesuchte betriebswirtschaftliche Schwerpunkte werden in themenbezogenen Informationsveranstaltungen behandelt, die der INTUV durchführen wird. Vorabinformationen gibt Mustafa Köksalan unter Telefon 0209 167-2380, info@intuv.de.

Unfallverhütung Einheitliche Regeln

Mit der im Januar 2011 in Kraft tretenden Unfallverhütungsvorschrift der Deutschen gesetzlichen Unfallversicherung „Betriebsärzte und Fachkräfte für Arbeitssicherheit“ (DGUV-Vorschrift 2) wird die BGV A2/GUV-V A2 und die GUV-V A 6/7 abgelöst.

Damit besteht erstmals für Berufsgenossenschaften und Unfallversicherungsträger der öffentlichen Hand eine einheitliche und gleich lautende Vorgabe zur Konkretisierung des Arbeitssicherheitsgesetzes (ASiG).

Für die Regelbetreuung aller Betriebsgrößen gilt das neue Konzept ab Januar 2011. Die bei den Berufsgenossenschaften bereits eingeführte alternative Kleinbetriebsbetreuung gilt zwei Jahre später ab dem 1. Januar 2013 auch bei den Unfallkassen.

Weitere Informationen unter www.dguv.de – Prävention – Vorschriften, Regeln, Information – DGUV Vorschrift 2.

E-Bilanz

Verpflichtung verschoben

Zum Entwurf des BMF-Schreibens zur E-Bilanz nahm der DIHK Stellung. Danach sind ab dem 1. Januar 2011 Unternehmen verpflichtet, ihre Bilanzen elektronisch an das Finanzamt zu übermitteln. Der DIHK steht dem Entwurf des BMF sehr kritisch gegenüber. Für den vorgestellten Gliederungsumfang und -tiefe der so genannten Taxonomie fehle die Rechtsgrundlage. Das BMF gehe mit dem Entwurf über die durch das Handelsgesetzbuch vorgegebe-

nen Bilanzpositionen sowie über die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung weit hinaus, in dem es eine Vielzahl an so genannten Muss-Feldern festlegt.

Die Unternehmen befürchten einen Umstellungsaufwand in Milliardenhöhe. Insbesondere bei Großunternehmen müsste das komplette Rechnungswesen auf die Gliederungsvorgaben des BMF umgestellt werden, ggf. wäre sogar eine parallele

steuerliche Buchführung notwendig. Die in der Stellungnahme dargestellten Einzelprobleme zeigen, dass eine Einführung zum 1. Januar 2011 nicht durchführbar ist. Entgegen der Ansicht des BMF seien die neuen Anforderungen aus der Taxonomie nicht ohne großen Aufwand umsetzbar. Die verbindliche Einführung der E-Bilanz sollte um wenigstens zwölf Monate verschoben und mit einer Pilotphase verbunden werden.



Die Unternehmen sollen ab Anfang 2011 ihre Bilanzen nur noch elektronisch dem Finanzamt übermitteln.

Foto: bilderbox/Fotolia

Erstattungsinsen

Nicht mehr steuerpflichtig

Der Bundesfinanzhof hat entschieden, dass Zinsen auf Steuererstattungen nicht steuerpflichtig sind, soweit sie auf nicht abziehbare Steuern entfallen (Urteil vom 15. Juni 2010, Az. VIII R 33/07). Damit ändert der BFH seine bisherige Rechtsprechung. Nach § 233a AO werden Ansprüche aus dem Steuerschuldverhältnis, also Steuernachforderungen und

Steuererstattungen, bei den sogenannten Veranlagungssteuern mit 6 Prozent pro Jahr verzinst. Der Zinslauf beginnt 15 Monate nach Ablauf des jeweiligen Veranlagungsjahres. Nach § 12 Nr. 3 EStG sind Nachzahlungszinsen, also Zinsen auf Steuernachforderungen, nicht abziehbare Ausgaben. Gleiches gilt nach § 4 Abs. 5b EStG für Zinsen auf Gewerbesteuerach-

forderungen. Nach bisheriger Rechtsprechung des BFH (BFHE 115, 216 – BStBl 1975 II, 568) sowie der Finanzverwaltungen (koordinierter Ländererlass vom 5. Oktober 2000, BStBl 2000 I, 1508) galt dies nicht für Erstattungszinsen. Diese waren demnach steuerpflichtig.

Von dieser Rechtsauffassung hat der BFH sich nunmehr aus-

drücklich distanziert. Er ist der Ansicht, dass der Grundsatz der Nichtsteuerbarkeit von Erstattungen nicht abziehbarer Steuern im Sinne von § 12 Nr. 3 EStG sich auch auf die darauf entfallenden Nebenleistungen erstrecken muss. Die Nichtsteuerbarkeit der Erstattungszinsen bezieht sich insbesondere auf die Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer.

Initiativpreis

Initiativen gegen Fachkräftemangel ausgezeichnet

Berlin. Fachkräftengpässe zeigen sich über Branchen, Berufe und Qualifikationsniveaus hinweg. Damit bedroht der Fachkräftemangel die hart erarbeiteten Wettbewerbsvorteile der deutschen Wirtschaft. Um diesem Mangel entgegenzuwirken, müssen stärker als bislang unausgeschöpfte Potenziale genutzt werden. Dabei steht die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung an erster Stelle. Die besten Beispiele dieser praktischen Berufsbildungsarbeit wurden nun von der Otto

Wolff-Stiftung und dem DIHK mit dem Initiativpreis Aus- und Weiterbildung 2010 ausgezeichnet. Das Themenspektrum der Sieger reicht von der beruflichen Erstausbildung über die innerbetriebliche Qualifizierung bis hin zu den neuen Studienmöglichkeiten für Meister. Die Beispiele unterstreichen, wie intensiv



Die Sieger des Initiativpreises Aus- und Weiterbildung 2010 wurden am 1. Oktober in Berlin geehrt. Foto: DIHK/Gunter Dreißig

sich die Wirtschaft zusammen mit Qualifizierungspartnern um die Sicherung des Fachkräftenachwuchses und das lebensbegleitende Lernen kümmert.

Deutscher Afrika-Preis

Südlich der Sahara präsent

Berlin. Die Verleihung des Deutschen Afrika-Preises im Haus der Deutschen Wirtschaft nutzte DIHK-Präsident Hans Heinrich Driftmann, um die Erweiterung des Netzwerkes deutscher AHKs südlich der Sahara zu präsentieren. Mit den neuen Delegationen in Angola und Ghana sowie einem geplanten weiteren Standort in Kenia wird jeder Teil des afrikanischen Kontinents für deutsche Unternehmen erreichbar sein. In Anwesenheit von Bundesaußenminister Westerwelle hob er den verbesserten Service für deutsche Unternehmen hervor, die

sich auf den Zukunftsmärkten im westlichen und südlichen Afrika bewegen. Die Beschaffung von Informationen zu Investitionsbedingungen und die Suche nach Vertriebspartnern sei auf den wichtigsten afrikanischen Märkten wesentlich leichter geworden. Die deutsche Wirtschaft profitiere in diesen Regionen von steigender politischer Stabilität und neuen Rohstoffquellen: Diese würden ein stetiges Wirtschaftswachstum zur Folge haben, verbunden mit staatlichen Investitionen in Energieversorgung und Verkehrsinfrastruktur.

Rundfunkgebühren-Reform

Keine Mehrkosten für Wirtschaft

Berlin. Mit einem Beitrag muss die gesamte Rundfunknutzung abgegolten sein – das forderten die Wirtschaftsvertreter in der Bundestagsanhörung, in der es um das neue Rundfunkfinanzierungsmodell ging. Es soll ab 2013 eingeführt werden. Der DIHK und andere Verbände setzten sich für ein konsistentes System und eine Deckelung des Finanzierungsbeitrags der Wirtschaft auf heutigem Niveau ein. Völlig unakzeptabel nannten sie hingegen Pläne, nach denen auf die Wirtschaft künftig Belastungen von rund 800 Millionen Euro jährlich

zukämen – dies entspräche fast einer Verdoppelung! Bisher zahlt die Wirtschaft 450 Millionen Euro. Den von den Ländern vorgesehenen Betriebsstättenansatz bezeichnete der DIHK als unausgewogen. Er benachteilige vor allem Filialunternehmen. Kleine Betriebe werden vor allem durch die Staffelung stärker belastet als bisher. Auch weist das neue Finanzierungsmodell an mehreren Stellen systematische Brüche auf – die geplante Einbeziehung nichtprivater Pkw und Hotelzimmer widerspricht dem geräteunabhängigen Ansatz.

Lkw-Maut

Erhöhung gekippt

Berlin. Die Lkw-Mautsätze bleiben zum 1. Januar 2011 unverändert. Die Bundesregierung hat damit einen vom DIHK mehrfach kritisierten Beschluss aus Zeiten der großen Koalition gekippt. Geplant war eine geringfügige Absenkung der Maut für moderne Lkw und eine deutliche Erhöhung für ältere Lkw.

Wegen der vielen älteren Fahrzeuge wäre dies in der Summe auf eine Erhöhung der Maut und damit eine Mehrbelastung für die Wirtschaft hinausgelaufen. Laut Koalitionsvertrag ist eine Erhöhung der Mautsätze in dieser Legislaturperiode ausgeschlossen.

Driftmann warnt

Sammelklagen-Folgen

Brüssel. Vor schwerwiegenden Folgen von Sammelklagen für die Wirtschaft hat DIHK-Präsident Hans Heinrich Driftmann in Briefen an EU-Kommissionspräsident Barroso und Kommissar Oettinger gewarnt. Schon die bloße Drohung mit einer Kollektivklage führe für die betroffenen Unternehmen zu erheblichen finanziellen Nachtei-

len bis hin zur Insolvenzgefahr. Niemand solle gezwungen werden, kostenträchtige Vergleiche nur aufgrund tatsächlicher oder vermuteter Prozessrisiken zu schließen. Die Einführung von Sammelklagen gefährde durch zusätzliche und völlig unberechenbare Belastungen für Unternehmen zudem die Wachstumsziele der EU 2020 Agenda.

Soziale Marktwirtschaft und Verantwortung

Vertrauen zurückgewinnen

Um „Ethik und Wirtschaft“ ging es auf dem Herbstkonvent der Initiative „Industrie in Münster“ (IiM). Wie man verlorenes Vertrauen zurückgewinnt, darüber sprach Prof. Dr. Wolfgang Huber, ehemaliger Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche in Deutschland und heute Mitglied des Deutschen Ethikrates.

„Das Kapital ist ein scheues Reh“, zitierte IiM-Sprecher Michael von Bartenwerffer bei der Begrüßung eine alte Wirtschaftsweisheit. Aber das Vertrauen sei mindestens genauso scheu. Und im Zuge der Banken- und Wirtschaftskrise sei viel Vertrauen verloren gegangen – auch Vertrauen in die soziale Marktwirtschaft und „möglicherweise auch in unsere Demokratie“. Deshalb stelle sich nun die Frage, wie man verlorenes Vertrauen zurückgewinnen könne.

Vertrauen wiederaufbauen

Etlche Indizien dafür lieferte der Referent des Abend, Prof. Dr. Dr. h.c. Wolfgang Huber. Einmal zerstörtes Vertrauen zurückzugewinnen, gehöre „zu den schwersten Aufgaben überhaupt“, betonte er. Eine große Verantwortung in diesem Zusammenhang trage daher die Politik. So werde ihre Gemeinwohlorientierung in Zweifel gezogen, weil viele Menschen etwa in der Energie- oder Gesundheitspolitik den Eindruck gewonnen hätten, dass sich immer die stärksten Interessen durchsetzen. Die Transparenz politischer Entscheidungen und die Handhabung der Schuldenkrise der öffentlichen Hand seien weitere Hebel, Vertrauen wieder aufzubauen.

Politik in Verantwortung

Huber stellte fest, dass die Zukunftsfähigkeit des deutschen Gesellschaftsmodells in Frage gestellt wird. Daneben werde auch die Verantwortungsbereitschaft von Wirtschaftsführern bezweifelt, die Verantwortung

„nur für die Gewinne, nicht aber für die Risiken übernehmen wollen“. Es stelle sich also in der Tat die Frage: Trägt das Modell der sozialen Marktwirtschaft noch? Und: Können wir als Einzelne etwas dafür tun?

Es wäre gerade grotesk, so beantwortete Huber die erste Frage, die soziale Marktwirtschaft gerade jetzt in Frage zu stellen. Habe man nicht eben erst den 20. Jahrestag der Wiedervereinigung gefeiert – die doch eine Ursache auch darin gehabt habe, dass



Michael von Bartenwerffer (l.), Sprecher der IiM, begrüßt Prof. Dr. Dr. h.c. Wolfgang Huber.

Foto: Ruppert

die soziale Marktwirtschaft als das eindeutig bessere System erkannt worden sei? Allerdings müsse dieses Modell zweifellos weiterentwickelt werden. Dabei gehe es vor allem um Antworten auf die Globalisierung

und die Fragen der Nachhaltigkeit: Wie kann unser jetziges Handeln verantwortet werden vor den nächsten Generationen?

Nachhaltig handeln

Dass auch der Einzelne in diesem Zusammenhang etwas bewirken kann, belegte Huber mit einem Beispiel – ausgerechnet – aus der Banken- und Finanzkrise. Denn da habe es ja durchaus etliche gegeben, die ihre Verantwortung gesehen, ihren Handlungsspielraum genutzt – und eben nicht alles mitgemacht hätten. Es gebe in der Wirtschaft neben Shareholder Value auch andere Werte, so das Mitglied des Deutschen Ethikrates, die ethische Orientierung und die soziale Kompetenz des Einzelnen blieben unersetzlich.

Seitenwechsel

Huber schloss mit einer persönlichen Vision: Alle, die in der Wirtschaft Verantwortung in der Führung übernehmen, sollten zuvor einen „Seitenwechsel“ vornehmen und das Unternehmen einmal von unten erleben.

Als Beispiel erwähnte er einen Airport-Chef, der seine Kollegen mitgenommen habe „in die Katakomben des Flughafens“, um ihnen die Arbeit am Gepäckband vor Augen zu führen. Und vielleicht, so Huber, sei es auch sinnvoll,

einmal an „einen Ort sozialer Not“ heranzugehen. Um dann mit verändertem und geschärftem Blick, wieder an seinen Platz zurückzukehren.

Caroline Ruppert

Dringend gesucht: Daniel Düsentrieb

Erfindergeist bei Gründern gefragt

Den Brotschmierapparat, das Dunkellicht, das tragbare Loch oder das Telefon mit eingebautem Bügeleisen – mit immer neuen unkonventionellen Ideen wirbelt Daniel Düsentrieb seine Heimat Entenhausen seit fast 60 Jahren durcheinander. Er ist ein Pionier, wie er im (Comic) Buche steht.



Gerade das rohstoffarme Deutschland braucht Düsentriebs – Erfindergeister, die immer Neues ausprobieren, die ihre Ideen mit Mut, Herz und Köpfchen umsetzen. Denn wenn sich an der Gründungsneigung nichts ändert, gehen dem Land die Unternehmer aus: Bei derzeitiger demografischer Entwicklung wird es im Jahr 2050 rund 700 000 weniger Unternehmer in Deutschland geben – mit großen Innovations- und Wachstumseinbußen und dem drohenden Verlust von zwei Millionen Arbeitsplätzen.

Mehr angehende Gründer

Aber es gibt Hoffnung. Der DIHK-Gründerreport zeigt: Erstmals seit vier Jahren wollten in Deutschland zuletzt wieder mehr Menschen ihr eigenes Unternehmen gründen. Der Anstieg ist deutlich: Im Jahr 2009 führten die Industrie- und Handelskammern (IHKs) 14 Prozent mehr Gespräche mit Unternehmern in spe als im Jahr zuvor. Über 360 000 Mal standen die IHK-Existenzgründungsexperten angehenden Gründern mit Rat und Tat zur Seite. Wird Deutschland also zum Unternehmerland?

Hightech-Gründungen

Daniel Düsentrieb würde ein Hightech-Gründer sein. Aber diese muss man hierzulande suchen: Nur sechs Prozent der Gründer wollen nach IHK-Erfahrungen in einer Hightech-Branche starten. In Zeiten zu-



IHK-Kontakt:
Christian Seega
Telefon
0251 707-246
seega@ihk-nord-
westfalen.de

Foto: IHK

nehmenden Fachkräftemangels sehen viele qualifizierte Beschäftigte große Chancen auf eine gut dotierte Anstellung, die sie dem „Abenteuer Selbstständigkeit“ vorziehen. Weitere Hemmnisse sind fehlende Finanzierungsmöglichkeiten sowie das vergleichsweise hohe Risiko von Hightech-Projekten. Doch Start-ups etwa in der Informationsbranche oder Medizintechnik setzen starke Wachstums- und Beschäftigungsimpulse. Im ersten Jahr schaffen Hightech-Gründer bis zu sechs Arbeitsplätze – mehr als doppelt so viel wie der Durchschnitt der Gründungen.

Dienstleistungen boomen

71 Prozent der Beratenen planen, in Servicebranchen zu gründen – wie Gebäudetreue, Gastgewerbe, künstlerische Tätigkeiten, Werbung. Hauptgrund: Die meisten wollen wegen drohender Erwerbslosigkeit starten und bringen nur wenig Kapital mit. Bei vielen Dienstleistungen kann man schon mit geringer Geschäftsausstattung loslegen. Oftmals reicht ein PC, um etwa eine Beratung anzubieten. Zudem lagern viele Unternehmen einzelne Funktionen aus und schaffen so Chancen für unternehmensnahe Dienstleister etwa im Bereich IT-Services. Die Krux: Viele Gründer gehen schlecht vorbereitet an den Start, immer

Deutschland braucht Daniel Düsentriebs. Menschen, die keine Angst davor haben Neues auszuprobieren.

Foto: swisseventing

weniger legen der IHK durchdachte Konzepte vor. 46 Prozent haben nur vage Vorstellungen von ihrer Zielgruppe – acht Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Zu meist ist es das Motiv der drohenden Erwerbslosigkeit, der bei den Unternehmensgründungen der letzten Jahre Pate steht. Doch häufig gründen Arbeitslose nach IHK-Erfahrungen übereilt – die Düsentriebs unter ihnen sind mithin häufig unternehmerisch schlecht vorbereitet. Fast zwei Drittel der arbeitslosen Gründer können nicht erklären, warum Kunden ihr Produkt – und nicht das der Konkurrenz – kaufen sollten.

Finanzierung – wunder Punkt in vielen Businessplänen

Oftmals machen sich Gründer zu wenig Gedanken darüber, wie sie ihr Start-up finanzieren können. 44 Prozent schätzen die notwendigen Startinvestitionen und die laufenden Kosten zu niedrig ein. Unter den Gründern, die aus der Arbeitslosigkeit heraus starten, ist es sogar jeder Zweite. Ein unzureichendes Finanzierungskonzept legen 39 Prozent vor, unter den arbeitslosen Gründern sind es 46 Prozent. Angesichts der schwierigen Situation bei der Unternehmensfinanzierung und qualifikatorischer Mängel ist zu befürchten, dass viele Projekte mögliche Finanzierungspartner nicht überzeugen. Trotz fast 200 Förderprogrammen für Existenzgründer ist es damit nicht gelungen, in Deutschland eine Welle innovativer Gründungen anzustoßen. Die Entwicklung des Jahres 2009 war daher eher ein Strohfeuer – bedingt durch die im Zuge der Krise gewachsene Furcht vor Jobverlust. IHK-Existenzgründungsexperten erwarten für die kommenden Monate stagnierende, allenfalls noch leicht steigende Gründungszahlen. Folgendes muss geschehen, damit Deutschland mehr Daniel Düsentricks hervorbringt und sein unternehmerisches Potenzial besser ausschöpft:

1. „Unternehmertum“ an Schulen und Hochschulen verankern. Es gilt, junge Menschen für den „Beruf Unternehmer“ zu interessieren. Nicht nachvollziehbar ist da-

her, dass in vier von fünf gesellschaftswissenschaftlichen Schulbüchern das Thema „Unternehmertum“ fehlt. Bei ihrer Kampagne „Gründerland Deutschland“ sollte sich die Bundesregierung noch intensiver für mehr „Unternehmertum“ im Bildungssystem einsetzen. Wegen ihrer bildungspolitischen Kompetenz müssen dabei die Bundesländer gemeinsam mit der Bundesregierung voran gehen.

2. Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern. Kindererziehung und Familie müssen sich besser mit beruflicher Tätigkeit in Einklang bringen lassen. Dazugehört vor allem eine bessere Infrastruktur zur Kinderbetreuung. Betreuungszeiten, die bereits am frühen Nachmittag enden, werden heutzutage kaum einer Form der Erwerbstätigkeit gerecht – erst recht nicht der Führung eines Unternehmens.

3. Tragfähigen gesetzlichen Rahmen für Beteiligungskapital schaffen derzeitiger Gesetzeslage können ausländische Investoren nicht sicher sein, ob Beteiligungsgewinne zusätzlich zum Heimatland auch in Deutschland besteuert werden. Dies verunsichert potenzielle Investoren – und macht es innovativen Gründern schwer, Kapitalgeber zu finden.



Der Autor Dr. Marc Evers ist Referatsleiter für Existenzgründung, Mittelstand beim DIHK. Foto: DIHK

9. November 2010

Tag der Erfinder 2010

Vieles, was uns umgibt, hat seinen Anfang in einer Idee. Gute Ideen sind aber nicht immer auf Anhieb zu erkennen und je großartiger eine Erfindung ist, umso mehr wird der Erfinder anfangs oftmals belächelt. Aber: Gute Ideen setzen sich durch. Die Westfälische Wilhelms Universität Münster lädt ein, zum Kennenlernen neuer und alter patentierter Erfindungen.

9. November 2010, 12.15 Uhr bis 17.00 Uhr, Physikalischen Institut, Wilhelm-Klemm-Straße 10, Münster,

www.uni-muenster.de/AFO

4. Service aus einer Hand anbieten. Trotz Internet beklagen viele Gründer, dass Sie für die notwendigen Genehmigungen noch immer „von Pontius zu Pilatus“ rennen müssen. Für einen Service aus einer Hand stehen die IHKs: In ihren Startercentern wollen sie bundesweit neben einem umfassenden Gründerservice von Erstauskunft über Seminare bis zum Businessplan-Check auch die Gewerbeanmeldung anbieten. Die Länder Hamburg, Rheinland-Pfalz und Bayern ermöglichen den IHKs die rechtsgültige Gewerbeanzeige, die anderen Länder sollten folgen.

Dr. Marc Evers



Interview

Arm – aber Chef

Nach dem landläufigen Bild sind Chefs Menschen, die viel Geld und viel zu sagen haben. Aber es gibt auch Unternehmer, die viel Arbeit, viele Sorgen und dennoch wenig Geld haben.

„Existenzgründer Peter Meier hat es geschafft und einen gut gehenden Betrieb aufgebaut“ – diese Nachricht lesen alle gern. Weniger bekannt sind die Geschichten der Kleinst-Unternehmer, die gerade genug verdienen, um sich und ihr Unternehmen über Wasser zu halten.

Bisher hat sich die Wissenschaft vor allem mit den Erfolgsmodellen beschäftigt, eine grundlegende qualitative Analyse ist ausgeblieben. Die Soziologie-Professorin Prof. Dr. Andrea Bührmann von der Universität Münster hat sich mit den Umständen des so genannten „prekären Unternehmertums“ auseinandergesetzt. Bei ihrer Untersuchung hat sie Kleinunternehmer gefunden, denen es gutgeht, auch wenn die Chefs von Zukunftssorgen geplagt werden, und andere, die trotz subjektiv prekärer Lage zufrieden mit ihrem (Geschäfts-)Leben waren.

„Unternehmer beuten vor allem sich selbst aus“, stellt Prof. Dr. Andrea Bührmann fest.

? Wie sind Sie zum Schwerpunkt Ihrer Forschung gekommen?

! Ich habe mich schon seit langem mit dem Thema Frauen als Unternehmerinnen beschäftigt. Ich habe festgestellt, dass gerade



Frauen als Unternehmerin besonders häufig von Armut betroffen sind bzw. sich an der Grenze dazu bewegen. Darüber kam ich zum Thema „Prekarisierung des Unternehmertums“, von der natürlich männliche Kleinst-Unternehmer genauso betroffen sind. 2007 waren in Deutschland etwa 12 Prozent aller Beschäftigten selbstständig, was etwa 4,16 Millionen Selbständigen entspricht. Diese Zahl hat sich seit 2000 um 14 Prozent erhöht, und es sind hier vor allem Unternehmer ohne Beschäftigte, die sich selbstständig gemacht haben. Es bestimmen somit kleine und kleinste Gründungsprojekte das Gründungsgeschehen.

? Unternehmensgründung ist aber nicht zwangsläufig gleichzusetzen mit einer drohenden Prekarisierung.

! Natürlich nicht, aber viele Gründungen sind nicht nachhaltig, und etwa ein Drittel der Gründenden ist nach drei Jahren wieder verschwunden. Das trifft gerade auf Gründer zu, die aus der Arbeitslosigkeit kommen. Diese Erstgründer, aber auch die, die nach der Gründungsphase immer noch kurz vor der Insolvenz stehen, machen einen Großteil der von mir untersuchten Gruppe aus.

? Was bedeutet Prekarisierung in diesem Zusammenhang?

! Menschen leben und arbeiten in prekären, also heiklen, Verhältnissen, wenn sie sich



Typische Kleinunternehmen, die häufig ihren Inhaber kaum über Wasser halten, sind Taxiunternehmen oder Unternehmensgründungen aus der ethnischen Ökonomie heraus – wobei viele auch durchaus erfolgreich sind.

Fotos (3): van der Avoort, (1) Andre Bonn – Fotolia.com

in einem Schwebestadium zwischen Wohlstand und Armut bewegen. Doch gerade diese Schnittstelle wird von unterschiedlichen Gruppen unterschiedlich definiert und wahrgenommen. Das hat etwas mit Klassenzugehörigkeit, Geschlecht oder ethno-nationalem Hintergrund zu tun. Das hat sich auch bei unseren Fallstudien ganz deutlich herauskristallisiert.

? Was konnten Sie hier für Unterschiede feststellen?

! Obgleich Frauen oft sehr gut ausgebildet sind, sind gerade sie als Solo-Selbstständige stärker vom Prekariatsrisiko betroffen als ihre männlichen Pendanten. So haben Untersuchungen zur Berliner Einkommensstatistik beispielsweise herausgefunden, dass etwa zwei Drittel aller selbstständigen Frauen in der Hauptstadt weniger als 1250 Euro brutto verdienen. Übertragen auf Bundesebene sieht diese Zahl nicht viel anders aus.

? Sie haben Unternehmen in einer angespannten finanziellen Situation untersucht. Was haben die Studien gezeigt?

! Wir haben in unserer Untersuchung die ganze Lebenssituation und die eigene Einstellung zur Selbstständigkeit mit einfließen lassen und nicht nur auf das Einkommen geschaut. Unternehmer sind nämlich nicht nur Menschen, die andere „ausbeuten“, sondern vor allem sich selbst aus-

beuten. Das trifft in hohem Maße auf die kleinen Selbstständigen zu. Mit der Belastung und dem Stress gehen sie allerdings ganz unterschiedlich um.

? Wie unterscheiden sich die Formen prekären Unternehmertums?

! Ich möchte hier die objektive und subjektive Prekariatslage nennen. Jemand kann sich in einer objektiv heiklen Situation befinden und dies subjektiv gar nicht so wahrnehmen.

Familie S. beispielsweise betreibt einen Asienladen aus der ethnischen Ökonomie heraus, denn Zulieferer, Kunden und Produkte stammten anfänglich aus Asien. Die Familie war erfolgreich und hat einen weiteren Laden eröffnet. Alle Familienmitglieder arbeiten mit. Für deutsche Verhältnisse leben sie noch immer sehr bescheiden, schließlich muss von dem Laden eine große Familie ernährt werden. Verglichen mit den Umständen ih-

rer früheren asiatischen Heimat sind sie allerdings sehr erfolgreich. Die Familie befindet sich objektiv in prekären Einkommensverhältnissen, doch subjektiv fühlt sie sich wirtschaftlich abgesichert.

? Hier spielt der ethnische Hintergrund eine Rolle. Gibt es auch Beispiele, bei denen ideelle Gründe im Vordergrund stehen?

! In der Tat. Ein Einzelhändler für Naturkleidung, den wir befragt haben, möchte gar kein Wachstum erzielen. Das widerspricht natürlich dem Grundgedanken des Unternehmertums. Aber diesem Mann geht



Begleitung bei der Gründungsfestigung bietet das Mentoren-Netz Nord-Westfalen bei der IHK Nord Westfalen in Münster

Ansprechpartner: Christian Seega
Telefon 0251 707-246,
seega@ihk-nordwestfalen.de

Die nächsten Veranstaltungen des MentorenNetz Nord-Westfalen sind:

11. November 2010 in Münster
30. November 2010 in Münster-Hiltrup

Anmeldebogen unter www.ihk-nordwestfalen.de/p278

es um sein fair gehandeltes, nachhaltiges Produkt. Er ist sein eigener Chef und kann die Sachen machen, die ihm wichtig sind. Seine finanzielle Lage ist objektiv prekär, das ist aber von ihm selbst so gewollt, und er ist glücklich damit.

? Haben Sie auch Beispiele für gefühltes Prekariat gefunden?

! Wir haben etwa die Geschichte eines indischen Taxifahrers untersucht, der zwar ein einigermaßen gut gehendes Taxiunternehmen betreibt, aber trotz der finanziellen Absicherung für den Typus des gefühlten Prekariats steht. Er verdient gut, sieht sich aber mit massiven Zukunftssorgen konfrontiert.

? Lassen sich typische Ursachen für Prekariat im Unternehmertum feststellen?

! Einige Unternehmer beginnen sehr blauäugig und haben ihre Aktivitäten nur unzureichend dem Markt angepasst. An-

dere wiederum wollen ihr Arbeits- und Lebensmodell nicht aufgeben, und wieder andere haben sich mit ihrer prekären Situation arrangiert.

? Gibt es Wege, wie diese Leute aus ihrer prekären Lage herausfinden können und wie kann die Hilfe aussehen?

! Die gibt es, denn wenn diese Unternehmer nachhaltig Hilfe bekommen, können sie die Schwelle zum Prekariat überwinden und durchaus mit ihrem Unternehmen Erfolg haben. Ich habe vorher erwähnt, dass besonders nach der ersten Gründungseuphorie, also vielleicht im dritten bis fünften Jahr, die Lage oft prekär wird. Zwar findet am Anfang oft eine gute Beratung statt und die Gründer erfahren praktische Unterstützung, aber danach, bei der weiteren Förderung, sieht es dann schon anders aus. Diese Förderung gibt es zwar, aber oftmals wissen die Betroffenen überhaupt nicht, dass es sie gibt. Vielleicht muss dies des-

Buchtipps

Zum Weiterlesen:

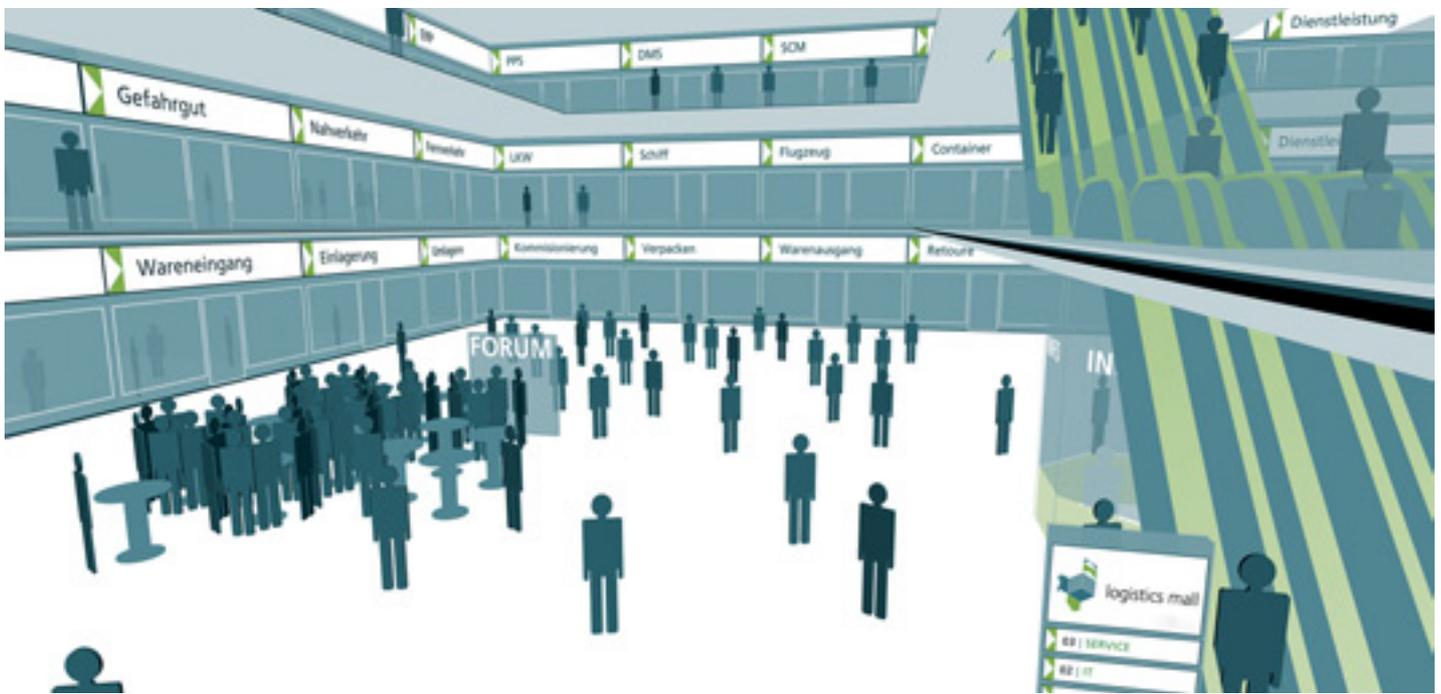
Bührmann, Andrea D. / Pongratz Hans J. (Hrsg.), *Prekäres Unternehmertum: Unsicherheiten von selbstständiger Erwerbstätigkeit und Unternehmensgründung*, Wiesbaden 2010.

halb von der Beratungsseite noch stärker als bisher kommuniziert werden.

? Was kann in der Beratung von Unternehmern anders gemacht werden?

! Unternehmertum präsentiert sich heute sehr vielfältig und bunt. Immer mehr Frauen und Migranten gründen. Beratung muss sich noch stärker der sich verändernden Wirklichkeit anpassen. Ich wünsche mir, dass diese Vielfalt als Chance für erfolgreiches Unternehmertum verstanden wird.

Birgit van der Avoort



Die Logata GmbH in Bocholt:

„So etwas hat es bislang nicht gegeben!“

Mit der WM GROUP in Bocholt haben sich die Brüder Löhr international einen Namen gemacht als Spediteure und Logistkdienstleister. Jetzt wollen sie ein neues Geschäftsfeld erschließen – ein virtuelles.

Speditionen haben etwas Handfestes: Sie transportieren Waren von A nach B. Das hat auch die WM Group in Bocholt gemacht und macht es noch. Der neue Tätigkeitsbereich der Bocholter ist weniger anschaulich, wird aber dafür womöglich noch erfolgreicher werden.

Von „WM“ zu „LB“

Die Entwicklung ist gerade erst abgeschlossen: Aus der WM GROUP GmbH ist die LB GmbH geworden, wobei das „LB“ für „Löhr Beteiligungen“ steht und auf das Familienunternehmen im Hintergrund verweist. Die neue Struktur basiert auf den Divisionen Logistik, IT, Produktion, Medien und Beteiligungen. Unter ihnen spielt die Division IT mit der Logata GmbH eine besondere Rolle für die Zukunft. „Als mein Vater mir und meinem Bruder das Unternehmen übergab, da waren wir Spediteure“, erinnert sich Matthias Löhr, geschäfts-

führender Gesellschafter der gesamten Unternehmensgruppe und maßgeblicher Motor des Wandels. „Vom klassischen Spediteur, der fast ausschließlich Fahrgeschäft betrieb, wurden wir im Laufe der Zeit zu Vollblut-Logistikern.“ Der Firmenaufbau vollzog sich zunächst – begleitet von zahlreichen Auszeichnungen wie dem „Entrepreneur 1998“ – besonders schnell, aber ansonsten analog zur Entwicklung der Branche.

Um den Jahrtausendwechsel herum aber forcierten vor allem Matthias und Hans-Wilhelm Löhr einen eigenen Weg: Während die Speditionsbranche sich in eine Richtung entwickelte, in der in erster Linie die schiere Größe das Überleben sicherte, erkannten die Brüder in Bocholt, welche Schlüsselfunktion die IT für diesen Bereich bald einnehmen würde und setzten konsequent auf eine entsprechende Spezialisierung.

Logistik und IT wurden die zwei großen, aber separaten Säulen der neuen Divisionsstruktur – die Logistik unter dem bekannten Namen WM GROUP, die IT unter dem Namen Logata.

Eröffnet: die Logistics Mall

„Für mittelständische Unternehmen, die mit Logistik zu tun haben, ist unsere Logata eine Denkschmiede“, führt Dirk Meyer aus, und sein Geschäftsführer-Kollege Andreas Brill ergänzt: „Viele unserer Ideen, Ansätze und Leistungen sind in die Logistics Mall geflossen.“

Diese Logistics Mall ist das Herzstück der zukünftigen Aktivitäten von Logata – und zahlreicher anderer Unternehmen. Bei dieser „Shopping Mall“ handelt es sich um ein besonderes Stück Architektur, denn es ist rein virtuell: Die Logistics Mall wird der zentrale Handels- und auch Realisierungs-

platz für Logistik-Software und -Dienstleistungen im Internet. Die werden durch neue Techniken und Systeme kundenindividuell abgestimmt - die Anwender zahlen nur, was sie auch nutzen. Kosten für Lizenzen, Updates, Migrationen oder Datenhaltung entfallen. „Über den Logistikbereich hinaus hat die Logistics Mall das Zeug dazu, die Art des Online-Handels grundlegend zu revolutionieren“, sagt Meyer. Entwickler dieses bahnbrechenden Projekts sind die Spezialisten vom Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik (IML) sowie vom Fraunhofer-Institut für Software- und Systemtechnik (ISST).

„Wir wollen es Anbietern wie Nutzern logistischer Leistungen so einfach wie nur irgendmöglich machen“, fasst Matthias Löhr zusammen. „Dabei legen wir Wert darauf, dass wir nur als neutraler Betreiber der Logistics Mall tätig werden: Sie ist ein absolut offener Marktplatz, kein Ort, den wir für unsere Produkte geschaffen haben, sondern Tummelplatz für eine Vielzahl von Anbietern aus dem Bereich Logistik.“

Vereinfachung der Logistik

Christian Rybak, als Geschäftsführer der gruppeneigenen LogAgency GmbH ebenfalls an der Entwicklung beteiligt, führt aus: „Hinter der Idee der Logistics Mall und

dem Cloud Computing, bei dem alle Anwendungen und Daten sozusagen im Internet statt auf eigenen Rechnern hinterlegt werden, stehen drei überaus interessante Aspekte. Zum einen eine enorme Effizienzsteigerung bei gleichzeitiger Kostensenkung durch Verlagerung der Prozesse ins Internet. Zum anderen völlig neue, kundenfreundlichere Lizenzmodelle durch das Cloud Computing. Und zum dritten die Interoperabilität. Gerade der letzte Punkt ist faszinierend: Wir schaffen ein Umfeld, in dem unterschiedliche Systeme sich unterhalten können und austauschen.“

Rybak, einst von Apple-Gründer Steve Jobs umworben, ist von dem Projekt begeistert: „Wir sprengen die Systemgrenzen: Etwas Ähnliches hat es bisher nicht gegeben!“ Das Ergebnis kann man sich in etwa so vorstellen: Der Nutzer besucht die Logistics Mall im Internet und stellt sich seine Wunschkomponenten zusammen - von Buchhaltungsmodulen bis zu verschiedenen Logistik-Systemen. Er erhält daraufhin Angebote, aus denen er sich eine individuelle Lösung zusammenstellen kann. Interessant ist vor allem, dass diese vereinfachte Anfrage auch dann zu einem Ergebnis führt, wenn kein fertiges Produkt vorliegt: Präsentiert wird dann, wer anhand vorliegender Bausteine eine entsprechende Lösung erstellen könnte.

Noch befindet sich die Logistics Mall am Anfang ihrer Möglichkeiten. In drei Schritten soll sie in den nächsten Jahren auf- und ausgebaut werden, von den jetzigen Funktionalitäten bis zu einer prozessbasierten Endausbaustufe, auf der Lösungswünsche nur grafisch skizziert werden müssen, um entsprechend entwickelt, kombiniert und konfiguriert zu werden.

Auch für Kleine

Dirk Meyer berichtet: „Die Resonanz auf unsere erste, zarte Auslobung der Mall war schlichtweg überwältigend, das Interesse ist riesengroß.“ Vor diesem Hintergrund könnten die langfristigen Perspektiven für die Logistics Mall als der Zukunftsplattform der Logistik kaum besser sein. Ein konkreter, entscheidender Faktor könnte dabei sein, dass bereits vorgefertigte Module deutlich preisgünstiger zu haben sein werden als die fertigen, meist recht unflexiblen Gesamtpakete, die zurzeit den Markt dominieren. Die Logata GmbH, so die Einschätzung ihrer Firmenleitung, hat damit all jene mittelständischen Unternehmen auf ihrer Seite, die sich den Einstieg in eine ebenso professionelle wie individuelle Logistik bislang nicht leisten konnten.

Michael Jakoby



Matthias Löhr (links) und Dirk Meyer revolutionieren. Nicht die Gesellschaft, aber die Welt der Logistik.

Fotos: Logata (2), Jakoby (1).

Wissen was weiterbringt

Gut ausgebildete Mitarbeiter und beständige Weiterbildung, die deren Fähigkeiten fördert und weiterentwickelt, gehören zu den wichtigsten Wettbewerbsfaktoren. Die Akademie der Wirtschaft bietet diese Weiterbildung in jährlich über 200 Seminaren und mehr als 300 Lehrgängen – hier eine Auswahl der Angebote in den nächsten Wochen. Weitere Lehrgangsanbieter finden Sie unter www.ihk-nordwestfalen.de/lehrgangsanbieter.

Absatzwirtschaft / Marketing

Telefonischer Umgang mit schwierigen Kunden

Ort: Bocholt Termin: 16. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Walter Hennig

Mehr Erfolg im Verkaufsaußendienst: Intensivtraining für Außendienstverkäufer

Ort: Münster Termin: 22./23. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 425,00 € Trainer/in: Dr. Klaus P. Beer

Besser verkaufen! Das IHK-Erfolgstraining für Mitarbeiter/innen im Verkauf. Baustein 5: Reklamationen und andere schwierige Situationen positiv gestalten

Ort: Münster Termin: 23. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Michael Bümmerstede

Arbeits- und Führungstechniken

Kundenorientierung und Business Knigge für Techniker, Ingenieure, Monteure und Handwerker vor Ort beim Kunden

Ort: Osnabrück Termin: 16. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Nikolaus Rohr

Seminar für Führungskräfte: Körpersprache

Oft verrät die nonverbale Kommunikation, die Körpersprache, viel mehr über einen Menschen als die verbale Kommunikation. Durch dieses Seminar lernen Firmeninhaber und Geschäftsführer, fremde Signale richtig zu deuten und eigene Signale bewusst einzusetzen. Die Führungskräfte haben die Möglichkeit die Übereinstimmung von Inhalt, Worten und Körpersprache zu verbessern und dadurch ihre Glaubhaftigkeit zu stärken. Ebenso werden die Teilnehmer in ihrer Wahrnehmung geschärft, um Andeutungen des Gegenübers zukünftig schneller zu erkennen. Die Sprache der Augen, der Händedruck, die Haltung der Arme, die Stellung der Füße, die Haltung von Oberkörper, Kopf etc. mit all diesen körpersprachlichen Signalen werden sich die Seminar-Teilnehmer genauestens auseinandersetzen, um ihre Körpersprache zu verbessern. Bei praxistauglichen Übungen können die Teilnehmer ihr Gelerntes anschließend unter Beweis stellen.



Mal verzweifelt, mal fröhlich
durch die Körpersprache trägt
man sein Inneres nach Außen.

Foto: fotolia / fotandry

Ort: Münster Termin: 25. 11. 2010, 9.00– 16.30 Uhr
Kosten: 200,00 € Trainer: Michael Schürkamp „Master me“

Büroorganisation und Selbstmanagement

Ort: Münster Termin: 18. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 170,00 € Trainer/in: Johanne Boekhoff

Körpersprache: Fremde Signale richtig deuten und eigene Signale bewusst einsetzen

Ort: Münster Termin: 25. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 200,00 € Trainer/in: Michael Schürkamp

Führungstraining für Produktions- und Betriebsleiter. Teil 2: Effektive Gesprächsführung unter Produktionsbedingungen

Ort: Münster Termin: 29./30. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 425,00 € Trainer/in: Dr. Klaus P. Beer

Projekte erfolgreich und effizient managen: Von der Planung bis zum Abschluss

Ort: Gelsenkirchen Termin: 2. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 200,00 € Trainer/in: Petra Lastering

Führungstraining für Produktions- und Betriebsleiter. Teil 3: Selbstorganisation und effektives Zeitmanagement

Ort: Münster Termin: 6. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 225,00 € Trainer/in: Dr. Klaus P. Beer

Besser sein im Sekretariat

Ort: Münster Termin: 7./8. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 400,00 € Trainer/in: Jutta Brück

Außenwirtschaft

Die neuen Zollverfahren:

ATLAS-Ausfuhr und Zugelassene Wirtschaftsbeteiligte (AEO)

Ort: Gelsenkirchen Termin: 25. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Drees / Weiss

Workshop Warenursprung und Präferenzen Neuerungen, Änderungen, Umsetzungsfragen

Ort: Münster Termin: 30. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Drees / Kleff

Ausfüllung und Aufbereitung der wichtigsten Exportsdokumente. Seminar für Neueinsteiger

Ort: Münster Termin: 1. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Wilhelm Kleff

Umgang mit Dokumenten-Akkreditiven und Akkreditiv-Dokumenten in Zeiten gestiegener Risiken

Ort: Osnabrück Termin: 1. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 180,00 € Trainer/in: Achim Gerlach

Zollvergünstigungen durch Präferenzen: Vermeidung von Zöllen durch die Inanspruchnahme von Präferenzregelungen

Ort: Osnabrück Termin: 7. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 170,00 € Trainer/in: Thomas Korfmacher

Betriebliches Rechnungswesen

Controlling in Klein- und Mittelbetrieben

Ort: Osnabrück Termin: 24./25. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 380,00 € Trainer/in: Michael Kress

Existenzgründung

Wie mache ich mich selbstständig? Existenzgründungsseminar

Ort: Münster Termin: 9. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 135,00 € Trainer/in: Jörg Tenwinkel

Finanzen und Steuern

Lohnsteuer- und Sozialversicherungsrecht aktuell: Neues aus dem Personalwesen

Ort: Osnabrück Termin: 23. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 170,00 € Trainer/in: H. J. Schlimpert

Erfolgreiche Inkasso- und Mahntelefonate – Damit der Kunde doch noch zahlt

Ort: Osnabrück Termin: 30. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: Dietmar Bouwmann

Steuern aktuell

Ort: Osnabrück Termin: 9. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 170,00 € Trainer/in: H. J. Schlimpert

Materialwirtschaft/Einkauf

Professionell verhandeln – erfolgreich einkaufen

Ort: Münster Termin: 7. 12./8. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 380,00 € Trainer/in: H. H. Krieger

Methoden der Kosten: Reduzierung im Einkauf

Ort: Münster Termin: 16. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: H. H. Krieger

Organisation, Revision, Verwaltung

Büroorganisation und Selbstmanagement

Ort: Münster Termin: 18. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 170,00 € Trainer/in: Johanne Boekhoff

Besser sein im Sekretariat

Ort: Münster Termin: 7./8. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 400,00 € Trainer/in: Jutta Brück

Personalwesen

Lohn- und Gehaltsabrechnung

Ort: Münster Termin: 16./17. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 340,00 € Trainer/in: Joachim Höfker

Arbeitsrechtliche Grundkenntnisse für die betriebliche Praxis: Von der Einstellung bis zur Beschäftigungsbeendigung

Ort: Münster Termin: 14./15. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 360,00 € Trainer/in: Herbert Wittchen

Recht

Haftungsrisiken des GmbH-Geschäftsführers

Ort: Münster Termin: 24. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: RA Horst Vogt

Arbeitsrechtliche Grundkenntnisse für die betriebliche Praxis: Von der Einstellung bis zur Beschäftigungsbeendigung

Ort: Münster Termin: 14./15. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 360,00 € Trainer/in: Herbert Wittchen

Besser verkaufen! – Reklamationen positiv gestalten

Für viele Fach- oder Führungskräfte eines Unternehmens ist es oft unangenehm, Reklamationen und Beschwerden von Kunden entgegen zu nehmen. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer Reklamationen und Einwände nicht als Schande anzusehen, sondern als Herausforderung zu begreifen und diese mit fachlicher und sozialer Kompetenz erfolgreich zu behandeln. Sie suchen gemeinsam nach passenden, positiven Formulierungen zur Konfliktentschärfung und nach individuellen Umsetzungsprogrammen für den professionellen Umgang mit schwierigen Situationen.



Achtung Reklamation! Bei diesem Thema muss man nicht immer rot sehen.

Foto: fotolia / Tim Tolia

Ort: Münster Termin: 23. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer: Michael Bümmerstede

Unternehmensführung

Haftungsrisiken des GmbH-Geschäftsführers

Ort: Münster Termin: 24. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 190,00 € Trainer/in: RA Horst Vogt

Seminar für Führungskräfte: Körpersprache, Fremde Signale richtig deuten und eigene Signale bewusst einsetzen

Ort: Münster Termin: 25. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 200,00 € Trainer/in: M. Schürkamp

Führungstraining für Produktions- und Betriebsleiter.

Teil 2: Effektive Gesprächsführung unter Produktionsbedingungen

Ort: Münster Termin: 29./30. 11. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 425,00 € Trainer/in: Dr. K.P. Beer

Führungstraining für Produktions- und Betriebsleiter.

Teil 3: Selbstorganisation und effektives Zeitmanagement

Ort: Münster Termin: 6. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 225,00 € Trainer/in: Dr. K. P. Beer

Seminar für Führungskräfte: Veränderungskompetenz aufbauen, sich selbst und andere durch Veränderungen führen

Ort: Gelsenkirchen Termin: 15. 12. 2010, 9.00–16.30 Uhr
Kosten: 200,00 € Trainer/in: Andrea Probatzki

Das Weiterbildungs-Team

Für Münster, Gelsenkirchen und Bocholt:
Christina Gaertner, Telefon 0251 707-318, Telefax 0251 707-377,
cgaertner@ihk-nordwestfalen.de

Für Osnabrück, Nordhorn und Lingen:
Marlene Blaauw, Telefon 0541 353-473, Telefax 0541 2020593,
blaauw@osnabrueck.ihk.de

Für Bielefeld:
Heike Sieckmann, Telefon 0521 554-105, Telefax 0521 554-119,
heike.sieckmann@ihk-akademie.de

www.ihk-bildung.de

Vorschau

Wirtschaftsspiegel im Dezember

Ausgabe 12/2010

Redaktionsschluss: 15. November

Anzeigenschluss: 8. November

Erscheinungstermin: 8. Dezember

Titelthema: Der gute Arbeitgeber

Verlags-Spezial:

Sicherheit im Unternehmen

Starke Marken – starke Macher

Der Arbeitgeber als Marke

„Ich arbeite jetzt bei Bertelsmann“. Klingt klasse. Wie können kleinere, aber nichtsdestotrotz attraktive Arbeitgeber – noch dazu im ländlichen Raum – Fachkräfte auf sich aufmerksam machen und für sich gewinnen? Der Wirtschaftsspiegel spricht mit Unternehmern, die sich längst nicht mehr darauf beschränken, auf Bewerbungen zu warten.



Karikatur: Dirk Meissner

Ja, ist denn schon Weihnachten?!

„Lost Christmas“

In den letzten Tagen haben viele Menschen kurz die Orientierung verloren: Manche sahen Gestalten in Kostümierungen und wähten sich schon im Karneval, bis sie die Erkenntnis durchzuckte: Nein, das ist ja dieses importierte Brauchtum, die „Halloween“-Feier. Nun ist es im Zweifelsfalle nicht tragisch, dieses Fest zu vergessen: Wenn abends im Dunkeln ein paar Fratzen vor der Tür stehen und man das Datum vergessen hat, ist das Erschrecken umso echter.

Ein anderes Fest aber, das ständig aus tausenden von Lotus-Notes-Kalendern verschwindet, ist Weihnachten. Warum sonst stehen alljährlich tausende von Männern kurz vor Weihnachten. in den Parfümerien, überrascht, dass dieses Fest tatsächlich wieder auf den 24. 12. fällt?

Fraglich allerdings, ob dieses Phänomen tatsächlich der Ausgangspunkt für das Angebot eines „Weihnachts-Event-Planers“ aus Bad Neuenahr ist, der als Weihnachtsfeier für Betriebe unter an-

derm „LOST Christmas“ anbietet. Das ist, so die Firma, ein „Mystery ADVENTURE“ Dieses Erlebnis gibt es wahlweise auch als „Schock-Version, die allen Teilnehmern das Gefühl vermittelt, einen Horrorfilm live mitzuerleben. Nach zweieinhalb Stunden ist der Spuk vorbei, und alle dürfen sich auf das abschließende Weihnachtsdinner freuen“ – Ähnlichkeiten mit real existierenden Familienfeiern sind rein zufällig.

– haa –

Impressum

Amtliches Mitteilungsblatt der
Industrie- und Handelskammer
Nord Westfalen, 84. Jahrgang
1. November 2010
Auflage: 54.400


**wirtschafts
spiegel**

Herausgeber und Eigentümer:
IHK Nord Westfalen, Postfach 40 24,
48022 Münster, Sentmaringer Weg 61,
48151 Münster, Telefon 0251 707-0,
www.ihk-nordwestfalen.de
– zertifiziert durch
Germanischer Lloyd Certification GmbH
nach DIN EN ISO 9001:2000 –

Namentlich gekennzeichnete Beiträge
geben nicht unbedingt die Meinung der
IHK Nord Westfalen wieder.

Der Gesamtausgabe liegt eine Beilage
der Fa. Schulze-Wenning, Münster, bei.
Einem Teil unserer Ausgabe liegen Bei-
lagen der Fa. Barrique, Rheine, und der
Fa. Osnatel, Osnabrück, bei.
Wir bitten unsere Leser um freundliche
Beachtung.

Redaktion:
Guido Krüdwagen (verantwortlich),
Ingrid Haarbeck, Berthold Stein,
Britta Zurstraßen,
Telefon 0251 707-319,
E-Mail: wirtschaftsspiegel@
ihk-nordwestfalen.de

Redaktion Verlagspeziale:
words and more GmbH, Birgitta Raulf,
Telefon 0251 690-9251,
Telefax 0251 690-9259,
E-Mail: info@wordsandmore.de.

Verlag, Druck und Anzeigenservice:
Aschendorff Media & Sales,
ein Geschäftsbereich der Aschendorff
Verlag GmbH & Co. KG, 48135 Münster,
Anzeigen: Lars Lehmannski (verantwort-
lich), Anzeigenservice/Disposition:
Telefon 0251 690-571, Telefax 0251
690-804801, Anzeigenverkauf und
-beratung: 0251 690-592,
E-Mail: zeitschriften@aschendorff.de.
Zurzeit ist die Preisliste Nr. 38 vom
1. 1. 2010 gültig.

Der Wirtschaftsspiegel wird den IHK-
Zugehörigen kostenlos geliefert. Nicht
beitragspflichtige IHK-Zugehörige
können ihn kostenfrei bestellen. Als
kostenpflichtiges Abonnement ist er
für jeden erhältlich: Bestellungen zum
Jahrespreis von 19,80 Euro für elf
Ausgaben beim Verlag Aschendorff,
Telefon 0251 690-139, E-Mail:
buchverlag@aschendorff.de.