

Chefsekretärinnen
Von wegen
nur „Tippse“

Hülshorst Feinkost
Die Fleischveredler
aus Harsewinkel

Fachthema
Energieeffizienz
Umweltschutz



Dezember 2016

Ostwestfälische **W**irtschaft



Online-Shopping boomt

Wie der Einzelhandel
Schritt halten kann

DIE WELT IM SINN.



Unsere Teams „Internationales Geschäft“ und „Zins- und Währungsmanagement“ am Flughafen Paderborn-Lippstadt

Internationales Geschäft mitten in der Heimat

Die ostwestfälische Wirtschaft ist längst auf den Weltmärkten zu Hause. Und deshalb sind wir es als Hausbank auch. Ob Auslandszahlungsverkehr, Dokumentengeschäft, Lösungen für die internationale Handelsfinanzierung, Spezialwissen über Länder, Zahlungs- und Lieferbedingungen oder ein aktives Währungsmanagement, um Import- und Exportgeschäfte abzusichern – unsere Teams „Internationales Geschäft“ und „Zins- und Währungsmanagement“ begleiten Sie und Ihre Mitarbeiter persönlich, schnell und zuverlässig mit Fachwissen und langjähriger Erfahrung ins Ausland. Und dies tun sie nicht von Frankfurt, Hamburg oder Düsseldorf aus. Unsere Spezialisten arbeiten unmittelbar an Ihrer Seite und erschließen gemeinsam mit Ihnen neue Wachstumsmärkte vom Standort „Heimat“ aus, in Paderborn, Höxter, Detmold und Bielefeld. Nähe schafft mehr denn je Vertrauen – erst recht im internationalen Geschäft.

www.volksbank-phd.de

www.bankverein-werther.de

Die Ostwestfälische Wirtschaft mit neuem Gesicht. Eine gute Nachricht.

Es gibt wohl wenige Branchen, in denen der Wandel der letzten Jahre so umfassend war wie in der Medienbranche. Gedruckte Zeitungen und Zeitschriften stehen im Wettbewerb zur immer größer und unüberschaubar werdenden Flut an Informationen im weltweiten Netz. Für die Medienwelt des gedruckten Wortes bedeutet das, dass sie sich möglichst attraktiv dem Leser präsentiert. Daher war es auch an der Zeit, die Ostwestfälische Wirtschaft, die Mitgliederzeitschrift Ihrer IHK, neu zu gestalten und die Inhalte leserfreundlicher zu ordnen. Zuletzt war das 2008 geschehen.

Die „OWi“, wie unsere Mitarbeiter sie kurz nennen, hat gegenüber dem Internet ganz entscheidende Vorteile. Sie kommt bequem und pünktlich zum Monatswechsel in die Betriebe der Region. Sie liefert nützliche Informationen über die wesentlichen Geschehnisse in der ostwestfälischen Wirtschaft und ihrer IHK. Sie greift Chancen und Gefahren auf, die für die heimische Wirtschaft von Relevanz sind. Kein mühsames Suchen im Netz. Finden statt Suchen ist das Leitmotiv unserer Zeitschrift.

Sie, liebe Leser, haben unsere Arbeit stets belohnt, denn es gibt keine Wirtschaftszeitschrift, die bei Entscheidern eine höhere Reichweite hat als die IHK-Magazine, wie unabhängige Studien zeigen.

Damit Sie auch weiter Freude an der Lektüre der „OWi“ haben, erscheint sie ab dieser Ausgabe in einem moderneren Gewand. Wir berichten über Unternehmen und Märkte, Politik und Standort, Aus- und Weiterbildung möglichst so, dass Sie Ansatzpunkte entdecken, Ihre Aufgaben besser, zumindest jedoch besser informiert zu erfüllen. Neben einer übersichtlichen Struktur haben wir den optischen Aufbau der Texte moderner gestaltet, die Bedeutung von Bildern erhöht und mehr Grafiken zur schnellen Info eingefügt. Die Wirtschaft Ostwestfalens ist unsere Mission. Alles, was Sie in den Unternehmen stärkt, stärkt Ostwestfalen. Lassen Sie uns wissen, ob Ihnen die neue „OWi“ gefällt. (vdh@ostwestfalen.ihk.de)



Dr. Christoph von der Heiden,
IHK-Geschäftsführer



22

Das Geschäft mit dem Klick

Der Online-Handel in Deutschland boomt, in diesem Jahr ist ein Umsatz von 44 Milliarden Euro prognostiziert. Gleichzeitig steigen die Wünsche der Kunden an die Shop-Betreiber: Auch online muss das Einkaufserlebnis stimmen. Und im Kreis Höxter startet ein eigener Marktplatz.

UNTERNEHMEN UND MÄRKTE

- 04 | Chefsekretärinnen:
Von wegen nur „Tippse“
- 08 | Wortmann AG aus Hüllhorst spendet an
Mühlenkreisklinikum
Commerzbank-Studie beleuchtet
Stimmung bei Unternehmen in der
Region
- 09 | Kreativwirtschaft der Region stellt sich
mit Portfolios und Fachartikeln vor
- 10 | Vauth-Sagel eröffnet neue
Ausstellungsfläche in Brakel-Erkeln
Betzemeier verlängert Zusammenarbeit
mit Renault
Medium Werbeagentur erhält German
Desing Award
- 11 | Relax Guide 2017: „Gräflicher Park Grand
Resort“ erstmals unter den Top-Ten
- 12 | Bielefelder Bürgerstiftung erhält zwei
Siegel des Bundesverbandes Deutscher
Stiftungen

- 13 | Hanfwolf plant bereits weiteren
Hallenneubau mit 3.000 m² Fläche
- 14 | Trendforscherin Barbara Busse:
„Echte Innovationen polarisieren“
- 16 | TUI baut Angebot am Paderborn-
Lippstadt Airport deutlich aus
Wir Gratulieren
- 17 | Lohmann aus Kirchlengern investiert
zwei Millionen Euro
- 18 | Bielefelder Unternehmen Oltrogge
überreicht Scheck über 17.555 Euro
- 19 | Stadtmarketing gibt Logo für die
Nutzung durch Private frei
Hämmerling nimmt neue Halle in
Betrieb
- 20 | Personalien
- 21 | Grafik des Monats
- 22 | Was, wann, wo in Ostwestfalen
- 23 | Terminticker

TITELTHEMA

- 24 | Das Geschäft mit dem Klick
- 30 | Wenn Tennisbälle ins Netz gehen
- 32 | Keine Chance fürs Abmahn-Geschäft
- 33 | Online-Recht – kurz und knapp
- 34 | „Digitalisierung darf nicht an der
Ladentür aufhören“

POLITIK UND STANDORT

- 37 | Pro & Kontra: Mehr Freihandel durch
CETA und TTIP?
- 38 | Südkorea: Auf dem Weg vom „Fast
Follower“ zum „First Mover“
- 40 | „Großbritannien ist nur ein relativ kleiner
Logistikpartner“
- 42 | Meinung: US-Wahl – eine echte
Überraschung
Universität Bielefeld beruft neue
Professoren – Persoanaloffensive startet
- 44 | 6. IHK-Forum Kommunikation zur digi-
talen Welt mit 130 Teilnehmern gut besucht



04

Von wegen nur „Tipps“

Kaffee kochen und zum Diktat antreten war gestern – Chefsekretärinnen gelten als die Informationszentren der Unternehmen.



68

Die Fleischveredler

Feinkost aus Harsewinkel produziert in zweiter Generation Fleisch-Convenience. Einblicke in die Fleischbranche.



72

Weihnachtsartikel Made in Ostwestfalen

Nussknacker mit Schalenfang, Weihnachtsschokolade oder Gebäckspezialitäten – viele heimische Unternehmen aus Ostwestfalen produzieren Nützliches & Leckeres zum Fest.

- 45 | Drei Unternehmen für Engagement ausgezeichnet – 28 Firmen haben sich beworben
- 46 | Dr. Oetker Preis geht für herausragende Forschungsergebnisse an zwei Nachwuchswissenschaftler
- 47 | BDA-Hauptgeschäftsführer Stefan Kampeter fordert mehr Engagement von Unternehmern
- 48 | Verein Kunststoffe in OWL tagt in Fachhochschule Bielefeld und zeichnet Veränderungen in der Kunststofftechnik aus
- 49 | FDP-Chef Christian Lindner als Gast beim Lunch der Wirtschaftsunioren Ostwestfalen

AUS- UND WEITERBILDUNG

- 52 | Neuer Wind in der Bildungslandschaft
- 52 | Regionale Handlungspläne für den Ausbildungsmarkt
- 53 | Meinung: Handlungspläne auf Fakten reduzieren
Weg in die Ausbildung schaffen

- 54 | Kurz vorgestellt
Seminare, EDV, Lehrgänge,
Fit in die Ausbildung

IM PORTRÄT

- 68 | Die Fleischveredler
- 70 | Die Durstlöcher
- 72 | Made in Ostwestfalen

RUBRIKEN

- 01 | Standpunkt
- 22 | Termine
- 56 | Servicebörse
- 56 | Impressum

FACHTHEMA

- 57 | Energieeffizienz | Umweltschutz



Damit Ihre Ideen funktio- nieren!

Systemlösungen,
Sondermaschinen
und Werkzeuge
für Ihre Blechbe-
arbeitung.



Da, wo es drauf ankommt.

Ottemeier Werkzeug- und
Maschinentechnik GmbH
Kapellenweg 45 · 33415 Verl-Kaunitz
Fon 05246 9214-0 · Fax 05246 9214-99
m.esken@ottemeier.com
www.ottemeier.com



Halten dem Vorstandsvorsitzenden
der Sparkasse Bielefeld,
Dr. Dieter Brand, den Rücken frei
Die Chefsekretärinnen
Vera Wenske (links) und
Kerstin Grotendiek.

Von wegen nur „Tippse“

Kaffee kochen und zum Diktat antreten war gestern – **Chefsekretärinnen** gelten als die Informationszentren der Unternehmen, lenken ihre Firmen-Chefs durch das Arbeitsleben. Trotzdem haben sie mit vielen Klischees zu kämpfen. Vier von ihnen berichten über ihren Arbeitsalltag, den Wandel des Berufsbilds und Notfallschubladen.

Von ihrem Schreibtisch aus hat Vera Wenske einen wunderbaren Blick auf Bielefeld bis hin zum Teutoburger Wald. Doch die Aussicht vom sechsten Stock der Hauptzentrale der Sparkasse Bielefeld kann sie selten genießen. Ihre Augen sind auf den Computer-Monitor gerichtet. Ihr Chef, Dr. Dieter Brand, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse Bielefeld, benötigt umgehend ein Protokoll des vergangenen Kredit-Komitees. Die 37-Jährige schickt die Unterlagen sofort per Mail los. Danach müssen die nächsten Dienstreisen organisiert werden. Zwischendurch klingelt immer wieder das Telefon – Stress bestimmt den Arbeitstag. Vera Wenske ist Sekretärin – Chefsekretärin. „Ich habe meinen Traumjob gefunden“, strahlt die verheiratete Mutter: „Die Tätigkeit ist abwechslungsreich und lässt keine Langeweile aufkommen.“ Die gelernte Bankkauffrau erzählt, dass sie im März 2006 ihre Weiterbildung zur Sparkassenbetriebswirtin erfolgreich absolviert habe. Direkt im Anschluss daran sei sie ins Vorstandssekretariat in die Schweriner Straße gewechselt. Seit Dezember 2014 ist sie als Chefsekretärin tätig. Pro Tag führt sie bis zu 50 Telefonate, beantwortet etwa 30 E-Mails. Bei externen Telefongesprächen überprüft sie immer, ob der Anrufer wirklich mit Dr. Brand verbunden werden muss oder ob auch die jeweilige Fachabteilung Auskunft geben kann. Denn nicht jede Information stelle für ihren Chef einen Mehrwert dar. Auf dessen Mail-Konto hat sie vollständigen Zugriff. „Ich sortiere die elektronische Post, lösche Unwichtiges selbständig“, sagt die Chefsekretärin. Oft ist sie im Gebäude unterwegs. Vertrauliche Dokumente müssen in andere Abteilungen und Stockwerke des Hauses gebracht werden. Mehrmals am Tag sucht sie die Poststelle im Untergeschoss auf. Wenske verrät: „Weil eine Chefsekretärin auch gut zu Fuß sein muss, trage ich ausschließlich flache Schuhe.“ An ihrem Arbeitsplatz erstellt sie täglich einen Pressespiegel, speichert wichtige Berichte auf dem iPad des Vorstandsvorsitzenden. Ihre Vertreterin bei Urlaub oder Krankheit ist Kerstin Grotendiek, die sonst bei Dieter Huß im Vorstandsstab und Personalservice arbeitet. Die 51-jährige zweifache Mutter erinnert sich an die Anfänge des digitalen Zeitalters bei der Sparkasse: „1984 stand bei uns gerade mal ein PC in der Ecke. Nach und nach wurden es mehr. Sowohl die Korrekturtaste als auch die Speicherfunktion waren für uns damals tolle

Notfall- schublade mit Aspirin und Näh-Set

Innovationen. Durch die Digitalisierung hat sich unser Berufsbild komplett gewandelt“, erzählen die beiden Chefsekretärinnen unisono. Die heutige Arbeitsweise sei viel umfangreicher und schnelllebiger geworden. Heute würden E-Mails den ganzen Tag hin und her sausen.

ABSOLUTE VERSCHWIEGENHEIT

Chefsekretärin – kaum ein anderer Job ist in der informellen Firmenhierarchie so weit



oben angesiedelt. Wenske sowie ihre Kollegin Grotendiek haben Zugang zu streng vertraulichen Informationen. Absolute Verschwiegenheit sei ihr oberstes Gebot. Ängste, etwas falsch zu machen, hätten beide nicht: „Fehler sind menschlich, können passieren. Dass sie uns nicht ins Mark treffen, liegt am offenen Umgang unseres Chefs.“ Wenn etwa ein Präsent für einen Geschäftstermin fehle, nehme es Dr. Brand mit Humor.

Kaffee kochen, den neuesten Büroklatz austauschen und Fingernägel lackieren – Klischees, die längst überholt sind. Nur eines

gebe es immer noch: die Notfallschublade mit Aspirin, Pflaster, Ersatzkrawatte und Näh-Set. „Einmal hat Dr. Brand kurz vor einem wichtigen Termin den mittleren Knopf seines Sakkos verloren. Ich sollte schnell den Ersatzknopf annähen. Weil ich so nervös war, habe ich mir mit der Nadel in den Finger gestochen. Dr. Brand beruhigte mich. Und ein wenig später saß der Knopf wieder fest am Jacket“, erinnert sich Wenske und lacht. Zum Abschluss betonen beide Sparkassen-Damen noch, dass Chefsekretärinnen unbedingt ein bestimmtes Naturell bräuchten: „Wir müssen gute Laune verbreiten, entscheidungsfreudig sein, zudem leiden wir an einem Helfersyndrom. Diese Anforderungen würden eher durch Frauen erfüllt. Deshalb und wegen begrenzter Aufstiegschancen gibt es im Berufsfeld einen Männermangel.“

Beim international tätigen Bielefelder Familienunternehmen Böllhoff lenkt Karin Höllig den Arbeitsalltag für einen der beiden geschäftsführenden Gesellschafter. „Ich halte

meinem Chef so gut es geht den Rücken frei, damit er sich auf wesentliche strategische Fragestellungen konzentrieren kann“, erklärt die Chefsekretärin. Sie bezeichnet ihren Beruf als Informationszentrale, „schließlich bin ich tagsüber immer zu erreichen und koordiniere den Informationsfluss“. Neben der Korrespondenz und dem klassischen Büromanagement nimmt die Reiseplanung einen großen Teil ihrer Arbeitszeit in Anspruch.

Zweimal jährlich finden mehrtägige internationale Konferenzen statt, „die mit langer Hand vorbereitet werden müssen“. Außerdem ist aus



Ihren Traumjob gefunden Isabell Rink.

den weltweiten Böllhoff-Gesellschaften immer mal jemand in der Zentrale in Bielefeld zu Besuch. „Entweder zu Schulungen und Tagungen oder aber, um Kunden zu besuchen“, erklärt Höllig.

„Im Sekretariat zu arbeiten heißt fast immer, dass viele Dinge gleichzeitig erledigt werden müssen“, berichtet die Chefsekretärin und zählt auf, was in kurzer Zeit alles anliegen kann: „Anrufe entgegen nehmen, den dringenden Wunsch des Vorgesetzten, eines Besuchers oder eines Kollegen erfüllen und an einer Präsentation weiter arbeiten, die bis zum Mittag fertig werden soll. Ja, und wenn dann noch ein Kunde den bestellten Artikel unbedingt eine Woche vor dem eigentlichen Liefertermin braucht und dies der Unternehmensleitung mit Nachdruck mitteilen möchte, dann wird es schon mal eng – denn die gerade begonnene Präsentation muss doch bis Mittag fertig sein.“

Grundsätzlich sei eine Sekretärin immer bestrebt, Fehler zu vermeiden – die kleinen und die großen sowieso. Das Erlebnis mit dem größten Schock-Effekt war in Hölligs Arbeitsleben der vergessene Reisepass in den sonst gut sortierten Unterlagen für eine Südamerika-Reise ihres Chefs, die an einem Samstag starten sollte. Da eine Aufgabe jedes Vorgesetzten das Controlling ist, habe es Herr Böll-

hoff noch rechtzeitig bemerkt. Ihr sei ein Stein vom Herzen gefallen.

„Wie in allen modernen Unternehmen nutzen wir für unsere Arbeit im Sekretariat auch moderne IT-Anwendungen, die uns bei den wichtigsten Tätigkeiten unterstützen“, sagt Höllig und ergänzt: „Um hier immer auf dem Laufenden zu bleiben, haben wir unter anderem die Möglichkeit, die zahlreichen ‚Inhouse‘-Weiterbildungsangebote des Unternehmens Böllhoff zu nutzen.“

Dann erläutert sie den Unterschied zwischen der Tätigkeit einer Sekretärin und der Hauptaufgabe eines Assistenten: „Die Tätigkeit der Sekretärin umfasst die zeitintensive Administration, wobei die Aufgabe eines Assistenten hauptsächlich in der Analyse- und Projektarbeit liegt.“

MIT STUDIUM ODER KAUFMÄNNISCHE AUSBILDUNG

Immer mehr Chefsekretärinnen größerer Betriebe haben studiert oder eine kaufmännische Ausbildung mit diversen Zusatzqualifikationen. Höllig selbst hat ein Diplom der Betriebswirtschaft. Nach dem Studium habe sie zuerst als Programmiererin für die Fertigungssteuerung eines Maschinenbauers gearbeitet. Sie zog nach Bielefeld und kam zum Unternehmen Böllhoff, wo sie im vergangenen Jahr ihr 25-jähriges Firmenjubiläum beging.

Ortswechsel – in die 300 Quadratmeter große Büroetage der Bielefelder Founders Foundation, einem Projekt der Gütersloher Bertelsmann Stiftung. Holzfußboden ist im lichtdurchfluteten Großraumbüro der „Startup-Initiative“ verlegt. Die Espresso-Maschine steht auf einer Theke, in der Ecke ein Kühlschrank mit Kult-Getränken wie Afri-Cola. In diesem Ambiente arbeitet Isabell Rink als leitende Assistentin des Geschäftsführers Sebastian Borek. Sie selbst bezeichnet sich als „Executive Assistant to CEO“. „Schon während meiner Lehre bei Bertelsmann fand ich den Bereich Vorstandsassistenz besonders spannend. Ich habe schnell gemerkt, das ist genau mein Ding“, betont Rink. Sie habe sich schon als Azubi weitergebildet, an einem IHK-Seminar zum Knigge-Trainer teilgenommen. Nach dem Ende ihrer Lehre habe sie drei Monate im Sekretariat der Geschäftsleitung der Bertelsmann Stiftung in Gütersloh gearbeitet. Hier sei sie in ihrem Element gewesen.

Die 29-jährige Industriekauffrau für Medien und Verlagswesen managt den Arbeitsalltag ihres Chefs. Die Founders Foundation gibt es erst seit dem 1. Februar dieses Jahres. „Der Aufbau der Gründer-Initiative erfordert eine Menge Fleiß. Es ist für mich eine echte Herausforderung“, erklärt Rink. Mit Startphasen allerdings kennt sie sich aus. Ab 2009 habe sie für mehrere Jahre als Teamassistentin in Berlin für die neugegründete Bertelsmann-Tochter BMG Rights Management GmbH gearbeitet. Anschließend war sie als Assistentin für den deutschen Geschäftsführer Fred Casemir tätig, betreute Musikgrößen wie Sängerin Nena. Nun dreht es sich in ihrem Berufsleben nicht mehr um „99 Luftballons“, sondern um Startups und Business Angels. „Ich bin eng in unser Eventmanagement eingebunden, organisiere Gründungs-Veranstaltungen für die Founders Akademie, plane das Catering und die Anreise der Referenten, bestelle die Technik, fertige den Ablaufplan an“, gibt Rink Einblicke in ihre Tätigkeit.

NÄCHSTER KARRIERESCHRITT WARTET

Ihr Aufgabengebiet gehe weit über rein administrative Aufgaben hinaus. Sie bereitet auch Präsentationen für ihren Chef vor, den sie überrigens duzt. „Ich arbeite hier sehr eigenverantwortlich“, freut sich Rink und nennt den Grund: „In unserem sechsköpfigen Team herrscht eine Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien. Wenn ich Synergien im Arbeitsprozess sehe, spreche ich diese offen an.“

An der Digitalisierung schätzt Rink die Schnelligkeit des Informationsaustauschs. „Aber Privates und Berufliches vermischen sich immer mehr. Mit meinem Diensthandy habe ich eine ganz andere Erreichbarkeit. Auf der Heimfahrt im Auto nach Gütersloh oder zu Hause erhalte ich manchmal spät abends noch berufliche Anrufe.“ Doch das gehöre einfach zum Job dazu. Eine Stechuhr gäbe es nicht. Es basiere alles auf Vertrauen. Auf Isabell Rink wartet schon bald eine neue Herausforderung. Ihr nächster Karriere-Schritt: Projektmanagerin im Online-Bereich. Zum Abschluss des Gesprächs sagt sie noch mit einem Augenzwinkern: „Ohne uns kann kein Chef glänzen.“ Chefsekretärin – ein anspruchsvoller Beruf, der zeigt – von wegen nur „Tipps“.

G.W.

Daniel Münzberg, IHK

In Wachstum investieren.
Und den Betrieb am Laufen halten.



BESTE

PRODUKTE & ANGEBOTE

Deutsche Bank

Handelsblatt

Beste Geschäftskundenbanken
Im Test: 6 überregionale Banken
handelsblatt.com · 11.10.2016

DKI
Deutsches Kreditinstitut
100 Jahre 1918-2018

Die Finanzierung dazu hat mein
Geschäftskundenberater.

Als Ihre Hausbank prüfen wir mit Ihnen Finanzierungsmöglichkeiten
für Ihre geschäftlichen Ideen und Liquiditätsanforderungen –
wie das InvestitionsDarlehen, die BusinessKreditlinie oder den
Geschäftskredit Online.

deutsche-bank.de/gewerbliche-finanzierung

Unser Wissen für Ihr Unternehmen.



Mediziner Ausbildung unterstützt

Wortmann AG aus Hüllhorst spendet an Mühlenkreisklinikum

Zum Abschluss der Hausmesse „Solutions 2016“ und der Feierlichkeiten des 30-jährigen Jubiläums der Wortmann AG übergab Firmengründer Siegbert Wortmann einen Scheck in Höhe von 60.000 Euro an Dr. Kristin Drechsler, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Mühlenkreiskliniken, sowie Mario Bahmann, Geschäftsführer des Johannes-Wesling-Klinikums (JWK). Das ostwestfälische IT-Unternehmen spendete den Erlös aus der Tombola-Aktion der Hausmesse dem Johannes-Wesling-Klinikum in Minden für die Ausbildung junger Ärzte. Das JWK kooperiert mit der Uniklinik Ruhr-Universität Bochum in der Mediziner Ausbildung. Die WORTMANN AG ist mit rund 620 Millionen Euro Umsatz in 2015 eines der nach Firmenangaben erfolgreichsten unabhängigen deutschen IT-Unternehmen. Als Hersteller, Distributor und Cloud Partner bedient die WORTMANN AG mit ihren mehr als 550 Mitarbeitern über 10.000 Fachhändler und Systemhäuser in ganz Europa. Die Marke

TERRA, mit ihren PCs, Notebooks, Server, Storage, ThinClients und LCDs, wird in Deutschland assembliert und verfügt über ein eigenes Partnerservicenetzt sowie ein zentrales Servicecenter am Produktionsstandort. Die

WORTMANN AG betreibt zudem ein Rechenzentrum in Deutschland und bietet als Cloud OS Networkpartner von Microsoft verschiedene Services für den Mittelstand in Deutschland an. [UW](#)



Junge Ärzte sollen in Minden ausgebildet werden
Siegbert Wortmann (links) überreichte den Spendenscheck an Dr. Kristin Drechsler und Mario Bahmann. Das Johannes-Wesling-Klinikum ist seit Juli dieses Jahres Universitätsklinikum der Ruhr-Universität Bochum.

Wirtschaft ist optimistisch

Commerzbank-Studie beleuchtet Stimmung bei Unternehmen in der Region

Die Stimmung ist bei der Mehrheit der Freiberufler, Gewerbetreibenden und Handwerker aus Ostwestfalen-Lippe deutlich besser als im Vorjahr und im Bundesdurchschnitt: 85 Prozent von ihnen bewerten die Entwicklung ihrer Branche als sehr gut oder stabil. Zu diesem Ergebnis kommt die dritte Geschäftskunden-Studie für OWL, die die Commerzbank in Auftrag gegeben hat. Für diese wurden Freiberufler, Handwerker und Gewerbetreibende mit einem Jahresumsatz von bis zu 2,5 Millionen Euro befragt. „Die Auftragsbücher sind bei den meisten Geschäftskunden noch besser gefüllt als 2015“, sagt Frank Brüggemann, Niederlas-

sungsleiter Privatkunden der Commerzbank Bielefeld. Auch für 2017 ist man optimistisch – 82 Prozent der Befragten aus OWL erwarten eine positive oder stabile wirtschaftliche Entwicklung für das kommende Jahr. 43 Prozent der ostwestfälischen Geschäftskunden fürchten bereits den Fachkräftemangel, das sind deutlich mehr als im Vorjahr. Drei Viertel der Befragten gaben an, Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen zu haben. Neben dem Fachkräftemangel machen auch die anhaltend niedrigen Zinsen den Unternehmen zu schaffen. Ein knappes Fünftel sieht die private Altersvorsorge und jeder Zehnte die betriebliche Altersvorsorge in Ge-

fahr. Mehr als die Hälfte der ostwestfälischen Freiberufler, Handwerker und Gewerbetreibende sind weiterhin kaum im Internet aktiv. Sie erledigen höchstens ein Drittel ihrer Geschäftstätigkeit über das Internet beziehungsweise mobile Kanäle. Immerhin sind die Hälfte für Smartphone-Nutzer über mobile Seiten oder Apps erreichbar – das sind deutlich mehr als im Vorjahr und im Bundesdurchschnitt. Außerdem sind inzwischen ein Drittel der hiesigen Unternehmen auch in sozialen Medien vertreten. Für die repräsentative Studie wurden zwischen Juli und August 2016 insgesamt 3.110 Geschäftskunden bundesweit befragt, davon 200 in Ostwestfalen-Lippe. [UW](#)



RE:LOAD MAGAZIN erschienen

Kreativwirtschaft der Region stellt sich mit
Portfolios und Fachartikeln vor

Das neue „RE:LOAD MAGAZIN Kreativwirtschaft OstwestfalenLippe“ informiert über die Leistungen der Kreativwirtschaft OWLs. Neben Portfolios, in denen sich die Kreativwirtschaft präsentiert, findet der Leser im redaktionellen Teil Berichte, Themen, Interviews, Projektvorstellungen aus Werbeagentur, Design, Produkt-Design, Fotografie, Neuen Medien, Messebau, Druck, Event, Gestaltung, Typografie oder Architektur. Die Herausgeber Hubertus Adam und Jür-

gen Lindemann meinen, dass es nichts Besseres als ein Printmedium gibt, um eine Botschaft qualifiziert, imagebildend, mit haptischem Erleben, angenehm zu vermitteln und tief zu verankern.

In Deutschland waren, nach dem Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2014 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, 248.600 Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft aktiv. Beschäftigt waren

im gleichen Zeitraum knapp 1.616.300 Menschen. Seit 2010 ist die Bruttowertschöpfung der Kultur- und Kreativwirtschaft um zehn Prozent gewachsen. Auf dem Weg in die Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts sind in OWL die Weichen für einen gut ausgebildeten Nachwuchs der Designwirtschaft gestellt. Mit sieben Hochschulen und Fachhochschulen ist eine hervorragende Bildungs-Infrastruktur gegeben. Die Herausgeber konnten die Wirtschaftsinstitutionen Ostwestfalen-Lippes und die den Kreisen und Städten zugeordneten Wirtschaftsförderungsgesellschaften für die Verbreitung des Magazins gewinnen, das unter www.reload-magazin.de auch direkt bestellt werden kann.

NACHWUCHSWETTBEWERB GESTARTET

Die MOODBOARD MEDIA GmbH initiiert darüber hinaus den Nachwuchswettbewerb „Ohne Nachwuchs keine Zukunft! – Keinen Nachwuchs ohne Zukunft!“. Eingeladen sind Studierende der Bildungsinstitute und Hochschulen aus Ostwestfalen-Lippe der Studiengänge: Architektur, Innenarchitektur, Fotografie, Film, Mode, Musik, Medien, Medienwissenschaften, Medieninformatik, Medienproduktion, Grafik und Kommunikationsdesign. Gewünscht sind Projekte, auch Team- und Semesterprojekte, Bachelor- und Masterabschlüsse. Mehr Infos im Netz:

www.reload-magazin.de

[OWI](#)

Deutsche Bank

Wechseln Sie jetzt zu der Bank mit dem besten Finanzierungsangebot.

Unser Wissen für Ihr Unternehmen



Mit unserem attraktiven
InvestitionsDarlehen Plus für

1,85 % p.a.

Stand 21.10.2016. Modellhafte Produktkombination mit 75% festverzinstem (ab 1,95% p.a. Zinssatz, Zinsfestschreibung 60 Monate) und 25% variabel verzinstem Darlehensanteil (ab 1,55% p.a. veränderlicher Zinssatz, Sondertilgung möglich). Laufzeit für beide Darlehensvarianten jeweils 5 Jahre, tilgungsfreie Zeit 12 Monate, ab 1,85% p.a. anfänglich kombinierter Zinssatz, Auszahlung 100%. Bonität vorausgesetzt.



deutsche-bank.de/geschaeftskunden



Unternehmen visualisiert Vauth-Sagel eröffnet seine neue Ausstellungsfläche am Standort Brakel-Erkeln. Das Unternehmen zeigt damit seinen Weg vom Zulieferer hin zum Entwicklungspartner und Ideengeber auf.

Raum für Dialog

Vauth-Sagel eröffnet neue Ausstellungsfläche
in Brakel-Erkeln

Um heute als Unternehmen erfolgreich zu sein, braucht es mehr als die richtigen Produkte mit der besten Qualität zum passenden Preis. Es braucht eine Vision. Vauth-Sagel hat den damit verbundenen Weg vom Zulieferer hin zum Entwicklungspartner und Ideengeber eingeschlagen und wird künftig unter dem Aspekt des „Universal Designs“ hochwertige Systemlösungen für alle Menschen in unterschiedlichsten Lebensräumen schaffen, teilt das Unternehmen mit. Der neue Showroom ist Ausdruck dessen und bietet Raum für den dafür benötigten regelmäßigen Dialog mit Möbelherstellern, Designern, Journalisten und Endkunden.

Erleben, diskutieren, entwickeln – der neue Showroom verkörpert sinnbildlich die Philosophie des Unternehmens. Nicht die Produkte stehen im Mittelpunkt, sondern die vielfältigen Lösungen, die sie bieten – hier wird Raum erlebbar. Vier Ausstellungshäuser wurden auf einer Fläche von rund 600 Quadratmetern aufgestellt.

„Um die richtigen Produkte zu entwickeln, müssen wir den Nutzer in den Mittelpunkt stellen und zugleich globaler denken“, so Geschäftsführer Claus Sagel. „In Zukunft betrachten wir deshalb nicht nur primär das konkrete Möbel und überlegen, wie wir an dieser Funktionalität und Design verbessern können. Wir analysieren, wie Menschen leben und wohnen möchten. Dieser konzeptionelle Ansatz kann unseren Kunden, also den Industrie- und Handelskunden, wichtige Impulse liefern.“

Die inhabergeführte Unternehmensgruppe Vauth-Sagel entwickelt, produziert und vertreibt seit über 50 Jahren Systemkomponenten für die Branchen Medizin/Care, Automotive und Caravaning sowie Stauraumsysteme für die Küchen- und Möbelindustrie. Darüber hinaus werden Kunden aus aller Welt komplette Büro- sowie Pflegeeinrichtungen angeboten. Rund 850 Mitarbeiter produzieren jährlich weit über 85 Millionen Qualitätsprodukte „Made in Germany“.

Erneut zertifiziert

Betzemeier verlängert
Zusammenarbeit mit Renault

Die betzemeier automotive software GmbH & Co. KG aus Minden hat die 5. Runde des Renault-Zertifizierungsverfahrens für 2016/2017 erfolgreich abgeschlossen und gehört damit weiterhin zu den empfohlenen DMS-Anbietern für die Marke Renault, teilt das Software-Unternehmen mit. Mit der Zertifizierung wurden eine Reihe von Neuerungen in das Dealer-Management-System „werwiso“ des Mindener Softwareanbieters integriert und von Renault während des Zertifizierungsverfahrens geprüft. Bereits seit vielen Jahren könne das Softwarehaus auf eine enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Renault zurückblicken. Die betzemeier automotive software GmbH & Co. KG gehört seit 1989 nach eigenen Angaben zu den Pionieren in der Softwareentwicklung für Autohäuser und Werkstätten. Das Unternehmen beschäftigt aktuell 30 Mitarbeiter und bedient mehr als 800 Kunden.

„MEDIUM“ ausgezeichnet

Bielefelder Werbeagentur
erhält German Desing Award

Der Rat für Formgebung hat die Bielefelder MEDIUM Werbeagentur mit dem German Design Award 2017 ausgezeichnet. Erhalten hat sie den Preis für das Kundenmagazin „ROOAR!“. „Die Auszeichnung“, so Geschäftsführer Sven Nöcker, „ist für uns eine große Ehre, schließlich gilt der German Design Award als eine der renommiertesten Auszeichnungen im Kommunikationsdesign“. Die MEDIUM Werbeagentur wurde 1978 gegründet und zählt heute nach eigenen Angaben zu den großen Agenturen in Ostwestfalen-Lippe. Zu den Kunden gehören unter anderem GERRY WEBER, Schüco International und Bertelsmann.

In allerbesten Gesellschaft befindet sich das „Gräflicher Park Grand Resort“, Bad Driburg, in der gerade erst erschienenen Ausgabe der Wellness-Bibel „Relax Guide“ für 2017. Zum sechsten Mal findet sich das Spa-Hotel am Teutoburger Wald nach eigenen Angaben im Führer für Wellness-Hotels und erreicht in der aktuellen Ausgabe mit Rang sechs zum ersten Mal einen Platz unter den Top Ten. Mit 17 von 20 möglichen Punkten sowie drei Lilien ist der Gräfliche Park erneut mit einer „hervorragenden“ Bewertung ausgezeichnet worden. Der „Relax Guide“ ist einer der bekanntesten unabhängigen Guides für Wellness- und Gesundheitshotels.

Unvergleichlich und beeindruckend in seiner Kombination aus historischen und modernen Gebäuden, umgeben von einem Park von außergewöhnlicher Schönheit, heißt es auf Seite 79 in der Bewertung des „Gräflicher Park Grand Resort“. Unter anderem werden der lange Außenpool, die kompetent durchgeführten Massagen sowie die umfangreichen medizinischen Leistungen, zu denen unter an-

Zum Entspannen

Relax Guide 2017:
„Gräflicher Park Grand Resort“
 erstmals unter den Top-Ten



Ausgezeichnete Ruhe Der Außenpool „Gräflicher Park Grand Resort“ wurde positiv von den Testern des Relax Guide 2017 erwähnt.

derem auch die F.X.Mayr-Kur gehört, positiv hervorgehoben. Als kritikwürdig empfanden es die Relax-Guide-Tester, dass das Spa an stark gebuchten Tagen nicht ausreichend Platz bietet, um vollkommene Ruhe für alle Gäste zu garantieren.

Mit vier Lilien und 20 beziehungsweise 19 Punkten dürfen sich nur fünf Häuser schmücken: Das „Friedrichsruhe Wald- & Schlosshotel“ in Zweiflingen (Platz 1), der „Lanserhof“ am Tegernsee (Platz 2), das „Bareiss“ in Baiersbrunn im Schwarzwald (Platz 3), „Schloss Elmau“ in Krün (Platz 4) und das „Kranzbach“ am Fuße der Zugspitze (Platz 5). „Langfristig muss es natürlich unser Ziel sein, im erlesenen Club der ‚Vier Lilien‘ mitzuspielen, so Dirk Schäfer, Geschäftsführer des „Gräflicher Park Grand Resort“. „Aktuell sind wir mit unserer Bewertung von 17 Punkten, die wir erneut erreichen konnten, aber sehr zufrieden. Das Niveau durchgehend so hoch zu halten, um diese Bewertung zu bekommen, verlangt allen Mitarbeitern äußerste Professionalität und Leidenschaft ab.“ 

PR-Anzeige

EINBLICK | Das Wirtschaftsporträt

G&G Antriebstechnik GmbH

Zuliefermesse FMB Forum Maschinenbau, Bad Salzflun

G&G Antriebstechnik GmbH – Spezialisten für Antriebs- und Riementechnik

DIE 6800 FACHBESUCHER DER ZULIEFERMESSE FMB FORUM MASCHINENBAU MACHTEN DAS MESSEZENTRUM BAD SALZFLUN ANFANG NOVEMBER ZU EINEM LEBHAFTEN BRANCHENTREFF FÜR MASCHINEN- UND ANLAGENBAUER, SOWIE DEREN ZULIEFERER. AUCH ANDREAS GRÜTZNER, GESCHÄFTSFÜHRER DER G&G ANTRIEBSTECHNIK GMBH AUS GÜTERSLOH, ZEIGT SICH SEHR ZUFRIEDEN.

„G&G Antriebstechnik ist auf diesem regionalen Marktplatz, um Kunden zu treffen und direkt vor Ort beraten zu können. Hier werden Projekte besprochen und Innovationen in den Markt gebracht. Starke Maschinenbauer brauchen starke Zulieferer. Vor diesem Hintergrund ist die FMB in Bad Salzflun der ideale Ort, um eine direkte Kommunikation zwischen den Partnern zu ermöglichen.“

sphäre entwickeln wir zusammen mit unseren Kunden individuell angepasste, technisch wie wirtschaftlich optimierte Antriebslösungen. Schwerpunkte unseres Leistungsspektrums bilden mechanische Antriebe mit Zahnrad und Zahnstange, Keilwellen und Trapezgewindespindeln sowie die klassischen Kettenradantriebe.“

Langjährige Erfahrung in Antriebsfragen, technisches Know-how, sowie ein Höchstmaß an Zuverlässigkeit und Kundenorientierung, zeichnen das Unternehmen aus – als Berater, Zulieferer und vertrauter Partner – überall dort wo es um die perfekte Lösung in Antriebsfragen geht.

G&G Antriebstechnik GmbH

Dieselstraße 102, Gütersloh
 Fon: (05241) 40349-0, Fax: (05241) 40349-22
 www.GG-ANTRIEBSTECHNIK.de



An den drei Messetagen vom 9. bis 11. November konnten wir, wie auch in den vergangenen Jahren, eine Vielzahl langjährig bestehender Kundenkontakte pflegen, sowie neue, potenzielle Kunden auf unserem Messestand begrüßen. In entspannter, sehr angenehmer Atmo-

heimer

Lackieranlagen + Lufttechnik

Bielefeld · www.heimer.de

KAESER KOMPRESSOREN

Kolben- + Schraubenkompressoren,
neu und gebraucht. Druckluftbehälter
Planung, Beratung, Reparaturen.

Gnizia
KOMPRESSOREN

32007 Herford
Postfach 1727

Telefon (0 52 21) 7 11 33, Fax 7 11 23

WIR BEARBEITEN PE-SCHAUMSTOFFE

Eene, meene, miste
es rappelt...
nichts in der Kiste.



Schaumstoff-Gefache
für KLT's, Transportkisten
und Verpackungen.

KONTORVIER

Grafenheider Straße 79/D-33729 Bielefeld
Tel 0521-7708740/mail info@kontorvier.de

WERBEANLAGEN | SCHILDER | BESCHRIFTUNGEN

HKM

werbetechnik



NACHHALTIG WERBEN!

052 48 / 80 00-0
hkm-werbetechnik.de

12 Unternehmen und Märkte

Doppelt ausgezeichnet

Bielefelder Bürgerstiftung erhält zwei Siegel
des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen



Gute Arbeit dokumentiert Sigrid Zinser, stellvertretende Vorsitzende, Bielefelder Bürgerstiftung, nimmt das Qualitätssiegel für gute Treuhandstiftungsverwaltung von Felix Oldenburg, Generalsekretär, Bundesverband Deutscher Stiftungen, entgegen.

Die stellvertretende Vorsitzende der Bielefelder Bürgerstiftung, Sigrid Zinser, konnte sich gleich doppelt freuen. In Berlin nahm sie das Gütesiegel des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen sowie erstmalig das Qualitätssiegel für gute Treuhandstiftungsverwaltung entgegen.

Das Gütesiegel, das die Bielefelder Bürgerstiftung bereits seit ihrer Gründung im Jahr 2003 trägt, wurde der Bielefelder Stiftung zum wiederholten Mal zugesprochen. Sie ist damit eine von 307 Bürgerstiftungen in Deutschland, die das Gütesiegel tragen, weil sie den zehn Merkmalen einer Bürgerstiftung entsprechen, teilt die Bielefelder Bürgerstiftung mit Gütesiegel-Bürgerstiftungen seien unabhängige Stiftungen von Bürgern für Bürger, in die sich alle Menschen einer Stadt, Gemeinde oder Region einbringen können. „Wir sehen es als große Ehre, das Siegel weiterhin tragen zu können und verstehen es als Selbstverständlichkeit,

den Kriterien des Bundesverbandes in Sachen Transparenz und vertrauensvollem Umgang mit Spenden- und Stiftungsgeldern gerecht zu werden“, betont Zinser.

Genau aus diesem Grund sei die Freude über die zweite Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel für gute Treuhandstiftungsverwaltung besonders groß. Die Bielefelder Bürgerstiftung biete Menschen die Möglichkeit, unter dem Dach der Stiftung eigene Unterstiftungen zu gründen, die zwar den Zielen der Bürgerstiftung entsprechen, die aber von den Stiftern selbst gestaltet werden können. Vier Treuhandstiftungen und acht Stiftungsfonds seien so in enger Zusammenarbeit mit den Stifterinnen und Stiftern entstanden.

Zur Förderung der Transparenz und Qualität im Sektor der Verwaltungen von Treuhandstiftungen haben die Gremien des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen das Qualitätssiegel 2014 initiiert.

www.bundesverband-stiftungen.de



Neu gebaut Hanfwolf beliefert zunächst Kunden in OWL vom neuen Lager aus Bielefeld.

Neues Logistikzentrum in Bielefeld

Hanfwolf plant bereits weiteren Hallenneubau mit 3.000 m² Fläche

Nach rund achtmonatiger Bauzeit wurde das neue Logistiklager für Verpackungen der Firma Hanfwolf an der Mittelbreite in Bielefeld in Betrieb genommen. Mit moderner Verladetechnik sei das Lager für den höherwertigen Verpackungsbedarf ausgelegt, inklusive Klebebänder und Folien für den Lebensmittelbereich. Aus dem 2.700 m² großen Hallenkomplex sollen zunächst Kunden in OWL bedient werden. Eine zweite, etwa 3.000-m²-Halle für den Industriebereich ist bereits geplant. Dort geht es dann um Lagerung und Logistik für die zwölf europäischen Niederlassungen und die zentrale Importsteuerung. Ein Bürotrakt gehört zu den weiteren Optionen des Projekts.

Die Firma Hanfwolf ist nach eigenen Angaben internationaler Dienstleister im Bereich Verpackung und Industriebedarf. Folien und Verpackung – Seile und Hebebänder – Ketten und Kranprüfungen – Aufzugsservice – sind nur einige Schwerpunkte im Angebot der ostwestfälischen Firma aus Bielefeld. Mit zwölf Niederlassungen zum Jahresende in Europa

wird das Unternehmen sein Wachstum auch in diesem Jahr fortsetzen. Daraus erwuchs die Erfordernis, in ein neues zukunftsfähiges Logistikzentrum zu investieren. Hierzu wurde ein rund 11.000 m² großes Areal in Bielefeld-Oldentrup erworben. Hanfwolf beschäftigt heute europaweit circa 100 Mitarbeiter und peilt für 2016 einen Umsatz von 30 Millionen Euro an. Ausgebaut wird in den nächsten Jahren vor allem das Dienstleistungsangebot in der Ketten- und Kranprüfung sowie in der Aufzugswartung. Die Firma Re-Ropes in England, die zur Hanfwolf Gruppe gehört, ist beispielsweise heute das größte Unternehmen in London für den Bereich Dienstleistung/Wartung inklusive der Neubeseilung von Aufzugsanlagen.

Darüber hinaus gibt es Synergien mit der gleichen Unternehmensgruppe gehörenden Firma Gustav Wolf in Gütersloh. Mit sieben Produktionswerken in fünf Ländern, unter anderem in China, ist das Draht- und Seilunternehmen einer der vier größten Aufzugsseilhersteller weltweit. 

Schneider SMD Electronic

Produktions-GmbH



- Löten (Platinen- und Kabelverarbeitung)
- Ultraschallschweißen (ABS)
- Beschriften | Lasern bis 450 mm
- Produzieren | Montieren | Verpacken
- Verkauf von Magneten (auch Sondergrößen)

Wir freuen uns auf Ihre individuelle Aufgabenstellung – sprechen Sie uns an!

Siemensstr. 4 | 33378 Rheda-Wiedenbrück

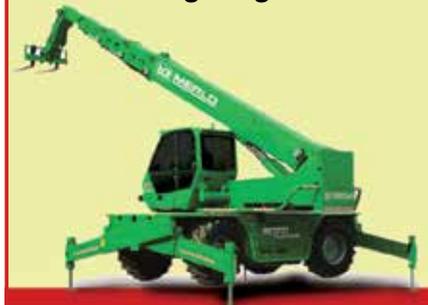
Telefon: 0 52 42. 40 13 57

Mail: smd-schneider@web.de

WIEGERS
GABELSTAPLER

Teleskoplader
Vermietung

- alle Größen
- alle Tragfähigkeiten



Telefon: +49 (0) 2992/9703-0
wiegiers-gabelstapler.de

Vorteil Hako:

Mehr Komfort, weniger Kosten

Scrubmaster 45



Kostenlose Vorführung vor Ort!

Ihr Partner der Region OWL:

FRENZ
Gabelstapler | Reinigungsgeräte 

Im Heidkamp 2 · 33334 Gütersloh
Tel. 05241/91506-0 · Fax 05241/91506-16
www.frenz-gabelstapler.de



Barbara Busse

studierte Industriedesign und verfügt über zehn Jahre Berufserfahrung im internationalen Konzern- und Agenturumfeld. Sie hat sich 2016 mit der Designagentur Future+You in Petershagen niedergelassen. Zu ihren Kernkompetenzen gehören Trendresearch, Design Thinking und Designrealisierung.

„Echte Innovationen polarisieren“

INTERVIEW Der globale Wandel fordert etablierte Unternehmen heraus, sich stärker mit Trends und veränderten Kundenbedürfnissen auseinanderzusetzen. Trendforscherin **Barbara Busse** erklärt, warum.

Frau Busse, warum müssen Unternehmen sich Ihrer Erfahrung nach mit Trends und Innovation auseinandersetzen?

Die Transformation und Digitalisierung der globalen Märkte stellt viele Unternehmen vor eine enorme Herausforderung. Lang etablierte Branchen und Wirtschaftszweige verlieren „über Nacht“ an Relevanz, da sich Kundenwünsche schlagartig aufgrund technischer Infrastruktur oder Serviceangebote verändern. Oft können Angebote, Preisstrukturen, Materialströme und Vertriebswege nicht rechtzeitig umgestaltet werden, um den Verlust erheblicher Marktanteile an neue Businessmodelle oder Produktideen zu verhindern.

Welche drei Trends werden Ihrer Meinung nach Unternehmen nachhaltig beeinflussen?

Das Kundenbedürfnis, die monotonen und zeitraubenden Alltagsaktivitäten abzugeben,

wächst. Erfolgsversprechend sind daher Services, Automatisierungen und Robotik, die unseren Alltag erleichtern, damit wir mehr Zeit für Familie und Freizeit haben. Autonomes Fahren und der Einsatz von Assistenzdrohnen wird ein Aspekt dabei sein. Ebenso werden Themen wie zum Beispiel globale Erwärmung und Ressourcenknappheit das Konsumverhalten nachhaltig beeinflussen. Herstellungsethik, Mehrwert, Transparenz und Geschichte werden entscheidend sein. Der nächste logische Schritt ist die Individualisierung von klassischen Massenprodukten und etablierten Marken in einem neuen Ausmaß. Diese Nische wird derzeit noch von jungen Start-ups belegt, die den Markt übernehmen könnten. Junge Unternehmen gehen intuitiv auf die aktuellen Kundenbedürfnisse ein und räumen so den Markt ab.

Wie schätzen Sie die Innovationsfähigkeit Ostwestfalens ein?

Gerade Ostwestfalen zeichnet sich durch den hohen Anteil mittelständischer Betriebe aus. Mittelständische Unternehmen haben sehr gute Voraussetzungen für eine agile und innovative Produkt- oder Serviceentwicklung. Studien zufolge kommen sie schneller zu Lösungen, da eine kleine Menge von Entscheidern involviert ist. Veränderungen können schnell umgesetzt werden und die Unternehmen sind flexibler als internationale Konzerne. Dem gegenüber stehen begrenzte Mittel und eine zu zögerliche Bereitschaft zur Innovation.

Nur ein Drittel der mittelständischen Unternehmen investiert in neue Produkte und Prozesse. Dies ist aber mittelfristig existenzbedrohend. Wir brauchen daher einen neuen Generationenvertrag in den Unternehmen und das Verständnis, das echte Innovation sich dadurch auszeichnet, das sie polarisiert. Nadine Obersundermeyer, IHK



Partnerschaft verbindet.

Die Helaba ist Sparkassenzentralbank in Hessen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen und Brandenburg. Als Partner von 40 % aller deutschen Sparkassen sind wir die Verbundbank der deutschen Sparkassenorganisation. Mit unserem bundesweiten Dienstleistungsangebot stehen wir nicht nur für Kompetenz und Professionalität, sondern auch für individuelle Lösungen und nachhaltige Strategien.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.helaba.de

Helaba | 

Banking auf dem Boden der Tatsachen.

Ab in den Urlaub

TUI baut Angebot am
Paderborn-Lippstadt Airport deutlich aus



Mehr Starts und Landungen TUI fliegt vom Airport Paderborn in Richtung Griechenland und Spanien.

TUI legt für das kommende Jahr ein deutlich erweitertes Flugangebot am Paderborn-Lippstadt Airport auf. Hierzu zählen Flüge zu den griechischen Inseln Kreta, Rhodos und Kos sowie zu den spanischen Zielen Fuerteventura und Gran Canaria. Beide Kanaren-Inseln werden bereits in der aktuellen Wintersaison bedient und im Sommer 2017 fortgeführt, teilt der Flughafen mit. Darüber hinaus erfolgen regelmäßig Flüge nach Burgas und neu auch nach Varna an der Schwarzmeerküste. Deutschlands nach eigenen Angaben führender Reiseveranstalter setzt bei der Durchführung des Flugprogramms weiter auf die deutsche Fluggesellschaft Small Planet Airlines, die mit zwei Flugzeugen am Standort

Paderborn-Lippstadt operiert. Sie wird im kommenden Sommerflugplan allein für TUI eine Kapazität von mehr als 36.000 Plätzen bereitstellen. Dies bedeutet eine Steigerung um 50 Prozent beziehungsweise um 12.000 Sitzplätze im Vergleich zum Sommer 2016. Für Flughafen-Geschäftsführer Dr. Marc Cezanne ist die Entscheidung ein starkes Bekenntnis zum Flughafen Paderborn-Lippstadt: „Das deutlich erweiterte Flugplanangebot der TUI spiegelt die große Nachfrage in unserem Einzugsgebiet wider. Diese hatte sich in den sehr hohen Auslastungen der TUI-Maschinen im laufenden Sommerflugplan gezeigt.“ 2015 verzeichnete der Flughafen ein Fluggastaufkommen von 772.000 Passagieren und rund 36.500 Starts und Landungen. [GW](#)

WIR GRATULIEREN

» 125 «

Top Parfümerie Hermann Manegold e.K.,
Höxter, im November

» 100 «

Rhenus GmbH,
Hille, am 15. November

» 50 «

Reifen-Hoffmann oHG,
Enger, am 12. November

» 25 «

Manegold GmbH & Co. KG,
Bad Driburg, am 1. November

Batz + Siegler Consulting GmbH,
Delbrück, am 7. November

Jurgelucks GmbH,
Bad Lippspringe, am 8. November

Post-Apotheke Uwe Heber,
Preußisch Oldendorf, am 26. November

Kaiserstraße 23
33330 Gütersloh
Fon: 05241/212 67 - 0
Fax: 05241/212 67-16
e-mail: dispo@lindahl.nl

www.lindahl-personal.de

flexibel
fair
zuverlässig



Neue Halle für neue Maschine Der Gleitlagerhersteller Lohmann hat seine Produktionskapazitäten ausgebaut.

Gleitlagerspezialist stellt Weichen für die Zukunft

Lohmann aus Kirchlengern investiert zwei Millionen Euro

Der familiengeführte Gleitlagerspezialist LOHMANN aus Kirchlengern stellt mit dem Neubau einer Produktionshalle seine Weichen in Richtung Zukunft.

Durch die Investition von rund zwei Millionen Euro habe Lohmann seine Produktionskapazitäten deutlich erweitert. Sie schaffe Arbeitsplätze, steigern die Produktivität und ermög-

liche es, Wachstumspotenziale auszuschöpfen. Auslöser für den Neubau war der geplante Kauf einer Fünf-Achs-Fräsmaschine, die im Hauptgebäude nicht mehr untergebracht werden konnte. Für die neue Halle investierte das Familienunternehmen 1,5 Millionen Euro, die neue Maschine kostete rund eine halbe Million Euro. Der Gleitlagerhersteller beschäftigt 20 Mitarbeiter.

Mit dem Neubau trage das Unternehmen zugleich Rechnung für das kontinuierliche Wachstum seiner Sondersparte, als auch für seine Kundschaft, die neben der hohen Güte und Qualität auf „Just-in-time“-Lieferungen setze. Aufgrund wachsender Nachfrage nach individuellen Lösungen und Kundenwünschen habe sich der Hersteller von Gleitlagern mit einer neuen Fünf-Achs-Fräsmaschine am Markt positioniert. Neben der zerspanenden Fertigung von Buchsen, Scheiben sowie Leisten aus Kupferwerkstoffen, unter anderem auch veredelt mit Festschmierstoff, habe sich Lohmann in Fachkreisen auch für das Rundbiegen (Rollieren) von beschichteten Gleitlagerblechen einen Namen gemacht. Durch die Kombination der bereits bestehenden Fertigungsprozesse könne das Unternehmen so noch gezielter auf Kundenwünsche eingehen. Zudem bediene sich eine Vielzahl von Maschinenbauern aus dem großen Vollsortiment an Standardgleitlagern. [\(UWI\)](#)

Wenn es ums Entsorgen geht:
Jetzt Tönsmeier wählen!

TÖNSMEIER
Wir holen das Beste raus!

Wir beantworten gerne Ihre Fragen:

GT/HAM/SO/WAF 0800/8636763 37*

BI/HF/HX/LIP/MI 0800/8636763 18*

*kostenlos aus dem deutschen Festnetz

Kurzfristige Lösung?

Langfristiges Konzept?

Wir haben immer die passende Lösung!



Tönsmeier Entsorgung - Immer in Ihrer Nähe. In Ostwestfalen und Westfalen.

www.toensmeier.de

Zum Firmenjubiläum Spende an Sterntaler

Bielefelder Unternehmen **Oltrogge** überreicht Scheck
über 17.555 Euro an Verein



Geburtstagsgeschenk der besonderen Art Julia Sandau und Dagmar Wilke vom Verein Sterntaler freuen sich über den Spendenscheck von Daniel Oltrogge (von links).

Zum 150-jährigen Firmenjubiläum hat das Unternehmen Oltrogge seine Kunden und Lieferanten gebeten, anstelle von Geschenken an Sterntaler e.V. zu spenden. Durch das Engagement der Geschäftspartner konnten nun 17.555 Euro an Sterntaler übergeben werden. „Die stetige Entwicklung von Oltrogge in den letzten 150 Jahren war nur möglich durch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, durch unsere Kunden und Lieferanten“, macht Daniel Oltrogge, geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens, deutlich.

„So steht das einfache Wort ‚Miteinander‘ am besten für das, was unsere gemeinsame Vertrauens- und Leistungskultur im Kern ausmacht. Und genau dieses ‚Miteinander‘ steht

auch für das gemeinsame Spendenprojekt mit unseren Kunden und Lieferanten für Sterntaler“. Die Entscheidung fiel leicht: In den vergangenen zwei Jahren wurden bereits die gesammelten Spenden des Oltrogge Laufteams an Sterntaler übergeben. Der Verein ist eine Beratungsstelle für trauernde Kinder, Jugendliche und deren Familien.

UNTERSTÜTZUNG FÜR TRAUERBEGLEITUNG

Sterntaler begleitet Familien sowohl während einer lebensverkürzenden Erkrankung als auch nach einem Todesfall auf ihrem persönlichen Trauerweg. Ziel ist es, trauernden Kindern und Jugendlichen eine professionelle Verarbeitung ihres Verlustes in einem

individuellen Trauerprozess zu ermöglichen, so dass sie sich wieder dem Leben zuwenden und sich neu orientieren können. Ferner klärt Sterntaler durch seine Arbeit über die gesellschaftlichen Tabuthemen Tod und Trauer auf und trägt dazu bei, Berührungsängste im Umgang damit abzubauen. Die Angebote umfassen Einzelberatungen, Kinder- und Jugendlichentrauergruppen sowie Fachberatungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in sozialen Institutionen. Das Team von Sterntaler schätzt sich über die Spende von Oltrogge sehr glücklich. „Wir haben mit Sterntaler e.V. ein sehr wertvolles Projekt gefunden und freuen uns, dass wir Kinder und Jugendliche in schweren Zeiten unterstützen können“, freut sich Daniel Oltrogge. „Es ist schön, dass wir dank unserer Kunden und Lieferanten Sterntaler diese finanzielle Unterstützung zukommen lassen können, da es hier gut investiert ist und den Kindern und Jugendlichen direkt zugutekommt. Ab 2017 wollen wir unser Engagement hier in Bielefeld noch nachhaltiger ausrichten und werden die förderungswürdige Arbeit des Vereins Sterntaler in den kommenden Jahren mit 10.000 Euro pro Jahr unterstützen.“

Die Oltrogge & Co. KG ist die Hauptgesellschaft der Oltrogge Gruppe. 210 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Unternehmen und Niederlassungen in Bielefeld, Aichach, Altenburg und Mülheim an der Ruhr betreuen rund 15.000 Kunden. Das Geschäftsfeld des Handelshauses umfasst technische Produkte, Systemlösungen und Dienstleistungen für Industrie und Handwerk in den Produktbereichen Werkzeuge, Werkzeugmaschinen, Druckluft-, Schweiß- und Oberflächentechnik. Oltrogge ist Dienstleister in den Bereichen Verkauf, Beratung, technischer Service und Montage.

Das Unternehmen ist zudem Hersteller für Oberflächentechnik. Mit dem Unternehmensbereich Werkzeuge ist Oltrogge Partner der Hoffmann Group, München, und nach eigenen Angaben Marktführer in Deutschland und Europa für Qualitätswerkzeuge. Für das Jahr 2016 werden 65 Millionen Euro Jahresumsatz erwartet. Oltrogge wurde 1866 gegründet. Das Familienunternehmen wird in fünfter Generation von Klaus-Dierk und Daniel Oltrogge geleitet.

Bielefeld wirbt mit neuem Markenauftritt

Stadtmarketing gibt Logo für die Nutzung durch Private frei

Bielefeld hat einen neuen Markenauftritt mit einem neuen Stadtlogo. Die drei Anfangsbuchstaben „BIE“ bilden die Silhouette des Wahrzeichens der Stadt, den Turm der Sparrenburg. So entsteht ein reduziertes, prägnantes Markenzeichen mit hohem Wiedererkennungswert. Die 330.000-Einwohner-Stadt am Teutoburger Wald hat im vergangenen Jahr eine umfassende Neuausrichtung des Stadtmarketings gestartet. Die Stadt Bielefeld und Bielefeld Marketing stellten jetzt gemeinsam das Gestaltungsprinzip der Stadtmarke Bielefeld vor. Die optische Umsetzung ging aus einem bundesweiten Agenturwettbewerb

hervor. Die Agentur deteringdesign aus Bielefeld setzte sich hier gegen fast 60 Mitbewerber aus ganz Deutschland durch, teilt die Bielefeld Marketing GmbH mit. Martin Knabenreich, Geschäftsführer von Bielefeld Marketing, und Oberbürgermeister Pit Clausen sind sich einig: „Das Stadtlogo und der Markenauftritt wirken klar, selbstbewusst und sympathisch, was zum Selbstverständnis der Bielefelderinnen und Bielefelder passt.“ Martin Knabenreich ergänzt: „Im Wettbewerb der Städte müssen wir

unsere Stärken darstellen und vermitteln können. Damit Fachkräfte, Investoren und Studierende erkennen, was diese Stadt zu bieten hat, ist ein prägnanter Markenauftritt wichtig.“ Die Stadtverwaltung mit ihren städtischen Institutionen übernimmt das Logo in Rot auf weißem Untergrund, angelehnt an die Farben der Sparren auf dem Stadtwappen.



Das Besondere am neuen Stadtlogo: Privatpersonen können es in allen anderen Farbkombinationen – abgesehen vom offiziellen Rot-Weiß – frei verwenden und einsetzen. Martin Knabenreich erläutert: „Wir gehen mit der Freigabe des Logos einen mutigen Weg im Stadtmarketing, der

konsequent weitergedacht ist. Denn die nachweislich hohe Identifikation der Bewohner mit Bielefeld ist die wertvollste Ressource für das Image der Stadt. Wer seine Verbundenheit und seinen Stolz zeigen möchte, kann dies unkompliziert und kreativ tun.“ Ob für selbstgestaltete Aufkleber, Do-it-yourself-Textilien oder Profilbilder im Internet: Für den privaten Gebrauch kann das Logo online heruntergeladen werden auf der neuen Internetseite mein.bielefeld.de.

Mehr Platz für Güter

Hämmerling nimmt neue Halle in Betrieb

Die Hämmerling Group Logistic GmbH (HG-Logistic GmbH), eine in Paderborn ansässige Spedition mit rund 200 Fahrzeugen und einem Logistiknetzwerk mit Standorten in Deutschland, Ungarn, Polen, Rumänien und der Slowakei, hat sein Dienstleistungsspektrum weiter ausgebaut. In einer vor kurzem erworbenen 6.000 Quadratmeter großen Halle direkt neben dem Firmengelände stehen ab sofort weitere Lagerflächen für Güter aller Art, und eine fest installierte Decken-Krananlage mit einer Hebeleistung von bis zu 16 Tonnen zur Verfügung, teilt das Unternehmen mit.

Von der auf modernste Logistik- und Sicherheits-Standards angepassten Einrichtung profitierten insbesondere Unternehmen, die nicht palettierbare Materialien wie Stahl, Holz oder Container sicher und schnell be- und entladen wollen.

Die Hämmerling Group Logistic GmbH ist ein nach Firmenangaben stark wachsendes, europäisches Logistikunternehmen. Sie ist Teil der Hämmerling Group, einer international tätigen, familiengeführten Unternehmensgruppe in den Bereichen Reifengroß- und -einzelhandel, Logistik, IT und Marketing mit Sitz in Paderborn.

Spedition
Logistik
Air & Sea
Umzüge

Lösungen, die gut ankommen.
www.hartmann-international.de

160
seit 1856

HARTMANN
INTERNATIONAL

PERSONALIEN

Marc Kuhne ist seit 1. September 2016 neuer Personalleiter bei der zum Modehersteller bugatti Holding Brinkmann gehörenden bugatti GmbH in Herford. Der 36-Jährige ist verantwortlich für den Bereich Human Resources (HR) der Firmen bugatti GmbH, bugatti Retail GmbH sowie der Firma Pikeur Reitmoden, Werther. Er tritt die Nachfolge des langjährigen Personalchefs **Axel Alhorn** an, der zum



Marc Kuhne

Jahresende in den Ruhestand gehen wird, teilt bugatti mit. Kuhne kommt von einem internationalen Automobilzulieferer aus Stadthagen, wo er als HR-Spezialist und Leiter der kaufmännischen Ausbildung zuständig war. Zuvor arbeitete der gebürtige Herforder und Familienvater als Personalreferent bei einem familiengeführten und weltweit tätigen Maschinen- und Anlagebauunternehmen in Düsseldorf, wo er unter anderem die Geschäftsbereichsleitung in personalwirtschaftlichen Themen beraten hat.



Dr. Michael Dorin

Der Aufsichtsrat der itelligence AG, dem nach eigenen Angaben weltweit führenden SAP-Beratungshaus für den Mittelstand, hat **Dr. Michael Dorin** zum neuen Finanzvorstand berufen. Der 39-Jährige wechselt von der Stuttgarter Blue Ocean Entertainment AG, einem Tochterunternehmen des Burda-Konzerns, zur itelligence AG nach Bielefeld. Bereits seit 2013 trägt er dort die Verantwortung als Finanzvorstand und hat in dieser Funktion wesentlich zum erheblichen Wachstum und zur Internationalisierung des Verlages beigetragen. Dr. Michael Dorin tritt zum 1. Januar 2017 die Nachfolge von **Norbert Rotter** an, der seit Juli Vorstandsvorsitzender der itelligence AG ist. Itelligence ist mit mehr als 5.400 Mitarbeitern in 24 Ländern vertreten. 2015 erzielte die AG einen Gesamtumsatz von 696,2 Millionen Euro.



Dr. Frank-Walter Steinmeier

Dr. Frank-Walter Steinmeier, Bundesminister des Auswärtigen, erhält die Ehrendoktorwürde der Fakultät für Kulturwissenschaften der Universität Paderborn. Nach der Literaturnobelpreisträgerin **Herta Müller**, die im Jahr 2012 mit dieser Würde ausgezeichnet wurde, ehrt die Fakultät für Kulturwissenschaften nun erneut eine bedeutende Persönlichkeit. Mit der Ehrenpromotion zeichnen Fakultät und Universität insbesondere Steinmeiers Verdienste um die Förderung der deutschen Auslandsinstitute und des UNESCO-Weltkulturerbes sowie seinen beharrlichen Einsatz für die interkulturelle Verständigung aus, teilt die Universität mit.



Gremium neu zusammengesetzt

Stefan Seils als Vorsitzender, Andreas Hartmann, Heiner Koch, Oliver Schwarz, Uwe Hofmann und Ralf Amm als stellvertretender Vorsitzender bilden den neuen CargoLine-Beirat (von links). Auf dem Foto fehlt Ingolf Heuring.

Seit Anfang 2015 gehört der Logistikdienstleister Hartmann International aus Paderborn der Kooperation für Stückgutverkehre CargoLine an. Jetzt, nach nur eineinhalb Jahren Partnerschaft, wurde **Andreas Hartmann** in den neuen CargoLine-Beirat gewählt. Neben ihm gehören der amtierende Franchisenehmerbeauftragte **Uwe Hofmann**, Geschäftsführer Hofmann Internationale Spedition, Biebesheim am Rhein, der externe Speditionsberater **Ingolf Heuring**, die Gesellschaftervertreter **Ralf Amm**, Amm Spedition, Nürnberg, **Heiner Koch**, Koch International, Osnabrück, **Oliver Schwarz**, Wackler, Göppingen, und **Stefan Seils**, Bursped, Hamburg, an. Car-

goLine GmbH & Co. KG mit Sitz in Frankfurt (Main) steht als Kooperation für standardisierte und systematisierte Stückgutverkehre in Deutschland und Europa. 1993 gegründet, bilden heute 45 mittelständische Systempartner das bundesweite Netzwerk, das mit internationalen Partnern ergänzt wird. Im Jahr 2015 bewegte der Unternehmensverbund nach eigenen Angaben 12,24 Millionen Sendungen und erwirtschaftete mit 7.305 Mitarbeitern 1,41 Milliarden Euro Umsatz.

Umbau in der Unternehmensgruppe Wüllner: **Hans-Georg Wüllner** hat sich aus dem Beirat der Unternehmensgruppe Wüllner zurückgezogen. Den Platz der Familie in dem beratenden Organ wird ab Mai seine Tochter, die bisherige geschäftsführende Gesellschafterin **Heike Wüllner**, einnehmen. Die operative Verantwortung wird sie an die bewährten Gruppen-Geschäftsführer übertragen. Heike Wüllner wird ihre bisherigen Aufgaben als Geschäftsführende Gesellschafterin an ihren Ehemann, den Gruppen-Geschäftsführer **Maik Ramforth-Wüllner** für die kaufmännische Leitung und als Sprecher der Unternehmensleitung sowie **Guido Grebe** für Vertrieb und Logistik und **Volker Harbecke** für Produktion und Technik abgeben. „Wir haben ein langjährig eingespieltes Team von Geschäftsführern, in deren Hände ich die Verantwortung gern legen werde“, sagte die Unternehmerin. „Mit meinem Wechsel in den Beirat möchte ich die Kontinuität unserer familiengeführten Unternehmensgruppe sichern und beratend wei-

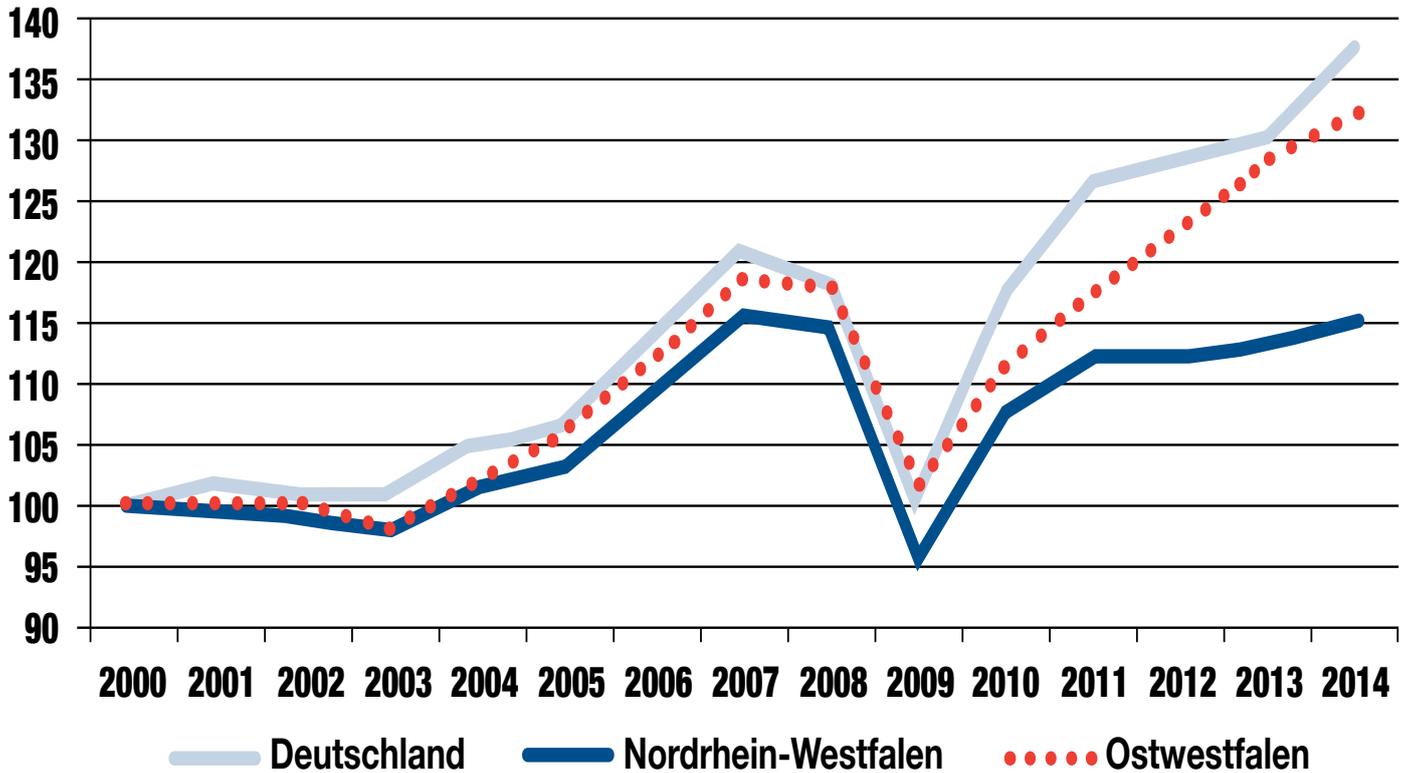


Heike Wüllner

ter aktiv zum Erfolg beitragen.“ Die Unternehmensgruppe Mineralquellen Wüllner zählt nach eigenen Angaben zu den sechs größten Markenbrunnen in Deutschland und füllt an ihren Standorten Bielefeld, Hecklingen in Sachsen-Anhalt und Güstrow in Mecklenburg-Vorpommern jährlich rund 435 Millionen Liter Mineralwasser und Erfrischungsgetränke ab.

GRAFIK DES MONATS

**Entwicklung der Bruttowertschöpfung im Verarbeitenden Gewerbe
von 2000 bis 2014 (2000 = 100)**



Die Bruttowertschöpfung (BWS) ist eine Kennzahl der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und beziffert den Gesamtwert der im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen (Produktionswert), abzüglich des Werts der Vorleistungen. Während sich die BWS im Verarbeitenden Gewerbe in Deutschland, NRW und Ostwestfalen vom Jahr 2000 bis zur Wirtschafts- und Finanzkrise sehr ähnlich entwickelt hat, ist die Schere zwischen Ostwestfalen und dem Land seitdem sehr deutlich auseinander gegangen. Während die BWS landesweit seit 2009 um knapp 21 Prozent zulegen konnte, stieg die BWS in Ostwestfalen um 31 Prozent. Insbesondere seit 2011 konnte die Industrie in Ostwestfalen deutlich stärker zulegen.



IHR PARTNER FÜR INDUSTRIEBAUTEILE AUS EDELSTAHL ROSTFREI



Vom Zuschnitt bis zur fertigen Schweißkonstruktion

Wilhelm Modersohn GmbH & Co. KG
Auf der Freiheit 31 • 32139 Spenge • Fon +49 5225 8799-220 • Fax +49 5225 8799-37 • info@modersohn.de • www.modersohn.eu

Unser Programm:

- Laserschneiden
- Wasserstrahlschneiden
- Abkanten
- Biegen
- Drehen

- Fräsen
- Schleifentgraten
- Schweißen
- Körperschleifen
- Glasperlenstrahlen
- autom. Sprühbeizen



LEAN DUPLEX STAHL
Die bessere Alternative

*Baubaufsichtlich zugelassen (Z-30.3-6)

Schweißfachbetrieb mit Herstellerqualifikation Klasse E

Hochfeste Lean Duplex Werkstoffe die bei Modersohn verarbeitet werden: 1.4062, 1.4162, 1.4362, 1.4662*



Was, wann, wo in Ostwestfalen



Die „Traumjob“ geht in die zweite Runde

Die Paderborner Personalmesse und Ausbildungsplatzbörse „Traumjob“ findet im nächsten Jahr am **17. und 18. März** statt. Arbeitsplatzanbieter und Arbeits- und Ausbildungsplatzsuchende können sich in den Ausstellungshallen des Schützenhofes Paderborn direkt kennen lernen. 36 Unternehmen haben bereits Standplätze gebucht. Die Organisatoren wollen die Messe wachsen lassen: maximal stehen 130 Messestandplätze und 28 Vortragsslots zur Verfügung. „Je mehr Aussteller sich präsentieren, desto mehr steigt auch die Attraktivität für

potentielle Auszubildende, Studienabgänger, Umorientierter, Wiedereinsteiger und Arbeitskräfte 50+, die Traumjob besuchen“, so Projektleiterin Christina Berns. Kooperationspartner der Messe ist die IHK Ostwestwestfalen zu Bielefeld (Zweigstelle Paderborn), die mit der Ausbildungsplatzbörse dazu beiträgt, die Ausbildungsplatzsituation transparenter zu machen. Auch die Wirtschaftsförderung Paderborn, das westfälische Wirtschaftsmedium „markt & wirtschaft“ sowie die Agentur für Arbeit Paderborn sind als Partner dabei. Kontakt: Christina Berns, Tel.: 05251 8707070; www.traumjob.org

„Geschäfte im Ausland“

„Geschäfte im Ausland – Erfahrung, Hilfen, Unterstützung“, so lautet das Motto einer Informationsveranstaltung am **Mittwoch, 7. Dezember**, von 14.00 bis 17.30 Uhr im Haus der Dürkopp Adler AG in Bielefeld. Renommierte Unternehmen berichten über ihre Auslandsengagements. Zudem informiert die IHK über ihr Beratungsangebot im Auslandsgeschäft. Die Teilnahme ist kostenlos, eine Anmeldung aber erforderlich. Kontakt: Sara Rüweler, IHK, Tel.: 0521 554-161, E-Mail: s.rueweler@ostwestfalen.ihk.de

Interkulturelle Kompetenz: Erfolgreich kommunizieren und handeln mit arabischen Geschäftspartnern

Tipps und Tricks aus der Praxis, Geschäftskontakte sicher führen, die gängigsten Fehler vermeiden, erfolgreiche Handlungsstrategien und sicheres Auftreten gegenüber arabischen Geschäftspartnern. Am **Freitag, 9. Dezember**, von 9.00 bis 16.30 Uhr in der IHK Ostwestfalen. Kostenbeitrag: 230,00 Euro.



Beratungstag: Saudi-Arabien

Mit Oliver Oehms, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen, Riad. Am **Montag, 12. Dezember**. Terminierte Einzelgespräche in der IHK Ostwestfalen. Kostenbeitrag: 40,00 Euro pro Teilnehmer.

ZU VERKAUFEN!

Erfolgreiches, regionales Internet-Portal mit festem Kundenstamm. Beträchtliches Entwicklungspotential! Technisch auf neuestem Stand! Anfragen unter 2016diechance@gmail.com

SPILKER GROSSEHANDEL

Über 60.000 kg FSC®-zertifizierte Holzdübel in 500 verschiedenen Abmessungen am Lager.

Über 40.000 kg Klebstoffe in 250 Ausführungen am Lager.

Spilker Großhandel

Holzdübel - Klebstoffe - Kanten
Ellerkampstr. 91, D-32609 Hüllhorst
Telefon: 05741/602333
Telefax: 05741/602334
kontakt@spilker.info, www.spilker.info



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



Unternehmerreise Iran

Mitte Januar 2016 haben die USA und die EU viele ihrer Sanktionen gegen den Iran ausgesetzt. Damit ist der Weg auch für deutsche Firmen frei, die in den vergangenen Jahren verlorene Marktanteile im Iran wieder aufzuholen. Iran ist ein Land mit Tradition, das neben einer ausgeprägten Industriekultur über enorme Rohstoffvorkommen verfügt. Mit rund 78 Millionen Einwohnern und einer jungen und größtenteils gut ausgebildeten Bevölkerung gehört der Staat zu den größten Volkswirtschaften in der Region. Das Land hat gute Wachstumsaussichten, es besteht jedoch ein Nachhol- und Modernisierungsbedarf in nahezu allen Branchen – vom klassischen Maschinenbau, der Automobilindustrie über die Gesundheitsbranche bis hin zum Thema Energieeffizienz und Wasserwirtschaft.

Die Unternehmerreise Iran von Freitag, **24. Februar, bis Donnerstag, 2. März 2017**, schließt an die erfolgreiche Reise in den Iran unter Leitung von NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin im Mai 2016 an, um bereits geknüpfte Kontakte weiter zu vertiefen. Insbesondere soll Unternehmen die Mitreise ermöglicht werden, die sich neu für den iranischen Markt interessieren. Das Programm der Reise umfasst unter anderem ein Briefing zu wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen im Iran, Unternehmens- und Projektbesuche, Gespräche mit politischen Ent-

scheidungsträgern, Networking-Veranstaltungen und B2B-Gespräche. Parallel zur Unternehmerreise findet das zweitägige Symposium „Wassertechnologien NRW – Iran“ am 26. und 27. Februar in Teheran statt.

Kontakt: Ines Ratajczak, IHK, Tel.: 0521 554-101, E-Mail: i.ratajczak@ostwestfalen.ihk.de.

+++++**TERMINTICKER**+++++

**Christbaumschmuck:
Gläserne Kostbarkeiten aus dem Thüringer Wald**
Ausstellung bis 08.01.2017
Petershagen, LWL-Industriemuseum
www.lwl.de

**Energie-Scouts OWL:
Ein Gewinn für Unternehmen und Auszubildende**
Dienstag, 13. Dezember 2016
Beginn: 15.00 Uhr
Bielefeld, IHK-Hauptgebäude
www.ostwestfalen.ihk.de

Industrie 4.0 – für kleine und mittlere Unternehmen
Donnerstag, 15. Dezember 2016
Beginn: 15.00 Uhr
Lemgo, SmartFactoryOWL
www.owl-maschinenbau.de

IT'S Breakfast goes OWL
Freitag, 16.12.2016
Beginn: 8.30 Uhr
Bielefeld, IHK-Hauptgebäude
www.ostwestfalen.ihk.de

Alle Termine der IHK Ostwestfalen auf
www.ostwestfalen.ihk.de

Drejsol
COATINGS

Industrielacke nach Maß

Industriestraße 4 · 32361 Pr. Oldendorf
Telefon 0 57 42/93 00-0 · Telefax 0 57 42/93 00-49

www.dreisol.de · mail@dreisol.de

ÜBERZEUGEND!

**Beratung
Konzeption
Abwicklung
Preis/Leistung**

Beispielhaft:
Eb Meyer, Gütersloh

HMS
INDUSTRIEBAU

Industriebauten
Bürogebäude
Produktionsgebäude
Lagerhallen
Funktionshallen
Gewerbebau
Sonderlösungen

HMS Industriebau GmbH
Wülferheide 10
32107 Bad Salzuflen
Tel. 0 52 22/9 44 99-0
Fax 0 52 22/9 44 99-22
www.hms-industriebau.de

**Kreativität
von Anfang an!**

CONCEPTA
Service Agentur

Individuell. Persönlich. Leidenschaftlich.

*Nicht nur sauber, sondern rein.
Ihr zuverlässiger Gebäudereiniger.*

- Unterhaltsreinigung
- Treppenhausreinigung
- Büroreinigung
- Industriereinigung
- Bausanierung
- Und vieles mehr!

www.con-s-ag.de
0 8 00 / 72 45 778
info@con-s-ag.de



 **Persönlich**  **24/7**  **Qualität**

WTG
DEUTSCHLAND

**Wasseraufbereitung
aus der Region für die Region**

WTG Deutschland GmbH
Wassertechnische Gesellschaft

Wir regenerieren Ihre Ionenaustauscher / Vollentsalzungspatronen zur Erzeugung von Reinstwasser (alle Hersteller)

- Enthärtungsanlagen
- Wasseruntersuchungen
- Kühl- und Heizungswasser
- Dosierung
- Regenerierservice
- Schwimmbadtechnik

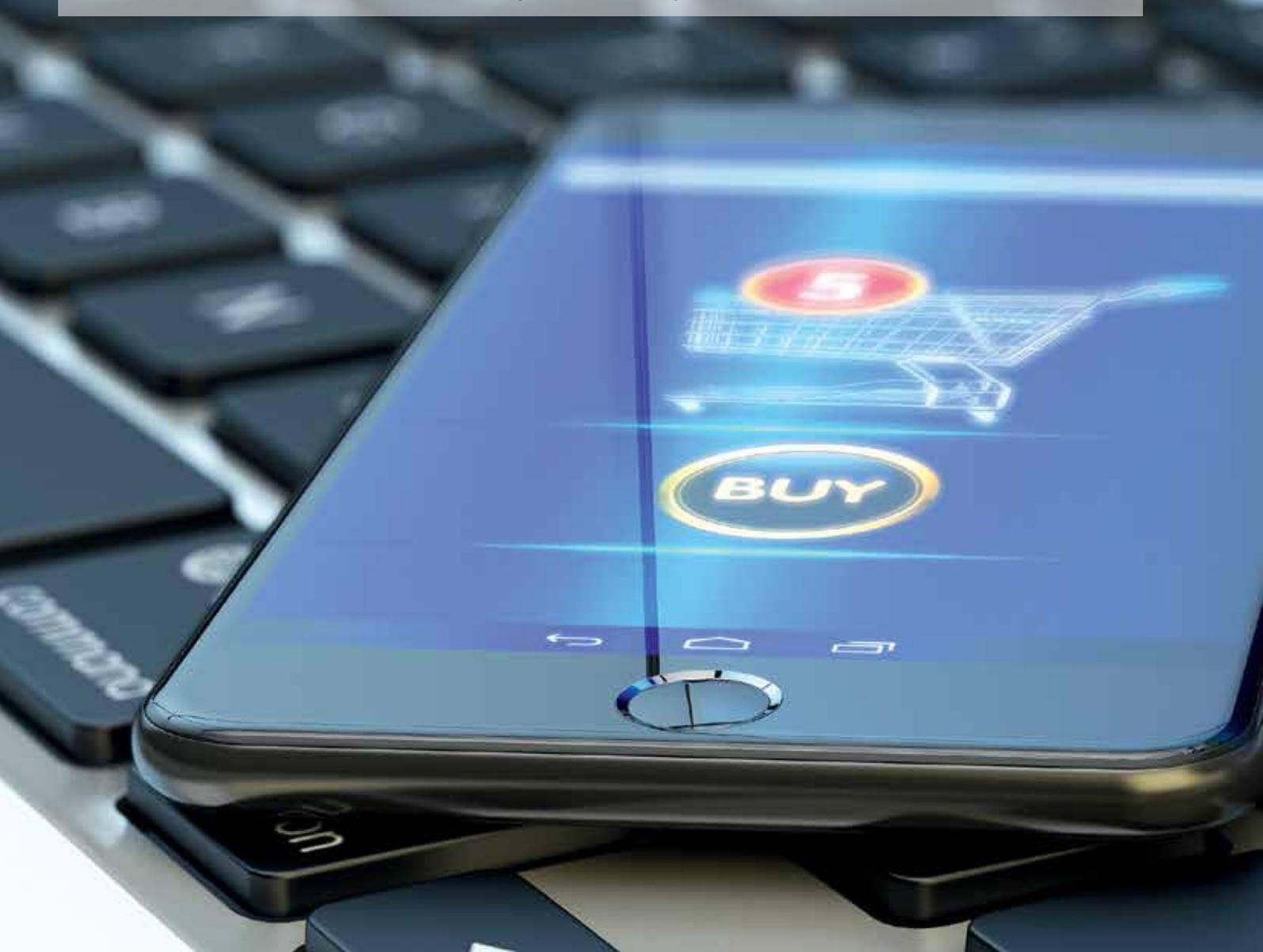
Ferdinand-Gabriel-Weg 13 • 59494 Soest • Tel. 0 29 21. 321 10-0

www.wtg-deutschland.de



Das Geschäft mit dem Klick

Das Online-Shopping boomt in Deutschland, in diesem Jahr ist ein Umsatz von 44 Milliarden Euro prognostiziert. Gleichzeitig steigen die Wünsche der Kunden an die Shop-Betreiber: Auch online muss das Einkaufserlebnis stimmen. Und im Kreis Höxter startet ein eigener Marktplatz.





44

Milliarden Euro
setzt der
Online-Handel
2016 um

Eike Klein sorgt für Einkaufserlebnisse in der virtuellen Welt. Der Gründer und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur u + i interact GmbH & Co. KG, die seit 2007 am Markt ist, beschäftigt sich seit mehreren Jahren mit Online-Shops und sämtlichen Themen, die dazugehören. An den drei Agenturstandorten in Bielefeld, Münster und Hamburg tüfteln 39 Mitarbeiter an der jeweils richtigen Strategie für die rund 100 Kunden. „In den vier Units brand consulting, brand design, brand campaign und digital business solutions konzipiert, entwickelt, gestaltet und kommuniziert das Team Marken und Kommunikationsmaßnahmen – online wie offline“, beschreibt der 41-Jährige das Leistungsangebot seiner Agentur. Zu den bisherigen Kunden zählen unter anderem Arvato, Miele, Tchibo Coffee Service, Gundlach, Boge und radio.de.

Über Arvato, der Bertelsmann-Tochter, die laut eigener Homepage Markenerlebnisse für Kunden schafft, ist Kleins Agentur in internationale Großprojekte eingebunden. Für Computerhersteller Asus hat das u + i-Team das Frontend, die sozusagen sichtbare Seite des Internets, für Deutschland und etliche weitere Länder gestaltet. „Das Frontend wird immer komplexer“, sagt Klein, „die Seiten müssen nicht nur auf verschiedenen Endgeräten sauber und schnell angezeigt werden und Bloginhalte und Videos integrieren, sondern vor allem ein Markenerlebnis transportieren.“

Kuratiertes Shopping

Auch Online-Händler müssen Einkaufserlebnisse für ihre Kunden schaffen, sagt Agenturchef Eike Klein.

**SCHNELLE LIEFERZEIT
SORGT FÜR ZUFRIEDENE KUNDEN**

Dabei sei die Einrichtung eines Online-Shops weit mehr als eine Frage der passenden Technik. „Es ist ein absolutes ‚No-Go‘, nur auf die Technik zu setzen und die Marke nicht richtig zu entwickeln.“ E-Commerce sei vielmehr „ein Prozess, keine Plattform“. Zwar müsse die technische Infrastruktur stimmen, das eigene Warenwirtschaftssystem eingebunden sein, aber ein anderer Aspekt sei viel wichtiger. „Sie müssen ein sehr gutes Kundenerlebnis garantieren können.“ Dazu gehören ein ansprechendes „Online-Schaufenster“ und eine „extrem schnelle Lieferzeit“ von maximal drei Tagen, zählt Klein auf. Wichtig sei ebenfalls, dass das Retourenmanagement und der gesamte Service perfekt funktionierten. Online-Kunden erwarten zudem eine intuitive Bedienung des Shops, dazu zählen eine gute Suchfunktion, gute Filter, ein schneller Check-out, verschiedene Bezahlssysteme, gute Fotos und Produktbeschreibungen – und bei der heutigen Konkurrenz im Markt vor allem Details, die das Nutzungserlebnis „versüßen“, beispielsweise „kleine Animationen an den richtigen Stellen“. Strategie, Technik und Personal müssen außerdem aufeinander abgestimmt sein. „Es wartet keiner auf Sie im Netz, Sie müssen gefunden werden“, nennt Klein eine weitere Herausforderung des Online-Shoppings. Die Kosten für „ein initiales, komplettes Setup einer E-Commerce-Landschaft“ seien schwer zu beziffern, ein sechstelliger Euro-Betrag sei es allemal.

Welche Logistikprozesse der Kunde mit seinem Mausklick auslöst, zeigt das Beispiel des Online-Händlers Tennis-Point aus Herzebrock-Clarholz. Der Spezialist für Tennisbedarf setzt auf ein automatisiertes Lagersystem. Insgesamt 38 rote Roboter transportieren 55.600 mit Sportartikeln gefüllte Behälter. Gestapelt sind diese in einer Aluminium-Konstruktion, auf 15 Etagen. „Nur so werden wir unserer Kundennachfrage gerecht“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter Philipp Tippkemper. Bis zu 5.500 Pakete verlassen den Online-Händler täglich (siehe Seite 30).

**STATIONÄRER HANDEL VOR
TIEFGREIFENDEM WANDEL**

Dass der Online-Handel weiteres Wachstum verspricht, zeigen die aktuellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes – es weist für den Internet- und Versandhandel von Januar bis September 2016 ein preisbereinigtes Umsatzwachstum von 4,7 Prozent aus. Der Handelsverband Deutschland (HDE) prognostiziert für den Online-Handel im Jahr 2016 einen Nettoumsatz von 44 Milliarden Euro. Das entspreche nominal einem Anstieg zum Vorjahr von elf Prozent. Und auch beim Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh) ist Pressesprecherin Josephine Schmitt zuversichtlich: „In diesem Jahr rechnen wir erneut mit zweistelligen Wachstumsraten, deutlich überdurchschnittlich zum



Einzelhandel insgesamt und speziell zum stationären Handel. Das heißt: Auch zukünftig verlegen sich Umsätze aus dem stationären Handel in den Online-Handel. Der E-Commerce ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Hier haben wir ein hohes Niveau erreicht, neun von zehn Deutschen kaufen online ein. Es ist für viele Verbraucher also mittlerweile selbstverständlich, bestimmte Waren online einzukaufen.“

Für Klein geht das Bild des „klassischen Online-Handels“ mittlerweile an der Realität vorbei. „Es entwickelt sich gerade eine Form des ‚digital commerce‘, in der das Beste aus der Online- und Offline-Welt zusammenfließen.“ Als Beispiel nennt Klein Amazons Buchladen in Seattle, am Firmensitz des amerikanischen Online-Händlers. Durch die Amazon-eigene Big-Data-Auswertung, die Analyse der Kundenbestellungen und deren Präferenzen, stellen die Käufer das Sortiment des Buchladens zusammen. Die abgegebenen Rezensionen zu den einzelnen Büchern bestimmten Art und Ort der Produktpräsentation im Laden. „Damit verschmelzen das haptische Einkaufserlebnis mit den Vorteilen des Online-Shoppings“, ist Klein überzeugt.

Welche Auswirkungen der Online-Handel auf die Zahl der stationären Einzelhändler in den kommenden fünf Jahren in Deutschland hat, ordnet HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth ein: „Bis 2020 könnten wir im Vergleich zu 2014 50.000 Handelsstandorte verlieren. Es geht für den stationären Handel jetzt darum, flächendeckend online sichtbar zu sein. Wer im Internet noch nicht einmal auffindbar ist, den gibt es faktisch für sehr viele Kunden nicht mehr. Hier gibt es für viele Unternehmen noch viel zu tun. Es muss nicht immer gleich der eigene Online-Shop sein. Für viele bietet sich auch der Verkauf über Online-Plattformen an. Insgesamt geht die Entwicklung in Richtung Multichannel-Handel, also der Verbindung von on- und offline. In Zukunft werden die Händler am erfolgreichsten sein, die beide Welten am besten miteinander verknüpfen. Schon heute sind die Multichannel-Händler in vielen Branchen Umsatztreiber.“

Auch Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Leiter des eWeb Research Centers der Hochschule Niederrhein, prognostiziert dem stationären Handel einen tiefgreifenden Wandel: „In zehn Jahren wird der stationäre Handel – vor allem im Non-Food-Sektor – deutlich weniger Umsatz machen als heute, denn die Online-Anteile werden sich in diesem Zeitraum noch mindestens verdoppeln. Während der stationäre Handel dann in Metropolen noch gut dastehen wird und auch in Oberzentren noch relativ stabil hält, werden die Händler in den Klein- und Mittelzentren regelrechte Verwerfungen erleben mit erheblichen Umsatzrückgängen auf der Fläche.“ Insofern bleibe nur als Alternative, als stationärer Handel auch ein Stück vom Online-Kuchen abzubekommen (siehe das Interview auf Seite 34).

EINKAUFSERLEBNISSE FÜR ONLINE-KUNDEN SCHAFFEN

„Natürlich stehen Online-Händler vor der Herausforderung, ihre Produkte für den Kunden erlebbar zu machen“, sagt Verbandssprecherin Schmitt. „Als Kunde möchte ich wissen was ich kaufe, wie das Produkt schmeckt, riecht oder sich anfühlt.“ Und es gebe bereits einige Händler, die mit gutem Beispiel voran gingen: „Online-Möbelhändler eröffnen zu Weihnachten Pop-Up-Stores, sodass ich auf der Couch sitzen, aus der Tasse trinken und das schöne Ambiente genießen kann. Oder Mülshändler bringen mir ihr neues Produkt in einem Pop-up-Store für eine bestimmte Zeit geschmacklich näher. Online-Händler sind also gut beraten, wenn sie ihr Produkt nicht nur virtuell, sondern auch physisch zum Kunden bringen und somit erlebbar machen. Mit Virtual Reality hingegen werden künftig noch ganz andere Erlebnisse machbar“, ist Schmitt überzeugt.

Laut Agenturchef Klein nutzen mittlerweile immer mehr Unternehmen Amazon für den eigenen Markenaufbau. „60 Prozent der Produktsuchanfragen werden in den USA nicht mehr über Google, sondern über Amazon gestartet.“ Für Markenhersteller sei das wichtig, denn je mehr sie über diesen Online-Kanal verkaufen, desto höher rutschen sie im Amazon-Ranking. Und werden bei der nächsten Suchanfrage noch schneller gefunden. Für den Fashion-Bereich und Consumer Elect-



Starke Wachstumsraten beim Online-Möbelhandel

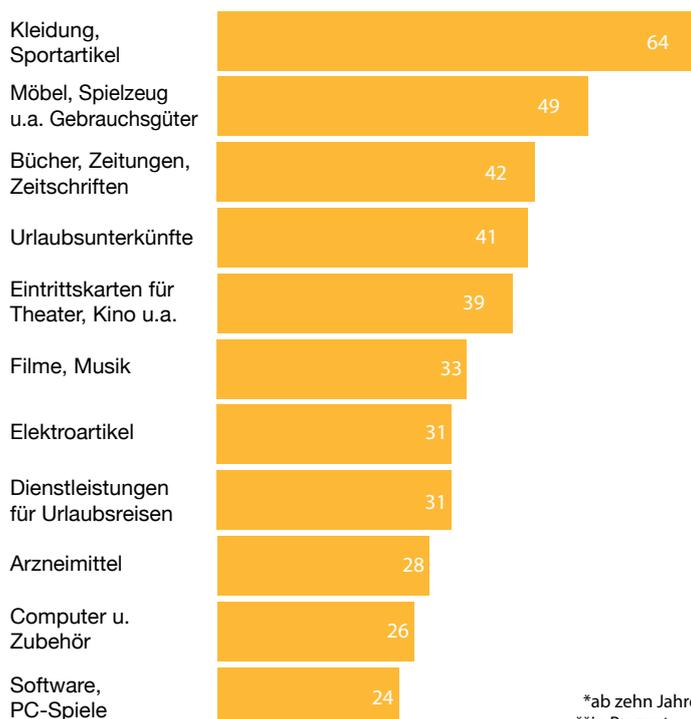
Josephine Schmitt, bevh



Einkaufen im Netz

47 Millionen* in Deutschland haben im Jahr 2015 im Internet eingekauft

Die beliebtesten Waren oder Dienstleistungen waren**:



*ab zehn Jahre
**in Prozent



Bis zu 50.000 Handelsstandorte können schließen

Stefan Genth,
HDE-Hauptgeschäftsführer

20
Prozent
des Online-Umsatzes macht der Bekleidungs-handel aus

ronics erkennt Klein auf der Anbieterseite einen „Trend zur Monopolisierung“. So seien in Deutschland Zalando und notebooksbilliger.de führend. Es gebe einen Trend zur Nischenbildung im Netz. Allerdings würden die Nischen – insbesondere im Modebereich – immer kleiner und die angebotenen Produkte immer hochwertiger.

Aus Sicht von Handelsexperte Genth gibt es Branchen, die in den letzten Jahren bereits relativ hohe Umsatzanteile im Online-Bereich erreicht haben. „Dazu gehört der Elektronikhandel, der Spielwarenbereich, der Buchhandel oder auch der Handel mit Beauty- und Gesundheitsprodukten. Noch viel Potenzial dagegen gibt es im Lebensmitteleinzelhandel, bei Optikern und im Baumarktbereich. Für den einzelnen Händler ist das Online-Wachstum immer Herausforderung und Chance zugleich.“

Laut Schmitt ist die stärkste Branche im Online-Handel die Bekleidungsbranche. „Das wird sich auch lange nicht ändern.“ Auch Technik- und Elektronikartikel seien besonders stark vertreten. „Interessant hingegen ist die Entwicklung im Möbelbereich. Zum aktuellen Zeitpunkt wuchs die Branche in diesem Jahr um knapp 30 Prozent. Hier tut sich viel und wir können auf Lösungen blicken, um insbesondere die Logistikhürden zu überwinden. Denn das Sofa lässt sich nicht so einfach beim Nachbarn abgeben.“ Insbesondere in dieser Branche sei es wichtig, dass Händler ihre Prozesse optimal auf den Kunden abstimmen. „Und dieser ändert seine Gewohnheiten langsam. Aber: Vor Jahren war es noch undenkbar, Bekleidung online zu kaufen. Und nun macht der Bekleidungs-handel knapp 20 Prozent des E-Commerce-Umsatzes aus. Wir sehen hier also noch viel Potenzial. Für den stationären Handel bedeutet dies weiterhin, verstärkt Erlebnisse zu schaffen und Verfügbarkeit und Logistik zu optimieren.“

Um Einkaufserlebnisse bieten zu können, setzen Online-Anbieter laut Klein vermehrt auf „kuratiertes Shopping“ – also Beratung, ein Element, mit dem bislang der stationäre Handel für sich punkten konnte. „Sie geben Ihre Vorlieben in die Suchmaske ein und erhalten Empfehlungen, wie Sie sich Kleiden oder Einrichten können.“ Als Beispiele nennt Klein „Modomoto“, ein Online-Händler spezialisiert auf Männermode, oder „99 Chairs“, bei dem sich die Kunden Wohnungs- oder Geschäftseinrichtungen zusammenstellen lassen können.

Einen weiteren Trend macht der Agenturchef im Shopping über Instant Messenger-Systeme oder Storytelling in Sozialen Medien aus. „Den größten Teil ihrer Zeit verbringen Nutzer am Smartphone in diesen Messengern. Das Gespräch im Ladengeschäft können Nutzer jetzt auch direkt über diesen Kanal ablösen.“ So könnten Nutzer bereits Pizza via WhatsApp bestellen oder im Facebook-Messenger mit dem Kundenservice von Onlineshops sprechen.

EMOTIONALISIERUNG BINDET KUNDEN

Gründer und CEO Nicholas Woodman vom Kamerahersteller GoPro erklärt beispielsweise im Video auf der Firmenwebsite, lässig an einen VW-Bulli T1 gelehnt: „GoPro ist nicht nur ein Unternehmen, das Kameras herstellt. GoPro ist ein Unternehmen, das Erlebnisse teilbar macht.“ Das Video zeigt Sequenzen von Surfern, Skifahrern oder Mountainbikern, aufgenommen mit der Helmkamera. Auf der Website können Kunden „Mach mit bei der GoPro-Bewegung“ anklicken und erhalten dann Videos, News oder Tutorials direkt vom Kamerahersteller.

Durch die Emotionalisierung wachsen digitale und reale Welt zusammen, ist Klein überzeugt. Und die Online-Standards des „B2C-Commerce“ werden zunehmend auf den „B2B“-Bereich übertragen oder von Anbietern erwartet, sei es durch Gewohnheit oder erlerntes Verhalten. „Ein positives Markenbild hat eine besonders wichtige Bedeutung für Kauf- und Entscheidungsprozesse. Die Marke vermittelt schwer greifbare Werte wie Vertrauen und gibt dem Gegenüber dadurch Orientierung. Studien belegen, dass Emotionen auch für Entscheidungen im B2B-Bereich eine wichtige Rolle spielen. Auf Grund fehlender Markttransparenz und Informationslücken, die bei komplexen Entscheidungen durchaus verbreitet sind, ist eine rein rationale Entscheidung nicht möglich“, sagt Klein.

Als nächste Entwicklungsstufe sieht der Agenturchef den Einzug von augmented reality, erweiterter Realität, in die Online-Shopping-Kanäle. „Ich ‚beam‘ das neue Regal mittels Datenbrille in mein Wohnzimmer und entscheide erst dann, ob ich es auch kaufe. Oder ich mache es gleich komplett virtuell erlebbar, indem ich auch noch Schubladen oder Türen öffnen kann.“

Auch beim Thema „mobile commerce“ gebe es schon die nächste Entwicklungsstufe: Die Kunden-Ansprache via App und sogenannten „Beacons“. Geht ein Kunde am Laden vorbei und ist dort das Produkt vorrätig, von dem der Händler dank Big-Data-Analyse weiß, dass sich der Kunde dafür interessiert, summt das Smartphone.

Aber trotz aller virtueller Angebotsvielfalt und Einkaufsoptionen, eins steht für Agenturchef Klein fest: „Ein Online-Shop ist ein weiterer, wichtiger Touch-Point zwischen Kunden und Marke. Er muss Teil eines umfassenden Markenerlebnisses sein.“ Online wie offline.

An solch einem Markenerlebnis arbeitet auch Christian Reineke. Sein Online-Projekt begann vor rund einviertel Jahren mit Fußballschuhen für den jüngsten seiner vier Söhne. Ein spezielles Modell sollte es für den heute 19-Jährigen sein. Die Suche im Internet war zwar erfolgreich, aber aus einem Impuls heraus fragte Reineke bei seinem langjährigen Sportartikelhändler in Steinheim nach – und dort gab es die Schuhe „deutlich billiger“, plus zusätzlichem Rabatt, weil sein Sohn Mitglied im Sportverein ist. Hätte der 50-jährige Familienvater

sich ausschließlich auf die Trefferliste der Suchmaschine verlassen, hätte er das Angebot nicht gefunden. Reineke, gebürtiger Nieheimer, der von sich sagt, er sei „überzeugter Ostwestfale“, startete seine Recherche zu lokalen Online-Plattformen. Für den Kreis Höxter fand er – nichts. Reineke will deshalb „das Online-Portal für den Kreis Höxter“ schaffen. Unter dem Namen „ReMaPla – Ihr regionaler Marktplatz“ soll es im 1. Quartal 2017 starten.

TRANSPARENZ IM KREIS HÖXTER SCHAFFEN

Als Marketing- und Vertriebsleiter bei Keck Energieservice in Brakel sei er im Kreis gut vernetzt, privat hat er noch eine „kleine Eventagentur“, moderiert bei Veranstaltungen. „Ich habe die Kommunen auf meiner Seite, ich habe das Projekt bei den Bürgermeistern im Kreis vorgestellt.“ Die Gemeinden würden die örtlichen Einzelhändler einladen, Reineke und seine drei Mitstreiter dann dort ihr Projekt präsentieren. In der Hälfte der zehn Gemeinden des Kreises hätten sie ihre Idee vorgestellt, 270 Interessenten gäbe es bereits, ab 100 würde sich das Projekt amortisieren, rechnet der studierte Betriebswirt vor.

Dem „Brauchen wir das?“ der Händler setzte Reineke Zahlen entgegen. Auf rund 42 Milliarden Euro beläuft sich der E-Commerce-Umsatz aktuell, innerhalb der kommenden fünf Jahre werde er sich verdoppeln. Nach Zahlen des Instituts für Handelsforschung werden über kurz oder lang 45.000 Einzelhändler in Deutschland schließen. Die einzige Bedingung für die Händler oder Dienstleister, die am „ReMaPla“ teilnehmen wollen: sie müssen ihren Firmensitz im Kreis Höxter haben. Die Banken habe er ebenfalls mit im Boot, momentan verhandle er über eine zweite Medienpartnerschaft. Radio Hochstift habe schon zugesagt, 500 Werbespots sollen für den virtuellen Marktplatz pro Jahr über den Sender gehen. „Auch ein „Energie-Tool“ wird es auf der Seite geben“, schmunzelt Reineke über die Verbindung zu seiner hauptberuflichen Tätigkeit. Ein Veranstaltungskalender soll zusätzliche Besucher auf die Internet-Seite locken. „Die Idee



Online-Plattform für den Kreis Höxter
Christian Reineke will mit seinem „ReMaPla“ im 1. Quartal 2017 starten.

des Marktes ist es, dass ich mich dahin begeben, um Waren, Informationen und Wissen auszutauschen“, charakterisiert er das Online-Angebot der „ReMaPla“-Plattform. „Wir erfinden nichts neu, wir wollen Transparenz im Kreis Höxter schaffen.“ Sein Ziel sei es, das so viel Kaufkraft wie möglich im Kreis Höxter bleibt. Nach einem halben Jahr soll die Höxteraner Online-Plattform erfolgreich laufen. „Wir können ja etwas auf die Beine stellen. Wir müssen dazu wie in einem Fußballteam miteinander spielen. Dabei ist ein Netzwerk für den Erfolg oftmals wichtiger als ein Spitzenspieler in der Mannschaft.“

OWi

Heiko Stoll

8. NRW.Symposium

„Sicher in der digitalen Welt? Chancen für Unternehmen durch Schutz vor Cyber-Angriffen.“



Die Digitalisierung durchdringt alle Branchen und gehört zu den wichtigsten Wachstumstreibern der deutschen Wirtschaft. Doch mit zunehmender Komplexität der IT-Systeme steigen die Risiken durch Cyber-Kriminalität. Betriebsspionage, Datenmissbrauch oder auch ein mangelndes Vertrauen in die Datensicherheit sind Gründe, warum viele Unternehmen vor der Digitalisierung zurückschrecken. Was sie benötigen ist ein Konzept, um sich gegen Angriffe aus dem Netz zu schützen.

Wie können sich Unternehmen sicher in der digitalen Welt bewegen? Antworten gibt es beim NRW.Symposium, zu dem die NRW.BANK gemeinsam mit dem Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen am 12. Januar 2017 nach Düsseldorf einlädt. Die Veranstaltung ist kostenlos und richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen.

In Vorträgen, einer Talkrunde und verschiedenen Foren befasst sich das Symposium mit verschiedenen Aspekten der digitalen Sicherheit: Welche Arten von Cyber-Kriminalität gibt es und wie können sich Unternehmen in Zeiten von Industrie 4.0 vor diesen schützen? Wie können Ransomware – sogenannte Lösegeld-Trojaner – und Industriespionage abgewehrt werden? Wie kann Sicherheit in der Cloud gewährleistet werden? Und welche Schulungsmöglichkeiten gibt es für Mitarbeiter? Keynote Speaker ist der Forscher und Buchautor Dr. Sandro Gaycken.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.nrwbank.de/symposium

8. NRW.Symposium „Sicher in der digitalen Welt? Chancen für Unternehmen durch Schutz vor Cyber-Angriffen.“

12. Januar 2017, 15.30 bis 20.00 Uhr
Kavalleriestraße 22, 40213 Düsseldorf

Wenn Tennisbälle ins Netz gehen

Das neue Tennisschläger-Modell des Wimbledon-Rekordsiegers Roger Federer oder die Kollektion, wie sie die deutsche Weltranglistenbeste Angelique Kerber trägt – bei **Tennis-Point** sind etwa 12.000 Artikel „rund um die gelbe Filzkugel“ bestellbar.



Herzstück der Logistik beim Online-Händler Tennis-Point
Die Roboter des AutoStore-Systems „arbeiten“ vollautomatisch.
Von Mitternacht bis um vier Uhr in der Früh werden sie aufgeladen.

5.500
Pakete
verlassen den
Online-
Händler
am Tag

Aus einem kleinen Verkaufsladen ist inzwischen Europas führender Online-Händler für Tennisbedarf geworden. Für die Kundin ist der Sportartikel nur einen Mausklick entfernt. Sie ordert einen Damen-Tennisschuh der Marke Adidas, Modell „Adizero“ in Größe 36, gespielt von Angelique Kerber. Beim Online-Händler Tennis-Point in Herzebrock-Clarholz startet unmittelbar danach ein komplexer Logistikprozess. Auf die Suche nach dem Schuh im Lagersystem begibt sich Roboter Nummer 15. Er greift die Plastikbox mit den Adidas-Schuhen, fährt zu einem gesonderten Schacht und ab geht's 5,20 Meter in die Tiefe zur Kommissionier-Station. Dort nimmt ein Mitarbeiter das Paar Schuhe raus, legt es in den Versandkarton. „Das sogenannte AutoStore-System ist das Kernstück unseres Lagers“, schwärmt der geschäftsführende Gesellschafter Philipp Tippkemper und ergänzt: „Ich kenne in Ostwestfalen kein anderes Unternehmen, das dieses Hightech-System im Einsatz hat.“ Insgesamt 38 rote Roboter sausen auf Schienen hin und her. Sie transportieren 55.600 mit Sportartikeln gefüllte Behälter. Gestapelt sind diese auf 15 Etagen in einer Aluminium-Konstruktion. „Nur so werden wir unserer Kundennachfrage gerecht“, betont der Unternehmer. Bis zu 5.500 Pakete verlassen den Online-Händler am Tag. Tennis-Point erhält Bestellungen aus der ganzen Welt. Es

seien auch schon Pakete nach Togo, in den Kongo und nach Samoa verschickt worden. „Unser Hauptmarkt allerdings ist West-Europa“, sagt Tippkemper. Die Homepage mit allen Produktbeschreibungen des Online-Shops gibt es in elf Sprachen. Neben Kreditkarten und PayPal bietet Tennis-Point den Kunden im Ausland ländertypische Zahlungsmöglichkeiten an. „In den Niederlanden läuft fast alles über das Online-Bezahlsystem ‚iDEAL‘. Wer diese Zahlart in Holland nicht anbietet, wird es schwer haben, in dem Markt Fuß zu fassen“, berichtet der 36-jährige Mitgeschäftsinhaber. In den nächsten Jahren plant das Unternehmen, den osteuropäischen Markt ins Visier zu nehmen, weil dort die Internet-Infrastruktur große Fortschritte macht.

Der Online-Shop verkauft von seinen 12.000 gelisteten Produkten immer mehr Artikel über mobile Endgeräte. „Die Menschen greifen einfach häufiger zum Smartphone oder Tablet“, weiß Tippkemper: „Dies geht aus unseren Kunden-Daten hervor.“ Deshalb wird der Online-Shop seit 2013 auch für mobile Endgeräte angeboten. „Über die Hälfte unserer Web-Besucher erreichen uns über mobile Geräte wie Smartphones und Tablets. Sie sorgen aber nur für einen Umsatz von etwa 30 Prozent“, erklärt Tippkemper und nennt auch gleich den Grund dafür: „Viele Menschen informieren sich übers Smartphone, tätigen ihren Kauf aber zu Hause in aller Ruhe am PC.“

Die Geschäfte laufen nach Firmenangaben gut. Der Umsatz wird dieses Jahr erstmals bei über 50 Millionen Euro liegen. Das Unternehmen beschäftigt rund 200 Mitarbeiter. „Eine solche Entwicklung hätten wir vor zehn Jahren noch nicht für möglich gehalten“, blickt Tippkemper, der in seiner Freizeit gerne selbst zum Tennisschläger greift, zurück. Vor 18 Jahren fing in Münster in einem 50 Quadratmeter kleinen Tennisgeschäft in der Steinfurter Straße 2 alles an. Thomas Welle und Christian Miele gründeten die Welle&Miele GbR. Die beiden Gründer verkauften auch Artikel über Ebay. 2007 sind Maik Langenberg und Philipp Tippkemper als geschäftsführende Gesellschafter eingestiegen. Die vier Freunde gründeten zusammen die Tennis-Point GmbH & Co. KG. Ihr gemeinsames Ziel: Ein professioneller Online-Shop für den Tennisbereich. Das Unternehmen wuchs rasant. Das Versandlager in Oelde platzte schnell aus allen Nähten. Deshalb zog der Online-Händler 2012 in eine freie Immobilie ins Gewerbegebiet Herzebrock-Clarholz mit einer Lager-Kapazität von 8.000 Quadratmetern um. „Es war eine der besten Entscheidungen in unserer Firmengeschichte“, freut sich Tippkemper noch heute.

BIETEN DEN KUNDEN BEIDE VERKAUFSKANÄLE

Neben dem Online-Shop besitzt Tennis-Point elf Ladendokumente in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Allein in den vergangenen drei Jahren kamen sechs neue Filialen hinzu. Weitere sind geplant. Der Betriebswirt Tippkemper zur Multi-Channel-Strategie: „Unsere Stores geben unserem Unternehmen ein Gesicht. Wir möchten unseren Kunden einfach beide Verkaufskanäle bieten.“ Es gebe immer weniger reine Online-Händler. Auch US-Riese Amazon verkaufe bereits Bücher im Ladengeschäft. Tennis-Point bietet seinen Kunden auch das Mo-

dell „Click and Collect“ an. Online bestellte Waren können so direkt in einer Filiale abgeholt werden. 90 Prozent des Umsatzes werden bei Tennis-Point im Online-Handel erzielt. Um auch weiter zu Europas Marktführern zu gehören, müsse das Layout der Homepage ständig an die Kundenwünsche angepasst werden. Demnächst werde sich der Web-Shop im neuen Design präsentieren, blickt Tippkemper voraus und ergänzt: „E-Commerce ist ein wahnsinnig aufwändiges Business. Im Internet herrscht ein harter Preiskampf. Hier ist die Vergleichbarkeit am höchsten. Der nächste Online-Shop ist nämlich nur einen Mausklick entfernt.“ Auch die sozialen Medien dienen Tennis-Point als Vertriebskanäle. Tippkemper zum Social Commerce: „Wir haben über 300.000 Facebook-Fans und nutzen natürlich auch andere Kanäle wie Instagram, Twitter und Youtube.“

Tennis-Point setzt nicht nur auf Marketing im Netz, sondern auch auf TV-Werbung. Seit 2008 gibt es mit Eurosport einen Exklusiv-Vertrag. „Wir waren in Deutschland einer der ersten Online-Shops überhaupt, der diesen Schritt gewagt hat. Die Spots werden in 50 verschiedenen Ländern ausgestrahlt“, erzählt Tippkemper. Den Sieg der deutschen Weltranglistenrsten Angelique Kerber gegen US-Topstar Serena Williams beim Finale der Australien Open in Melbourne Anfang des Jahres verfolgten in Deutschland in der Spitze 2,55 Millionen Zuschauer vor den Bildschirmen, was einem Marktanteil von 21,4 Prozent entspricht. In den Werbepausen beim Seitenwechsel lief der Werbespot von Tennis-Point.

Kerbers historischer Sieg war gleichzeitig ein Erfolg für den Online-Händler aus Herzebrock-Clarholz. „Unser Umsatz hat sich am Tag des Triumphs im Vorjahresvergleich verdoppelt“, strahlt Tippkemper, der sich noch viele Siege der ‚neuen Steffi Graf‘ wünscht. [UWI](#)

Daniel Münzberg, IHK



Freut sich über das schnelle Wachstum
Der Geschäftsführende Gesellschafter Philipp Tippkemper.



Auf Lager

Im Online-Shop lagern zu Saisonbeginn im Frühjahr fast eine Million Tennis-Bälle unterschiedlicher Marken.

Keine Chance fürs Abmahn-Geschäft

Oft ist die Adressangabe im Impressum des Online-Shops nicht vollständig oder die Grundpreisangabe bei den angebotenen Waren fehlt. Die **rechtlichen Fallstricke** im Internet-Handel lassen sich mit der richtigen Beratung umgehen.



Ein ostwestfälischer Unternehmer mag nicht glauben, was er da in einem anwaltlichen Schreiben liest. Gut 900,- Euro soll er an einen Mitbewerber zahlen, als Erstattung der Kosten, die dem Mitbewerber dafür entstanden sind, den Unternehmer durch seinen Anwalt abmahnen zu lassen. Was ist passiert? Unser Beispiel-Unternehmer ist Händler und verkauft seit Jahren in einem Ladengeschäft. Um sich veränderten Kundenbedürfnissen anzupassen und seinen Kundenkreis zu erweitern, betreibt er seit einiger Zeit einen Online-Shop. Im Impressum seiner Shop-Seite hatte er statt seiner Geschäftsanschrift sein Postfach angegeben. Ein klarer Verstoß gegen das Telemediengesetz, das die Pflichtangaben in der so genannten Anbieterkennzeichnung regelt und stets eine ladungsfähige Postanschrift bestehend aus Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort verlangt. Ein solcher Verstoß kann nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), insbesondere von Wettbewerbern, abgemahnt werden. Die dabei entstehenden notwendigen Anwaltskosten kann sich der Abmahner dann von dem Abgemahnten ersetzen lassen. Die Höhe ist unterschiedlich, richtet sie sich doch nach dem Gegenstandswert und den Regelungen des Rechtsan-

waltsvergütungsgesetzes. Ein paar Hundert Euro werden immer fällig. Mahnt ein abmahnberechtigter Verein ab, kann dieser eine Aufwandsentschädigung verlangen, die sich zwischen 150,- und 350,- Euro zuzüglich Mehrwertsteuer bewegt.

An sich ist die Abmahnung ein gutes Instrument, mit dem Gewerbetreibende unlauteres Handeln durch Wettbewerber schnell, unbürokratisch und ohne staatliche Intervention selbst ahnden können. Die Abmahnung fördert die Selbstregulierung des Marktes. Nicht selten und immer häufiger wird die Abmahnung im Internet aber missbraucht, vor allem, um von den Abgemahnten die Abmahnkosten zu erhalten. Der Mißbrauch einer solchen Abmahnung ist für den Abgemahnten nur schwer zu beweisen, um eine Zahlung und die Abgabe einer vertragsstrafbewährten Unterlassungserklärung kommt er schwer herum.

Nach einer Studie über die häufigsten Abmahngründe im E-Commerce aus dem Jahr 2015, die von der Trusted Shops GmbH, einem großen Dienstleister für Online-Händler, durchgeführt worden ist, entfielen zwei Prozent aller Abmahnungen auf Fehler im Impressum, wie in unserem Beispiel. Die häufigsten Rechtsverstöße im Online-

Handel sind laut Studie Markenrechtsverletzungen (17,67 Prozent), Fehler bei der Grundpreisangabe (11,33 Prozent) Fehler bei der Widerrufsbelehrung (11 Prozent) sowie Urheberrechtsverletzungen (9,33 Prozent), wie etwa fremde Produktfotos oder kopierte Allgemeine Geschäftsbedingungen, gewesen. Jedes Unternehmen, das einen eigenen Auftritt im Internet anbietet, sollte sich bei dessen Erstellung unbedingt über die rechtlichen Verpflichtungen einer Web-Präsenz informieren. Das gilt für die Unternehmenshomepage, den Online-Shop unter der eigenen Domain oder bei eBay, sowie die Unternehmenspräsenz bei Facebook. Die Verpflichtungen, die mit dem

Auftritt im Internet verbunden sind, sind umfangreich und reichen, je nach Branche und Art des Onlineangebots, unterschiedlich weit. Im Zweifel sollten sich Firmeninhaber professioneller Unterstützung bedienen.

Der für einen Verstoß gegen die Impressumspflicht abgemahnte ostwestfälische Unternehmer hat sich zum Beispiel in der IHK-Rechtsabteilung ersten Überblick über die ihn treffenden rechtlichen Verpflichtungen eingeholt. Später hat er seinen Online-Shop dann von einem spezialisierten Rechtsanwalt überarbeiten und sich Texte formulieren lassen.

[G.M.](#)

Lars Henning Döhler, IHK

17

Prozent

der Abmahnungen entfallen auf Markenrechtsverletzungen

HINTERGRUND

Online-Recht – kurz und knapp

Produktbeschreibungen

Produktbeschreibungen im Internet müssen zutreffend sein. Den anbietenden Unternehmen treffen hinsichtlich der Produkt-Kennzeichnung dieselben Verpflichtungen, die auch im stationären Handel gelten.

Widerrufsrecht

Online-Händler müssen Endkunden, die Verbraucher sind, über ihr Widerrufsrecht belehren. Dazu sollten die Händler auf das gesetzliche Muster zurückgreifen. Der Händler muss dem Verbraucher auch ein Musterformular zur Verfügung stellen, mit dem dieser seinen Widerruf geltend machen kann.

Kennzeichnungen

Für viele Produkte gelten besondere Kennzeichnungspflichten. Medien, wie etwa DVDs, benötigen Angaben zur Altersfreigabe der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK). Bestimmte Elektrogeräte müssen Label im Sinne der

Energieverbrauchskennzeichnung tragen.

Textilien müssen nach der EU-Textilkennzeichnungsverordnung gekennzeichnet werden, bei Lebensmitteln müssen Allergene besonders hervorgehoben werden.

AGB

Eine Verpflichtung, Allgemeine Geschäftsbedingungen zu verwenden (AGB), gibt es auch im Online-Handel nicht. Wer AGB verwenden möchte, sollte diese professionell erstellen und laufend überprüfen lassen.

Grundpreisangaben

Bei Waren, die nach Gewicht, Fläche oder Länge angeboten werden, müssen nach der Preisangabenverordnung zusätzlich zum Gesamtpreis auch der Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises angegeben werden.

20 Jahre

brüchner-hüttemann pasch bhp

Architekten + Generalplaner GmbH



„Digitalisierung darf nicht an der Ladentür aufhören“

INTERVIEW Mit dem Smartphone wird der stationäre Handel gerade neu erfunden. Neben einem modernen elektronischen Warenwirtschaftssystem braucht es auch einen wettbewerbsfähigen Online-Shop. **Prof. Dr. Gerrit Heinemann** über „Mobile First“, wachsende Online-Anteile und App-basiertes Einkaufen.

Prof. Dr. Heinemann, Sie beschäftigen sich seit vielen Jahren mit dem Handel, insbesondere dem Online-Handel. Warum hat sich unser Einkaufsverhalten so verändert?

Weil wir Internet und Smartphone nutzen und dies immer öfter tun. Wir haben nur Vorteile davon, alles ist transparent und quasi per Fernbedienung bestellbar. Die Anlieferung nach Hause ist vielfach bequemer und günstiger, als wenn wir extra dafür in die Stadt fahren müssten. Sollten

wir das dennoch tun, können wir vorher schon gezielt den Ladenbesuch vorbereiten. Jederzeit ist jede Art von Information abrufbar. Zunehmend auch von unterwegs über das mobile Internet. Nach aktuellen Erhebungen sind bereits 77 Prozent der erwachsenen Bevölkerung mit dem Smartphone ausgestattet und erwartet, dieses überall und zu jeder Zeit nutzen zu können, auch im Laden. Eines werden die Kunden mit Sicherheit nicht tun, nämlich auf die Smartphone-Nutzung zu verzichten.

Um für ihre Kunden attraktiv zu bleiben, müssen sich Einzelhändler einiges einfallen lassen. Wie kann ihnen das gelingen und reicht es im digitalen Zeitalter noch aus, einer Werbegemeinschaft anzugehören?

Eine Werbegemeinschaft hat sicherlich ihre Daseinsberechtigung, auch wenn darin häufig jedes Jahr von Neuem tagelang immer wieder über dieselben Themen wie zum Beispiel die Weihnachtsbeleuchtung gestritten wird. Aber die Digitalisierung erfordert sicherlich eine sehr viel konsequentere Form der Kooperation, als Werbegemeinschaften das bieten können. Wenn Kunden heute zunehmend auch von ihren regionalen Händlern einen Online-Shop oder zumindest Verfügbarkeitsabfragen erwarten oder zunehmend auch von ihrem lokalen Händler beliefert werden möchten, bietet sich hier sicherlich ein Zusammengehen der Händler vor Ort an. Wieso sollten diese in einer Art Logistikgemeinschaft nicht schneller und besser ihre Kunden beliefern können als Amazon aus dem nächsten Regionallager? Leider zeigen die Verbundgruppen, die ja auch Kooperativen sind, diesbezüglich keine oder viel zu wenig Initiative.

Wie werden sich die Ladengeschäfte – durch die neuen Technologien – verändern und welche Geschäfte könnten zukünftig der Vergangenheit angehören?

Aus Kundensicht darf die Digitalisierung nicht an der Ladentür aufhören, was im schlimmsten Fall dann noch mit Handyverbotsschild, Totenkopf oder Störsender kenntlich gemacht wird. Dieses kommt für viele Kunden einem Hausverbot gleich, denn sie möchten selbstbestimmt auch im Ladenraum das Internet nutzen können, ohne des Ladens verwiesen zu werden. Deswegen muss der stationäre Handel neu erfunden werden und das stationäre Geschäft sich digitalisieren. Der Vergangenheit angehören werden deswegen die Geschäfte, die den Kunden eine digitalisierte Kundenorientierung verweigern.

Sind Konzepte wie „Click & Collect“, bei denen der Verbraucher ein Produkt online bestellt und es dann im Laden abholt, geeignet, den stationären Einzelhandel zu stärken?

Echtes „Click & Collect“ und nicht Etikettenschwindel wie „Ship-to-Store“ werden nachweislich von den Kunden honoriert, wenn sie funktionieren. Das ist aber leider immer noch die Ausnahme, da die IT-Ausstattung vieler Händler – soweit überhaupt Systeme vorhanden sind – häufig völlig veraltet ist. Grundvoraussetzung ist eine moderne elektronische Warenwirtschaft, die verlässliche Warenbestände und damit Verfügbarkeiten anzeigt. Nichts ist schlimmer, als einen Kunden mit falschen Informationen in ein Geschäft zu locken und dann

die angezeigten Produkte nicht verfügbar zu haben. Bevor sich ein Händler allerdings an das Click&Collect-Thema macht, was von allen Multi-Channel-Konzepten am schwierigsten und teuersten ist, sollte er erst einmal einen wettbewerbsfähigen Online-Shop auf die Beine stellen, der mobil optimiert ist und den Kunden die Kaufvorbereitung ermöglicht. Daran hapert es schon in den meisten Fällen.

Um welche Trends kommt der stationäre Einzelhandel nicht herum, wenn er erfolgreich bleiben möchte?

Sicherlich gilt vor allem „Mobile First“. Mit dem Smartphone zusammen wird der stationäre Handel gerade neu erfunden, und zwar aus Sicht des Online-Handels und App-basiert. Amazon macht das derzeit vor mit dem amazon bookstore in Seattle und bald auch Chicago. Hier erleben Kunden eine neue Art der Kundenzentralität und ultimative Usability im Laden. In Europa gibt es eigentlich nur einen Händler, der das verstanden hat und praktiziert, nämlich die Firma Ex-Libris aus der Schweiz, ein Tochterunternehmen der Migros-Gruppe. Dazu bedarf es allerdings eines funktionierenden CRM-Systems inklusive Kundenkarte oder Kundenkonto. Das ist nicht neu und hat – wie ein elektronisches Warenwirtschaftssystem – eigentlich nichts mit der Digitalisierung zu tun, sondern ist vor allem Anspruch an Professionalität.

Wo steht der stationäre Einzelhandel Ihrer Meinung nach in zehn Jahren?

In zehn Jahren wird der stationäre Handel – vor allem im Non-Food-Sektor – deutlich weniger Umsatz machen als heute, denn die Online-Anteile werden sich in diesem Zeitraum noch mindestens verdoppeln. Während der stationäre Handel dann in Metropolen noch gut dastehen wird und auch in Oberzentren noch relativ stabil hält, werden die Händler in den Klein- und Mittelzentren regelrechte Verwerfungen erleben mit erheblichen Umsatzrückgängen auf der Fläche. Insofern bleibt nur als Alternative, als stationärer Handel auch vom Online-Kuchen mitzuessen, wofür es ja auch bereits Erfolgsbeispiele gibt, oder aber das Ladengeschäft auf das höchstwahrscheinlich nahende Kostenproblem anzupassen und „kostenoptimiert“ neu zu erfinden. Die schlechteste Option ist sicherlich, abzuwarten und nichts zu tun.

Immer mehr lokale Online-Plattformen entstehen wie beispielsweise „LocaFox“, die Kunden dabei hilft, die Verfügbarkeit und Preise von Produkten bei stationären Einzelhändlern in ihrer Umgebung zu finden. So kann man das Produkt online reservieren, später abholen oder es sich noch am selben Tag nach Hause liefern lassen. Ein System

Professor

Dr. Gerrit Heinemann

leitet das eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach, wo er auch BWL, Managementlehre und Handel lehrt. Heinemann verfügt über fast 20 Jahre Handelserfahrung. Er war unter anderem als Zentralbereichsleiter und in Geschäftsführerpositionen in der Douglas-Holding tätig, außerdem war er bei Drospa/Douglas sowie Kaufhof/Metro tätig.



„Als stationärer Handel auch vom Online-Kuchen mit essen“

Neben über 200 Fachbeiträgen ist Prof. Dr. Gerrit Heinemann Autor von 16 Fachbüchern zu den Themen Digitalisierung, E-Commerce, Online- und Multi-Channel-Handel. Sein Buch „Der neue Online-Handel“ ist bereits in englischer sowie auch chinesischer Version erschienen und kommt Anfang 2017 in achter Auflage heraus – so wie sein neuestes Werk „Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels“.



mit Zukunft oder ist auch das schon wieder überholt?

Die skizzierten Services stellen sogenannte Multi-Channel-Leistungen dar, mit denen der Kunde den Besuch des stationären Geschäfts vorbereiten kann. Es handelt sich dabei eher um Konzepte von größeren Filialketten und weniger um Funktionen von lokalen Online-Plattformen, die allenfalls Verfügbarkeitsabfragen ermöglichen. LokaFox ist allerdings eher eine nationale Plattform, die lediglich eine Filterfunktion für lokale Händler einer Stadt ermöglicht. Aktuelle Studien und auch Erfahrungen von eBay zeigen allerdings, dass die größten Umsatzpotenziale in der Belieferung von Kunden aus den Filialen stecken. Die skizzierten Funktionen helfen lediglich Kunden, die sowieso den Laden besuchen wollen und schaffen insofern auch keine zusätzliche Frequenz. Wichtigster Grund für das Abholen von online bestellten Waren ist das Sparen von Versandkostengebühren.

Ein Blick in die Zukunft: Welche neuen Formen des Social Commerce wird es in Zukunft geben?

Social Commerce bezeichnet vor allem die Interaktivität von Online-Shops. Leider ist die Mehrzahl der deutschen Online-Auftritte nicht interaktiv, sondern starr. Kunden wünschen aber Kundenbewertungen und Meinungen anderer Käufer. Sie wollen zudem jemanden fragen können, wenn sie nicht weiterkommen, sei es telefonisch oder in Form einer funktionierenden Chat-Funktion, auch Video-Live-Chat. Darüber hinaus gehören kuratierte Angebote („Curated Shopping“) oder individuelle Empfehlungen dazu. Interessant ist, dass die Prinzipien des Social Commerce jetzt auch in den stationären Handel Einzug halten. So präsentiert Amazon im neuen bookstore ausschließlich sehr gut bewertete Produkte sowie auch kuratierte Sortimente.

Die Zahl der Smartphone-User steigt rasant. Das Gerät wird aber nicht nur zum Telefonieren, E-Mail-Schreiben und Chatten genutzt, sondern auch, um sich über Produkte zu informieren oder zum direkten Online-Kauf. Welche technologische Weiterentwicklung ist hier noch zu erwarten?

Apps und App-basiertes Einkaufen werden sicherlich im Handel der Zukunft eine herausragende Rolle spielen. Dabei geht es nicht um Gimicks oder Insellösungen, sondern um „Master-Apps“ von Händlern, in denen alle Einzelhandelsfunktionen zusammenlaufen und der Kunde quasi mit Daumen einkaufen und auch bezahlen kann. Damit wird höchstwahrscheinlich der stationäre Handel neu erfunden. Dieses macht Amazon im neuen bookstore in

Seattle vor, wo der Kunde mit der Amazon-App stationär einkaufen und bezahlen kann.

Mit dem Smartphone den Einkauf im Supermarkt bezahlen und im Café mit dem Handy Trinkgeld geben können – Zukunftsmusik oder wird es bald neue, digitale Bezahlmöglichkeiten geben und was passiert mit dem Bargeld?

Die Tatsache, dass mit Paydirekt jetzt auch die Sparkassen eine mobile Bezahlösung anbieten, zeigt, dass jetzt Mobile Payment in Deutschland offensichtlich Fahrt aufnimmt. Es geht nicht primär um den Ersatz von Bargeld, sondern das schnelle und selbstbestimmte Bezahlen im Laden aus Kundensicht. Im europäischen Ausland ist es schon fast normal, dass Kunden den gefundenen Artikel sofort am Regal per Smartphone bezahlen können. Hier hinkt Deutschland deutlich hinter den anderen europäischen Ländern hinterher. In Relation zur Anzahl aller Akzeptanzstellen für Mobile Payment in Europa müsste Deutschland mehr als 320.000 Akzeptanzstellen haben, kommt jedoch nur auf 80.000 und damit nur auf 25 Prozent des europäischen Durchschnitts.

Ein Manko des Online-Handels ist die Zustellung, die schon mal einige Tage in Anspruch nehmen kann. Welche Herausforderungen kommen auf die Logistik-Anbieter zu, um womöglich noch am selben Tag der Bestellung liefern zu können?

Zeitverzug ergibt sich in erster Linie aus der Arbeitsteilung zwischen den Online-Händlern, Logistikern sowie den Zustellern, die zudem Zustellungen aus betriebswirtschaftlichen Gründen bündeln müssen und deswegen verzögern. Die größte Herausforderung ergibt sich insofern für Logistik-Dienstleister daraus, dass große Online-Händler wie beispielsweise jetzt Amazon, die Zustellung zunehmend selbst übernehmen und damit dann auch taggleich anliefern können. Das ist vor allem bei Lebensmitteln und Frischeprodukten wichtig. Amazon baut derzeit mit Hochdruck eigene Zustelloogistik auf und erhöht in Kombination mit dem Prime-Programm und der gebündelten Zustellmöglichkeit den Druck auf alle anderen Anbieter.

Zum Schluss eine persönliche Frage: Welcher Einkaufstyp sind Sie und wo werden Sie Ihre Weihnachtsgeschenke besorgen?

Ich bin ein typischer hybrider Kunde, der im Internet recherchiert und im Laden einkauft oder auch ab und zu nur online oder wie bei Lebensmitteln auch nur offline einkauft. Die Weihnachtsgeschenke habe ich schon eingekauft, und zwar hybrid bei stationären Händlern mit exzellentem Online-Shop.

Silke Goller

PRO & CONTRA

Mehr Freihandel durch CETA und TTIP?

Wie sich der Handel zwischen Staaten zukünftig entwickeln soll, diskutieren **Britta Haßelmann** und **Wolf D. Meier-Scheuven** kontrovers.



Der Handel ist eine mächtige Triebkraft unserer Zivilisation. Er trägt zu Wohlstand und Frieden bei, weil er die Menschen und Nationen einander nützlich werden lässt. Gerade für das Exportland

Deutschland ist es wichtig, dass wir unsere Produkte unter geregelten Bedingungen in andere Länder verkaufen dürfen. Handelspartner müssen sicher sein können, dass Verträge eingehalten und Rechte zur Not auch gerichtlich durchgesetzt werden können. Deshalb hat Deutschland mit bislang 130 Nationen Handelsverträge geschlossen, die regeln, was wir miteinander handeln wollen, wie das Handelsgeschäft abläuft und wie wir bei Konflikten eine Lösung finden. Solche Verträge wollen wir nun auch mit Kanada und unserem wichtigsten Handelspartner, den USA, schließen. Wir wollen damit Zölle reduzieren, gegenseitig Standards anerkennen, den Austausch von Dienstleistungen und öffentlichen Ausschreibungen erleichtern. Für den Innovationsstandort Deutschland ist es allerdings auch wichtig, dass unser geistiges Eigentum im Ausland geschützt ist. Sollte es zwischen Handelspartnern Streit geben, treffen sich die Streitparteien vor einem internationalen Gericht. Weil Schiedsgerichte von vielen kritisch gesehen wurden, wurde mit Kanada jetzt ein internationaler Handelsgerichtshof geschaffen. Wie positiv sich Freihandelsabkommen auswirken, zeigt das Beispiel Südkorea. Seit dem Vertragsschluss im Jahr 2005 hat sich der Handel vervielfacht. Wir können also erwarten, dass auch CETA und TTIP den wirtschaftlichen Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Ländern beflügeln werden. Denn dadurch werden Arbeitsplätze in Ostwestfalen gesichert und neue ge-

schaffen. Die Abkommen sind fair, weil sie von beiden Seiten ohne Zwang verhandelt und von demokratisch gewählten Institutionen beschlossen werden/wurden. Weil Europa zusammen mit den USA und Kanada der größte Wirtschaftsraum der Welt ist, haben wir die Möglichkeit, den Welthandel mit unseren gemeinsamen, abendländischen Werten und Standards konstruktiv zu gestalten.



Wolf D. Meier-Scheuven,
Präsident der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld, Geschäftsführender Gesellschafter Boge Kompressoren, Bielefeld



Vorweg: Grüne sind für Handel. Handel muss aber fair sein. Unsere demokratische Mitwirkung darf nicht eingeschränkt werden, soziale und ökologische Standards müssen wir weiterentwickeln können. Mit TTIP und CETA soll eine neue

Generation von Handelsabkommen eingeführt werden, die erhebliche Auswirkungen auf viele Bereiche unserer Gesellschaft haben werden. Ob diese Wohlstand bringen und eine nachhaltige Modernisierung unserer Wirtschaft fördern, ist umstritten.

Die Bundesregierung behauptet, mit dem bereits unterzeichneten Kanada-Abkommen (CETA) würden erstmals Standards für einen fairen Handel gesetzt, der zukunftsweisend für künftige Handelsabkommen sei.

Das ist nicht der Fall: CETA birgt erhebliche Risiken für hart erkämpfte ökologische und soziale Standards. Das größte Problem ist, dass CETA für kanadische Investoren die Möglichkeit eröffnet, die Bundesrepublik vor einem exklusiven Schiedstribunal zu verklagen, wenn staatliche Maßnahmen ihre erwarteten Gewinne schmälern. Dabei ist es unerheblich, ob die Maßnahme nach unserem Recht erforderlich ist. Und wir verfügen über gute Rechtssysteme.

Diese Sonderklagerechte bergen enorme Risiken für unsere Staatsfinanzen sowie für den Erhalt und die Fortentwicklung von Schutzstandards. Umso mehr, da vorsorgende Regulierung durch CETA angreifbar wird. Wir befürchten auch negative Auswirkungen auf die Daseinsvorsorge.

Wenn beispielsweise vor Ort Maßnahmen zur Reinhaltung des Wassers ergriffen oder Wasserpreise subventioniert werden, könnte dies mit CETA zu einer Investorenklage in Millionenhöhe führen (Prof. S. Laskowski 2016). Das wäre inakzeptabel! CETA muss substantiell geändert werden.

Die jetzt vereinbarten Zusatzklärungen sind rechtlich nicht geeignet, die Sonderrechte für Investoren zu begrenzen, das Vorsorgeprinzip zu stärken und die kommunale Daseinsvorsorge zu schützen.



Britta Haßelmann,
MdB aus Bielefeld, Erste Parlamentarische Geschäftsführerin und kommunalpolitische Sprecherin BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN



Wirtschaft boomt
Südkorea hat sich zum
Industrieland entwickelt.

Südkorea: Auf dem Weg vom „Fast Follower“ zum „First Mover“

INTERVIEW Südkorea 2016 – unter den TOP-15 der weltweit größten Wirtschaftsnationen, geringe Arbeitslosigkeit, eine hoch entwickelte Industrie und Infrastruktur – kaum jemand hätte vor 50 Jahren diese Prognose gewagt. **Barbara Zollmann**, Geschäftsführerin der AHK Korea, äußert sich im Interview über die Gründe für die schnellen Fortschritte.

Südkorea ist mittlerweile die elftgrößte Wirtschaftsnation weltweit und dominiert wichtige Industriebereiche. Was war das Erfolgsrezept?

Korea hat sich in den vergangenen Jahrzehnten mit hoher Dynamik zu einem Industrieland par excellence entwickelt. Das ist vor allem auf eine gezielte Industriepolitik zurückzuführen. Der Binnenmarkt war lange abgeschottet, doch gleichzeitig gab es eine

harte Konkurrenz der Firmen untereinander. Der Staat bestimmte die Zukunftsbranchen und vergab umfangreiche Fördermittel, vor allem für Infrastruktur, Bildung und Forschung. Heute sind Koreas Großkonzerne wie Samsung, LG und Hyundai globale Unternehmen und ein großes Netz an Freihandelsabkommen unterstützt Koreas Exportstärke. Aktuell werden die industriepolitischen Leitlinien wieder neu justiert, um die Weichen für

die Zukunft zu stellen: Durch eine fokussierte Innovations-, Mittelstands- und Start-up-Förderung soll der Wandel vom „Fast Follower“ zum „First Mover“ gelingen, um dem Wirtschaftswachstum neue Impulse zu geben.

Die deutschen Exporte nach Korea stiegen seit 2011 um mehr als 50 Prozent. Damit ist Korea inzwischen Deutschlands zweitwichtig-

tigster Exportmarkt in Asien. Wie kam es zu dieser beeindruckenden Entwicklung?

Gründe dafür sind die hohe Kaufkraft der koreanischen Bevölkerung, eine große Nachfrage nach deutschen Fahrzeugen, Maschinen und Anlagen und das 2011 abgeschlossene Freihandelsabkommen zwischen der EU und Korea. Mittlerweile sind fast alle deutschen Exporte von Einfuhrzöllen befreit. Korea ist aber nicht nur als Exportdestination interessant. Es hat auch eine strategische Bedeutung, denn Zuliefererentscheidungen für die globalen Aktivitäten der weltweit wichtigen koreanischen (Groß-)Firmen werden ebenfalls nur hier getroffen.

Anders als in Deutschland ist die Wirtschaft Südkoreas sehr stark von einzelnen Großkonzernen wie Samsung oder Hyundai abhängig. Gibt es Anstrengungen, den Mittelstand zu fördern?

Unter dem Leitmotiv „Creative Economy“ fördert die Regierung Innovation und Internationalisierung insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen. Dazu wurden landesweit 18 große Zentren für „Creative Economy and Innovation“ errichtet, die als Start-up-Hub dienen und in denen große, erfolgreiche Unternehmen kleineren Firmen Unterstützung anbieten. Zusätzlich hat der Staat rund 1,6 Milliarden US-Dollar für private Forschungs- und Entwicklungsprojekte bereitgestellt, und Großkonzerne fördern mit mehreren Milliarden Euro die Entwicklung kleinerer Unternehmen.

Kann der deutsche Mittelstand von dieser Förderung profitieren?

Auf jeden Fall. Der deutsche Mittelstand kooperiert mit dem koreanischen durch ein

dichtes Netz an Lieferbeziehungen und Technologiepartnerschaften. Dank dieser engen Verzahnung partizipieren deutsche Firmen am Wachstum der koreanischen Unternehmen. Das Potenzial ist groß, denn deutsche Zulieferer geben Korea oftmals einen Vorsprung im globalen Wettbewerb. Die AHK Korea in Seoul hilft seit nunmehr 35 Jahren unter anderem bei der Etablierung von Geschäftsbeziehungen und berät zu regulatorischen Rahmenbedingungen. Korea-Desks an den IHKs Düsseldorf, Stuttgart und Frankfurt sowie ab Oktober an der IHK München bieten zudem eine intensive Erstberatung an.



Barbara Zollmann, wechselte nach zwei Stationen in der IHK-Organisation in Deutschland 2001 zur AHK USA-Chicago, wo sie unter anderem als stellvertretende Geschäftsführerin tätig war. Ab 2009 war sie beim DIHK in Berlin für die Koordination der AHKs in Nord- und Südamerika sowie Westeuropa verantwortlich. Seit 2013 leitet sie die AHK Korea in Seoul.

Seit letztem Jahr schreiben Sie einen Innovation Award aus. Was waren die Beweggründe dafür?

Auf dem Weg vom „Fast Follower“ zum „First Mover“ sind Innovationskraft und Kreativität unabdingbare Faktoren. Durch unseren Innovation Award möchten wir das vorhandene Innovationspotenzial von Unternehmen in Korea in den Kategorien „Business“, „Green Technologies“ und „Workforce Development“ hervorheben und befördern. Schließlich sieht der Bloomberg Innovation Index 2016

Korea jetzt schon auf Platz 1.

Beenden Sie bitte den folgenden Satz: „Südkorea ist ein attraktiver Investitions- und Exportmarkt, weil ...“

...deutsche Firmen hier auf einen dynamischen Markt mit hoher Kaufkraft treffen und weil auch nur in Korea entschieden wird, welche Maschinen, Anlagen oder Kraftwerkstechniken bei Investitionsprojekten der koreanischen (Groß-)Unternehmen weltweit eingesetzt werden. [DIHK](#)

HINTERGRUND

Südkorea

BIP/Kopf, in USD, 2016*: **25.990**

Wirtschaftswachstum, 2016 in Prozent, real*: **2,7**

Beziehungen zu Deutschland 2015 (Veränderungen ggü. 2014)*: Deutsche Einfuhren, in Millionen Euro: **7.667,1** (- 4,3% ggü. 2014)

Deutsche Ausfuhren, in Millionen Euro: **17.923,2** (+ 14,8% ggü. 2014)

Hermes Länderkategorie: 7
Ease of Doing Business 2016: 4 von 189 Ländern

AHK
Gründungsjahr: 1981
Standort: Seoul

Kontakt: Barbara Zollmann
E. bzollmann@kgcci.com
T. +82(0)23780 4650





„Großbritannien ist nur ein relativ kleiner Logistikpartner“

INTERVIEW Die befürchteten Auswirkungen des Brexits hält **Prof. Dr. Christian Kille** für übertrieben. Statt auf Im- und Exportzahlen zu blicken, argumentiert der Logistikexperte mit Tonnagemengen.

Herr Prof. Kille, der Brexit kommt und viele Unternehmen rechnen mit negativen Folgen für ihre Geschäftsbeziehungen mit Großbritannien. Sie raten zur Gelassenheit. Warum?

Drei Gründe bringen mich zu der Aussage: Erstens ist Großbritannien in Bezug auf die Logistik ein relativ kleiner Partner unter

vielen, beim Import durch den hohen Anteil des Erdöls und Erdgas an der Gesamttonnage mit noch geringerer Relevanz. Zweitens ist Großbritannien kein Industrieland, weswegen sie weiterhin Waren aus anderen Ländern benötigen. Drittens können Logistiker durch die neuen Zollbestimmungen weitere Dienstleistungen anbieten und damit Umsätze generieren.

Ihre Argumentation stützt sich auf Logistikkennziffern und den daraus abgeleiteten Warenaustausch. Warum ist diese Kennziffer aussagekräftiger als Im- oder Exportquoten?

Meine Aussagen beziehen sich auf die Auswirkungen auf die Logistik. Hier sind Umsätze nicht ganz so wichtig, da viele Dienstleistun-

gen ohne Relevanz für die Logistik sind, beispielsweise aus dem Finanzsektor, die andererseits einen großen Anteil an den Import- und Exportquoten haben. Deshalb ist für die Logistik die Tonnage weitaus aussagekräftiger. Hieraus lassen sich relevante Veränderungen leichter ablesen. Nichtsdestotrotz bleibt die Aussage weiterhin bestehen, dass wir etwas nüchterner und rationaler über solche Ereignisse diskutieren sollten. Überhitzte Meinungen und gefühlte Realitäten werden ausreichend an anderer Stelle gesendet.

Wie werden sich die deutsch-britischen Wirtschaftsbeziehungen in den kommenden fünf bis zehn Jahren Ihrer Einschätzung nach entwickeln?

In zehn Jahren wird Großbritannien vielleicht nicht wieder in der EU sein, aber ein eng eingebundener Partner. Es wird einen ähnlichen



Prof. Dr. Christian Kille ist Professor für Handelslogistik und Operations Management an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt. Dort ist er Leiter des Studiengangs Wirtschaftswissenschaften.

Status haben wie Norwegen oder die Schweiz. Einzig wird aus meiner Ansicht nach Großbritannien in einer weniger guten Position sein wie diese beiden Länder. Die Wettbewerbsposition ist nicht so gut, da einzig der Finanzsektor herausragend dasteht. Kurz- bis mittelfristig wird die Nachfrage aus Großbritannien unter anderem aufgrund des schwachen Pfunds zurückgehen, was sich auch in den Prognosen zum Wirtschaftswachstum widerspiegelt, welche für Großbritannien einen Einbruch erwarten. Damit wird der Anteil Großbritanniens an der Exporttonnage sinken, im Gegenzug wahrscheinlich an den Importen leicht steigen. Grundsätzlich werden sich die Wirtschaftsbeziehungen nach einigen Verwerfungen stabilisieren. Großbritannien bleibt ein wichtiger Partner – allein schon wegen der Größe und des hohen Bedarfs an Importgütern. [OWi](#)

Heiko Stoll



Was macht Oltrogge? Oberflächentechnik

150 OLTROGGE
GEMEINSAM EINEN SCHRITT VORAUSS

GEKONNTER FARBAUFTRAG.

Deutschlands größtes Sortiment für den Nasslackbereich. Kompetente Beratung und innovative Lösungen für Farbversorgung, 2K-Mischtechnik und Applikationstechnik. Flächendeckender Service: vier Standorte in Deutschland.

Darauf können Sie sich verlassen: Umfassender Service, eigener Kundendienst, höchste Verfügbarkeit.

Oltrogge 
Technologien für bessere Produktion

MEINUNG



Wolf D. Meier-Scheuven,
IHK-Präsident

US-Wahl – eine echte Überraschung

„Donald Trump hat sich in der Wahl gegen Hillary Clinton durchgesetzt. Eine echte Überraschung. Donald Trump hat im Wahlkampf viele Ankündigungen gemacht, davon auch welche, die für den internationalen Warenaustausch nichts Gutes erahnen lassen. Keiner in Politik und Wirtschaft weiß derzeit, was in der kommenden Zeit davon tatsächlich umgesetzt wird. Die Verunsicherung ist deshalb gerade auch bei den ostwestfälischen Unternehmen groß. Sie hoffen nun darauf, dass wesentliche Säulen der internationalen Zusammenarbeit von der neuen US-Regierung nicht aufs Spiel gesetzt werden.“

Insbesondere die Globalisierung und ihre Erfolge dürfen jetzt nicht durch zunehmenden Nationalismus und Protektionismus in Frage gestellt werden. Welthandelsorganisation, Freihandels- oder Klimaabkommen sind auch für die hierzulande stark international ausgerichteten Unternehmen zentrale Themen.

Für die deutsche Wirtschaft sind die USA der wichtigste Handelspartner: In Deutschland hängen dadurch weit mehr als eine halbe Million Arbeitsplätze am Export in die USA. Rund 3.700 deutsche Firmen haben einen Standort in den USA. Und auch 600 ostwestfälische Unternehmen, darunter fast 200 mit eigener Niederlassung oder Produktionsstätte vor Ort, engagieren sich auf dem US-amerikanischen Markt. Insofern ist die weitere Ausrichtung der US-Wirtschaftspolitik von ganz besonderer Bedeutung.“ 

Qualität der Lehre sichern

Universität Bielefeld beruft neue Professoren – Personaloffensive startet

In den kommenden zwei Jahren werden wir mehr als 40 zusätzliche Professorinnen und Professoren einstellen“, so Professor Dr.-Ing. Gerhard Sagerer, Rektor der Universität Bielefeld und weiter: „Wir werden hauptsächlich Berufungen vorziehen; sie sind der Kern unserer umfangreichen Personaloffensive UNIplus, mit der wir Qualität in der Lehre sichern und gleichzeitig unser Forschungsprofil schärfen werden.“ Möglich macht das eine aktuell besser prognostizierbare mittelfristige Finanzsituation. „Ich begrüße es, dass die Universität Bielefeld die finanziellen Möglichkeiten im Sinne einer strategischen Personaloffensive nutzt“, so Wissenschaftsministerin Svenja Schulze.

Hinter UNIplus stehe ein intensiver Planungsprozess, den das Rektorat mit den Fakultäten in den vergangenen Monaten durchlaufen habe. Mit acht der dreizehn Fakultäten seien die Planungen weitgehend abgestimmt und Beschlüsse zur Umsetzung bereits gefällt. Mit den weiteren Fakultäten sollen die Planungen bis Ende des Jahres abgeschlossen sein. Für die Universität Bielefeld bedeute UNIplus die größte Welle an Professorenberufungen seit ihrer Gründung 1969.

In den kommenden Jahren gingen in allen Fakultäten zirka 45 Professorinnen und Pro-

fessoren planmäßig in den Ruhestand. Durch UNIplus werde ein großer Teil dieser Professuren jetzt vorgezogen zusätzlich zielgerichtet besetzt. Das verbessere die Betreuungssituation für die zusätzlichen Studierenden und stärke das Forschungsprofil. Gleichzeitig nutze die Uni den Zeithorizont, der sich ihr biete: Für wenige Jahre könne mit dem zusätzlichen Geld fest geplant werden. Für die Zeit danach erhalte man sich die Flexibilität, die Stellen entweder auf das alte Niveau zurückzubauen oder weitere Professorinnen und Professoren einzustellen, wenn die Mittel weiter fließen. „Wir stehen in einem starken Wettbewerb mit anderen Universitäten um Budgets und Drittmittel sowie um gute Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Gleichzeitig sind wir konfrontiert mit sehr stark gestiegenen Studierendenzahlen“, erklärt Professor Sagerer. „Mit UNIplus stellen wir uns für diesen Wettbewerb besser auf und gehen diese Herausforderungen konsequent an – eine große Chance für die Universität Bielefeld.“

Im Bereich Forschung sei der Wettbewerb aktuell geprägt von der nächsten Runde der Exzellenzinitiative des Bundes, die ab 2019 die Weichen für die Positionierung im Hochschulsystem stellen solle. UNIplus werde die strategischen Schwerpunkte der Universität



Startet die größte Welle an Professurberufungen seit ihrer Gründung 1969
Die Universität Bielefeld.

Bielefeld stärken: in Exzellenzclustern, Sonderforschungsbereichen und Verbundprojekten.

Die Studierendenzahl lag im Sommersemester 2005 bei 16.900, im Sommersemester 2016 bereits bei 23.100 – das entspreche einer Steigerung um 6.200 Studierende beziehungsweise um 37 Prozent. Eine vergleichbare Entwicklung finde sich auch an den übrigen Universitäten in Nordrhein-Westfalen. Die Prognose der Kultusministerkonferenz gehe davon aus, dass die Zahl der Studienanfängerinnen und -anfänger auch in den nächsten zehn Jahren deutlich über dem Niveau von 2005 bleiben und nur leicht zurückgehen werde. Die Universität Bielefeld habe aktuell 263 Professuren. 40 zusätzliche Professorinnen und Professoren bedeuteten für die Studierenden bessere Betreuung und ein breiteres Lehrangebot.

In der ersten Jahreshälfte 2016 sei klar geworden, wie sich die finanziellen Rahmenbedingungen für die Universitäten in Nord-

rhein-Westfalen bis mindestens 2021 darstellen werden. Die Finanzmittelsituation der Universität Bielefeld werde damit für diesen mittelfristigen Zeitraum prognostizierbar: Es würden bis mindestens 2021 erhebliche zusätzliche Mittel zur Verfügung stehen.

SONDERMITTEL FÜR LEHRERBILDUNG

Unter anderem werden die Sondermittel des Landes für die Lehrerbildung und die Integrierte Sonderpädagogik (LABG-Mittel und ISP-Mittel) verstetigt. Die Programme waren bislang befristet. Dennoch hatte die Universität Bielefeld daraus bereits dauerhafte Stellen geschaffen und besetzt künftig noch weitere. Die Qualitätsverbesserungsmittel (Ersatz für die Studienbeiträge) werden ebenfalls in bisheriger Höhe weiter zur Verfügung stehen. Diese Mittel dienen ausdrücklich dazu, die Studienbedingungen und die Betreuungsrelation zu verbessern. Mit ihnen sollen keine

zusätzlichen Studienplätze geschaffen werden. Sie sollen in den Fakultäten insbesondere für Dauerstellen mit hohem Lehranteil eingesetzt werden, um damit die Qualität der Lehre wirksam zu verbessern. Die Mittel des Hochschulpakts (HSP) und des NRW-Masterprogramms stünden ebenfalls längerfristig zur Verfügung und bedeuteten auch erhebliches Geld. Das HSP II-Programm läuft noch bis Ende 2021.

In der Fakultät für Rechtswissenschaften werden sechs zusätzliche Professuren geschaffen, mit denen Brücken zu Schwerpunktthemen der Universität geschlagen werden, zum Beispiel zum Exzellenzcluster CITEC. Im Bereich Wirtschaftswissenschaften werden zwei zusätzliche Professuren geschaffen, die den Schwerpunkt Data Science stärken. Dieser Schwerpunktbereich soll universitätsübergreifend in Forschung und Lehre ausgebaut werden. In diesem Kontext sollen weitere Stellen eingerichtet werden. 

WERKBLiQ
Der Maschinen-Manager. Mit IQ.

Die neue Intelligenz.

Mit WERKBLiQ vernetzen Sie Ihre Maschine mit allen Prozessen rund um Aktivitätsstatus, Instandhaltung, Dokumentation und Service. Mit iQ.



Infotelefon +49 521 96069169
E-Mail info@werkbliq.de

www.werkbliq.de

VON
MITTELSTAND ZU
MITTELSTAND

„Ein guter Berater denkt nicht nur an mich, sondern auch an meine Zukunft.“

B. Bosch, Engbers GmbH & Co. KG,
Genossenschaftsmitglied seit 1993

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Nutzen Sie für Ihre unternehmerischen Pläne unsere **Genossenschaftliche Beratung**. Mehr Informationen auf vr.de

Volksbank 

„Ziemlich dunkle Wolken am Marken-Horizont“

6. IHK-Forum Kommunikation

zur digitalen Welt mit 130 Teilnehmern gut besucht

Eine eindeutige Antwort auf die Frage „Schöne digitale Welt – überleben Marken im Netz?“ gab das 6. IHK-Forum Kommunikation nicht, aber es brachte zumindest Licht ins Dunkel dieser Frage. Wer nämlich ausschließlich auf digitales Marketing wie Banner-Werbung im Internet, Produktfotos auf Instagram und beispielsweise Fan-Seiten von Unternehmen in Facebook setzt, werde seine Marketing-Ziele nicht erreichen. „Vielmehr ist ein Mix von digitaler mit klassischer Werbung à la TV und Print unerlässlich, um eine Marke im Bewusstsein der Verbraucher etablieren und halten zu können“, sah Dr. Jörg Schillinger, Sprecher des IHK-Arbeitskreises Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der Oetker Gruppe, in seiner Begrüßung ein wesentliches Fazit voraus. Die gemeinsam mit dem Marketing-Club OWL Bielefeld organisierte Fachveranstaltung in der IHK-Hauptgeschäftsstelle in Bielefeld war mit rund 130 Teilnehmern sehr gut besucht. Walter Freese

ging in seinem Vortrag der Frage nach, wie neue Medien die Marken-Kommunikation und das Marken-Engagement verändern. Der Referent ist beim Meinungsforschungsinstitut Kantar TNS für den mobilen Wachstumsmarkt verantwortlich. In mehr als 50 Ländern sammelte seine Firma Informationen darüber, wie, wann und welche Plattformen und Kanäle die Menschen nutzen. Mit den richtigen Informationen könnten Unternehmen eine gezielte Ansprache jedes ihrer einzelnen Kunden entwickeln.

WERBUNG ALS HILFE

Die Firma könne dabei die Menschen dabei an die Hand nehmen und die Informationen über sie nutzen, um Verhaltensmuster zu erkennen und dann im richtigen Moment dem Kunden seine Marke präsentieren. „Der Kunde muss die Werbung als Hilfe zur passenden Zeit empfinden“, betonte der Meinungsforscher. Im Anschluss daran klärte Soheil Dastyari, Geschäftsführer der Agentur

TERRITORY, Europas Marktführer für Content Communication aus Hamburg, die zum Bertelsmann-Konzern gehört, darüber auf, was content communication leistet. Der Werbe-Experte machte deutlich, dass Internetnutzer eine Marke besonders dann als positiv wahrnehmen würden, wenn sie sehr persönlich daher komme. „Deshalb erzählen wir Geschichten über Menschen, die in einem Unternehmen arbeiten, dafür stehen und so zu einem positiven Unternehmens- und Markenimage beitragen. „Das Produkt, das verkauft werden soll, werde erst in einem viel späteren Schritt präsentiert. Dastyari machte das unter anderem an einem Film über einen Flugzeugmechaniker deutlich, der mit seiner Präzision für eine deutsche Fluggesellschaft warb. Danach zeigte Maren Martschenko, Inhaberin der gleichnamigen Markenberatung aus München, wie gerade mittelständische Markenartikler den digitalen Wandel überleben können. Sie mahnte vor allem Mittelständler, sich auf das Wesentliche im Marketing zu konzentrieren, da sie nicht die großen Etats hätten. „Seien sie authentisch, das ist schon die halbe Miete“, riet sie den Anwesenden. Thomas Koch, Buchautor und Media-Kolumnist bei „werben & verkaufen“ und der „Wirtschaftswoche“, belegte in seinem Vortrag mit dem Titel „Die digitale Revolution frisst ihre Kinder: Das langsame Sterben der Marken“ seine These.

„Die Digitalisierung der Märkte fordert uns alle heraus: Das veränderte Entscheidungsverhalten der Endverbraucher disruptiert den Handel und damit zwangsläufig auch die Markenführung. Unser Marketing steht vor einer Herausforderung, der viele Unternehmen noch keinesfalls gewachsen sind“, erläuterte der kritische Journalist. Er sehe im Augenblick zwar kein unmittelbares Aussterben der Marken, „von denen sich unsere ganze Branche ernährt, aber ich sehe ziemlich dunkle Wolken am Marken-Horizont.“

Die anschließende Podiumsdiskussion, die die TV-Journalistin Brigitte Büscher („hart aber fair“) souverän moderierte, ging auf diverse Einzelaspekte wie das Verhältnis von digitaler zu klassischer Werbung ein. In ihrem Schlusswort beleuchtete Susanne Schaefer-Dieterle, Beirat vom Marketing-Club OWL Bielefeld, nochmals die wesentlichen Ergebnisse des Forums.

Jörg Deibert, IHK



Diskutierten über digitale und klassische Werbung Soheil Dastyari, Maren Martschenko, Walter Freese, Brigitte Büscher, Thomas Koch und Dr. Jörg Schillinger.

OWL-Kulturförderpreis verliehen

Drei Unternehmen für Engagement ausgezeichnet – 28 Firmen haben sich beworben

Das Unternehmen alberts.architekten aus Bielefeld, die Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG aus Warburg und Phoenix Contact Deutschland aus Blomberg werden mit dem OWL-Kulturförderpreis 2016 ausgezeichnet. „Mit ihrem außergewöhnlichen Engagement für die Kultur in der Region sind diese drei Unternehmen ein Vorbild für unternehmerische Kulturförderung in Ostwestfalen-Lippe“, lobt die Schirmherrin des Preises und Mitglied der Jury, Regie-

rungspräsidentin Marianne Thomann-Stahl. Die Jury vergab auch einen Sonderpreis an die Stadtwerke Bielefeld für die Konzertreihe „Klangschicht – Kultur zwischen Kraftwerk und Kühlturm“.

Der OWL-Kulturförderpreis wird veranstaltet von der OstWestfalenLippe GmbH in Kooperation mit den IHKs Ostwestfalen zu Bielefeld und Lippe zu Detmold. Der Wettbewerb wird von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG AG unterstützt und vom Ministeri-

um für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW gefördert. Insgesamt 28 Bewerber haben sich in diesem Jahr an dem Wettbewerb beteiligt. Die drei Preisträger – ein kleines, ein mittleres und ein großes Unternehmen – zeichnen sich besonders durch die Qualität und Nachhaltigkeit ihrer Förderung und die Einbindung des kulturellen Engagements in die Unternehmenskommunikation aus. Sie stehen beispielhaft für die vielfältige Kulturförderung von ostwestfälisch-lippischen Unternehmen.

Als kleines Unternehmen setzt sich alberts.architekten bereits seit vielen Jahren für kulturelle Bildung ein. Ausgezeichnet wird das Unternehmen für seinen Einsatz für das Projekt „Jugend unter Dampf“. Ein ehemaliger Gepäckwaggon aus den 1920er-Jahren wurde mit Unterstützung des fahrbaren Jugendzentrums umgebaut. Seit 2009 finden hier nun Programme für Jugendliche aus dem Kreis Lippe statt.

KULTURELLE VIelfALT FÖRDERN

Die Brauns-Heitmann GmbH und Co. KG erhält für ihr langjähriges Engagement für die Warburger Meisterkonzerte den Kulturförderpreis in der Kategorie „mittleres Unternehmen“. Das Unternehmen leistet seit Gründung der Warburger Meisterkonzerte einen wichtigen Beitrag, der über rein finanzielle Förderung hinausgeht.

Das Unternehmen Phoenix Contact engagiert sich bereits seit vielen Jahren für die Kultur am Standort und positioniert sich öffentlich für eine nachhaltige Förderung der kulturellen Vielfalt im Kreis Lippe und darüber hinaus. Neben Geldleistungen für kulturelle Highlights wie „Harmonic Fields“ und dem Europäischen Straßentheater Festival Detmold, dem Musik- und Literaturfestival „Wege durch das Land“ oder der großen Ausstellung „Weltvermesser“ im Weserrenaissance-Museum Schloss Brake setzt sich das Unternehmen inhaltlich für die Kultur ein, so zum Beispiel im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung des Landesverbands Lippe.

Die Jury verleiht in diesem Jahr einen Sonderpreis. Er geht an die Stadtwerke Bielefeld für ihr Projekt „Klangschicht – Kultur zwischen Kraftwerk und Kühlturm“, das im vergangenen Jahr schon zum vierten Mal angeboten wurde und damit eine musikalische Reihe der Extraklasse in Bielefeld etabliert hat. 



Engagieren sich für die regionale Kultur Herbert Weber, Geschäftsführer OstWestfalenLippe GmbH, Hendrik Koch, Vertreter des Hauptsponsors KPMG, Regierungspräsidentin Marianne Thomann-Stahl und Antje Nöhren, Leiterin OWL-Kulturbüro (von links).

Innovatives für Cremes und Limos

Dr. Oetker Preis geht für herausragende Forschungsergebnisse an zwei Nachwuchswissenschaftler

Zum 25. Mal in Folge haben die Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Lemgo, und das Unternehmen Dr. Oetker, Bielefeld, zwei Hochschulabsolventen für ihre herausragenden wissenschaftlichen Leistungen mit dem Dr. Oetker Preis ausgezeichnet. Christian Merck aus Bad Salzuflen nahm den mit 5.000 Euro dotierten Preis für seinen Masterabschluss im Studiengang Life Science Technologies entgegen. In der Kategorie „bester Bachelorabschluss“ überzeugte Saskia Wucher aus Mainz im Rahmen ihres Studiums der Technologie der Kosmetika und Waschmittel. Sie erhielt ein Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro.

Die Preisverleihung fand während der Verabschiedung der Absolventinnen und Absol-

venten 2016 des Fachbereichs Life Science Technologies an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe statt. Begrüßt wurden die Absolventinnen und Absolventen sowie deren Familien und Freunde von Prof. Dr. Thomas Gassenmeier, dem neuen Dekan des Fachbereichs Life Science Technologies.

HOHER PRAXISBEZUG

Dr. Konrad Hörstmann-Jungemann, Hauptabteilungsleiter Forschung und Entwicklung, Sortimentbereich Frische, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG, verlieh den Dr. Oetker Preis und würdigte in seiner Laudatio den hohen Praxisbezug der prämierten Forschungsarbeiten: „Beide Preisträger leisten einen wertvollen Beitrag für wirtschaftliche

Entwicklungen und Optimierungen.“ Zudem betonte Hörstmann-Jungemann, der auch Jury-Mitglied für den Dr. Oetker Preis ist, dass es nicht nur um Innovationen ginge, sondern zunehmend um nachhaltige Errungenschaften, denn Klimawandel, Ressourcenverknappung, Globalisierung und gesellschaftliche Veränderungen seien drängende Themen, die die wissenschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung zukünftig noch stärker prägten. Preisträger Christian Merck hat sich in seiner Abschlussarbeit mit dem Titel „Herstellung von Getränkeemulsionen mittels Gegenstrominjektion zur Aufklärung des verfahrensspezifischen Homogenisierprozesses“ der Technologie der sogenannten Gegenstrominjektion gewidmet. Dieses Verfahren wird bislang in der Kunststoffindustrie eingesetzt. Getränkeemulsionen sind wichtig, damit geschmacksgebende Komponenten, wie zum Beispiel Zitrusöl bei einer Orangen- oder Zitronenlimonade, gut erhalten bleiben. Wird die untersuchte Technologie der Gegenstrominjektion alternativ zum bisher gängigen Homogenisierverfahren eingesetzt, ergeben sich Vorteile hinsichtlich Produktschonung, Reduktion von Prozessschritten sowie Energieeffizienz. Preisträgerin Saskia Wucher beschäftigte sich in ihrer Bachelorarbeit mit dem Thema „Einfluss von Emollients auf die Sensorik kosmetischer Emulsionen“. Emollients sind kosmetische Öle, die in vielen Kosmetikprodukten zur Pflege der Haut enthalten sind. Mit ihrer Arbeit hat Wucher aufgezeigt, wie Öle das Hautgefühl einer Creme beeinflussen können. Mittels dieser Forschungsarbeit kann das in der Kosmetikbranche relevante Verkaufsargument von Sensorik-Erlebnissen wie beispielsweise „weiche und glatte Haut“ beeinflusst werden.

Der Dr. Oetker Preis wird seit 1992 in den Kategorien bester Masterabschluss und bester Bachelorabschluss im Fachbereich Life Science Technologies der Hochschule Ostwestfalen-Lippe vergeben. Dazu gehören die Studiengänge Lebensmitteltechnologie, Industrielle Biotechnologie, Pharmatechnik, Technologie der Kosmetika und Waschmittel, Industrielle Lebensmittel- und Bioproduktion sowie Lehramt an Berufskollegs mit den Fachrichtungen Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft und Lebensmitteltechnik. 



Forschungsergebnisse gewürdigt Prof. Dr.-Ing. Ulrich Müller, Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Master-Preisträger Christian Merck, Bachelor-Preisträgerin Saskia Wucher, Prof. Dr. Thomas Gassenmeier, Hochschule Ostwestfalen-Lippe, und Dr. Konrad Hörstmann-Jungemann, Dr. Oetker (von links).

Wie geht es weiter mit der Sozialen Marktwirtschaft?

BDA-Hauptgeschäftsführer **Stefan Kampeter** fordert mehr Engagement von Unternehmern



Wirtschaft trifft sich zum Gedankenaustausch Jürgen Behlke, Leiter der IHK-Zweigstelle Paderborn + Höxter, Dr. Ralf Becker, IHK-Vizepräsident, Moderatorin Stefanie Martin, Steffen Kampeter, Thomas Sprehe, Vorsitzender des Wirtschaftsclubs Paderborn + Höxter, und Georg Ilksens, Geschäftsführer Wirtschaftsclub Paderborn + Höxter (von links).

Soziale Marktwirtschaft steht für Wachstum, Wohlstand und sozialen Ausgleich. Der Staat legt die Spielregeln für die Wirtschaft fest und setzt sie auch durch. Wer sich nicht selbst helfen kann, erhält Hilfe vom Staat. Ludwig Erhard, der erste Wirtschaftsminister der Bundesrepublik

Deutschland, hat diese Wirtschaftsordnung auf den Weg gebracht. Das war vor mehr als 60 Jahren. Ist das Modell für die heutigen Belange noch die richtige Wahl? Dazu äußerte sich der Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), Steffen Kampeter, der zu dem Thema „Wie

geht es weiter mit der Sozialen Marktwirtschaft?“ sprach. Er folgte der Einladung zur jährlichen Veranstaltung „Wirtschaft trifft...“, zu der die IHK-Zweigstelle Paderborn + Höxter und der Wirtschaftsclub Paderborn + Höxter eingeladen hatten.

Kampeter lobte die Gesellschaftsordnung unseres Landes, die sich durch ein gutes Miteinander zwischen Arbeitgebern, Arbeitnehmern und auch der Kirche auszeichnet.

ALTERSDURCHSCHNITT BEI 60 JAHREN

Was ihm allerdings fehlt, ist das Engagement von Unternehmern: „Es wäre gut, wenn sich Unternehmer mehr in Verbänden engagieren würden. Aktuell liegt der Altersdurchschnitt in diesen Gremien und auch bei Parteiversammlungen bei rund 60 Jahren.“ Kampeter ist davon überzeugt, dass die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft auch davon abhängt, ob es gelingen kann, junge Menschen in diese Gremien zu bekommen.

Der BDA-Hauptgeschäftsführer lobt die deutsche Wirtschaftskraft, der es gelungen ist das Bruttoinlandsprodukt seit 2005 um 30 Prozent zu steigern. Dies sei eine enorme Gemeinschaftsleistung. Aus seiner Sicht hat die Wirtschaftspolitik unseres Landes bereits seit einiger Zeit Urlaub, „da ist nicht viel Bewegung“. Politik hätte vielmehr die Aufgabe, Veränderungen zu organisieren, eine Willkommenskultur für Innovationen, Investitionen und Arbeitsplätze zu schaffen, in ländlichen Gebieten mehr Gewerbegebiete auszuweisen und für eine gute Energie-Infrastruktur zu sorgen. [GWI](#)



Wir lackieren (fast) alles.

www.fortkord-oberflaeche.de

fortkord
OBERFLÄCHE

Erster „Kunststoff-Oskar“ verliehen

Verein Kunststoffe in OWL tagt in Fachhochschule Bielefeld und zeichnet Veränderungen in der Kunststofftechnik aus

Bei der diesjährigen, der insgesamt achten Jahrestagung des Vereins „Kunststoffe in OWL“, wurde vor rund 70 Teilnehmern in der Fachhochschule in Bielefeld zum ersten Mal der „Kunststoff-Innovationspreis 2016“ verliehen. Mit dem „Kunststoff-Oskar“ werden nachhaltige Veränderungen in der Kunststofftechnik ausge-

zeichnet. Hierzu zählen auch neue Verfahren und Werkstoffkombinationen, durch die der Einsatz von Kunststoffen ganz neue Produktmöglichkeiten erfährt, heißt es dazu beim Verein.

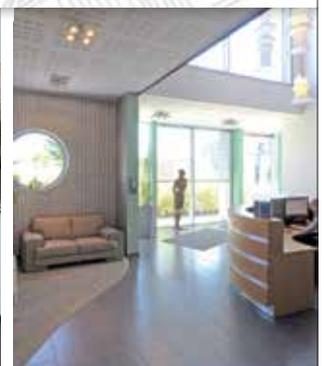
In der Kategorie „Nachwuchs“ wurde Bachelor-Absolvent Phillip Kriener von der Hochschule OWL für seine Abschlussarbeit zum „Strömungsverhalten von Blasfolien“ geehrt. Der Hauptpreis ging an die Krallmann Gruppe aus Hiddenhausen. Die Jury aus Professoren der Uni Paderborn, der Hochschule OWL, der FH Bielefeld und Vertretern der Industrie zeichnete Krallmanns Entwicklung des sogenannten PVSG-Verfahrens aus. Dieses Verfahren ermöglicht es, Styroporformteile mit thermoplastischen Verbindungselementen herzustellen, zum Beispiel den Einsatz von Gewindestutzen zur Lagefixierung in Baugruppen. Mit dem Verfahren wurde selbst das Fachpublikum überrascht, heißt es bei der Jury, denn trotz der geringen Raumdichte werde Styropor nicht automatisch im Leichtbau eingesetzt. Deshalb sei es notwendig, mit einer Auszeichnung auf solche Entwicklungen hinzuweisen und somit den Entwicklern von Bauteilen einen neuen Denkanstoß zu geben, heißt es in der Pressemeldung zur Preisverleihung weiter. Den Preis nahm Krallmann-Geschäftsführer Dr. Michael Späth entgegen. [UW](#)



Initiatoren und Redner der Jahrestagung „Kunststoffe in OWL“ Dipl.-Ing. Andreas Blutmager, Wittmann Group, Dr. Helmut Ridder, Phoenix Contact, Dipl.-Ing. Dirk Bonikowski, Grässlin NORD GmbH, Stefan Schmedding, Vereinsvorsitzender Kunststoffe in OWL e. V., Prof. Christoph Jaroschek, FH Bielefeld, Daniel Graf, Graf Engineering, und Dipl.-Ing. Stephan Klumpp, POR-PLAS GmbH (von links).

Maaß
INDUSTRIEBAU

- Lagerhallen
- Produktionshallen
- Bürogebäude
- Hallensanierungen



www.maass-industriebau.de

Maaß Industriebau GmbH • Richthofenstraße 107 • D-32756 Detmold • Tel. 0 52 31-9 10 25-0

Rhetorik vom Feinsten

FDP-Chef Christian Lindner als Gast beim Lunch der Wirtschaftsunioren Ostwestfalen

Lunch mit Lindner – und Rhetorik vom Feinsten, so lässt sich Mittagessen der Wirtschaftsunioren Ostwestfalen mit dem FDP-Vorsitzenden umschreiben. Nahezu 100 Gäste lauschten dem politischen Vortrag des 37-Jährigen im Hotel Légère in Bielefeld. Dabei nahm sich Christian Lindner insbesondere die Themen Gründungskultur, Eurokrise sowie die Flüchtlingspolitik vor.

Beim speziell für Start-ups wichtigen Thema Digitalisierung griff der Vorsitzende der FDP-Landtagsfraktion NRW die Bundesregierung schroff an und monierte deren „Schnarchnasigkeit“. Lindner: „Wir brauchen eine Glasfaser-Initiative und keine Kupferkabel für 50mbit.“

KRITIK AN STEUERPOLITIK

Darüber hinaus bemängelte Lindner die Steuer- und Geldpolitik vom Bundesfinanzminister Schäuble und der Europäischen Zentralbank als Auswirkung der Eurokrise gleichermaßen. Sie stelle eine „gigantische Umverteilung“ dar, weil die Balance zwischen Staat und Privat „nicht mehr stimmt“. Des Weiteren kritisierte der FDP-Vorsitzende die Überregulierung auf dem Arbeitsmarkt. Der Hauptfeind der Freiheit sei heutzutage „nicht mehr der Sozialismus, sondern der Bürokratismus“.

Lindner geißelte insgesamt die „Ideologisierung“ von Politik. Zum Beispiel werde aus der guten Idee von Inklusion bei Schulen ein Zwang, alle Förderschulen zu schließen. Und die gute Idee der Förderung von Elektromobilität werde etwa mit dem vorgeschlagenen Verbot von Verbrennungsmotoren ab 2030 ins Gegenteil verkehrt. „Dann würden wir zu erheblichen Teilen Strom aus Braunkohle produzieren für Lithiumbatterien mit seltenen Erden aus anderen Erdteilen, die bald Sondermüll sind, für ein Land ohne ausreichend Stromladestellen“, merkte Lindner ironisch an. Die Position des FDP-Chefs zur Flüchtlingspolitik, nach der er gefragt wurde, besteht aus drei Punkten, die er kurz und prägnant darlegte: Erstens ein Zuwanderungsgesetz mit klaren Regeln, die auch eingehalten werden müssten. Zweitens ein Asylgesetz für Verfolgte und von Krieg bedrohte, die bis zum Ende der Auseinandersetzungen in ihren Herkunftsländern in Deutschland bleiben dürften, danach jedoch zurück müssten, wobei sie dafür sofort hier arbeiten und sich bei Integration als Einwanderer bewerben dürften. Und drittens ein Übernahmevertrag mit Staaten für Rückführungen inklusive eines effektiven Schutzes der Außen Grenzen der Europäischen Union. [UW](#)

Jörg Deibert, IHK



Zum Lunch getroffen WJO-Vorstandssprecher Mirco Welsing (links), WJO-Vorstandsmitglied Ricarda Fleer und FDP-Chef Christian Lindner im Hotel Légère in Bielefeld.



Das
nach da?

Läuft.

Unsere Förderanlagen.
Automatisch, innovativ,
wirtschaftlich & leise.

Wir beraten Sie gerne.
www.haro-gruppe.de

LaRo[®]



Neuer Wind in der Bildungslandschaft

Stipendium-Programm feiert 25-jährigen Geburtstag.

Sabrina Maren Schindler ist die 1.500-ste Stipendiatin, die von der
IHK Ostwestfalen betreut wird.

Was verbindet die Scorpions, die Deutsche Bahn und die IHK? „Wind of Change“ von den Scorpions gehörte 1991 zu den erfolgreichsten Hits des Jahres, und der ICE nahm als erster Hochgeschwindigkeitszug der Deutschen Bahn Fahrt auf. Ebenso wie das Förderprogramm der Begabtenförderung Berufliche Bildung, das heutige Weiterbildungsstipendium, das von Beginn an neuen Wind in die Bildungslandschaft brachte: Am 4. Juli 1991 gab das damalige Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (BMBW) den Startschuss für die Pilotphase des Programms. Trotz des sehr engen Zeitfensters konnten seitens der IHK Ostwestfalen 1991 noch 23 Stipendiaten und Stipendiatinnen aufgenommen werden. Dabei lag die besondere Herausforderung in den ersten Monaten darin, ein Auswahlverfahren zu implementieren, das die Kriterien der Richtlinien berücksichtigt, zugleich aber auch transparent und nachvollziehbar die künftigen Stipendiaten, die diesem Profil am besten entsprechen, auswählt.

Mit knapp 37.000 D-Mark wurde der erste Stipendiatenjahrgang in seinem ersten Förderjahr unterstützt, etwa 1/12 dessen, was 2015 bereitgestellt werden konnte. Heute sind es 254 Stipendiaten und Stipendiatinnen, die von der IHK Bielefeld in dem Weiterbildungsstipendium betreut werden. 270.000 Euro können sie aus dem Topf des BMBF in diesem Jahr für fachbezogene berufliche Weiterbildungen, übergreifende und persönlichkeitsbildende Seminare, Aufstiegsfortbildungen sowie Sprachaufenthalte im Ausland oder auch berufs begleitende Studiengänge nutzen. Ab 2017 wird das Stipendium – als eines der größten Stipendiumprogramme Deutschlands – noch attraktiver: der maximale Förderbetrag erhöht sich von bislang 6.000 Euro auf 7.200 Euro, verteilt auf drei Jahre. Zukünftig kann das Geld auch für Prüfungsgebühren genutzt werden. Zudem wird es einen IT-Zuschuss beispielsweise für die Anschaffung eines neuen Computers geben.

25 Jahre Weiterbildungsstipendium hat die IHK Ostwestfalen zum Anlass genommen, ehemalige Stipendiatinnen und Stipendiaten nach dem persönlichen Nutzen der Förderung zu befragen. Bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gibt es ohne Einschränkung eine positive Resonanz. 90 Prozent der Befragten haben diesen Nutzen eindrucksvoll bestätigt: „Total genial“ – „Große Unterstützung“ – „Immense berufliche Entwicklung“ sind nur einige

der Rückmeldungen, die den Erfolg des Stipendiums bekräftigen. Mit über 60 Prozent haben inzwischen die Aufstiegsfortbildungen, zum Beispiel zum Meister, zum Fachwirt oder zum Techniker, und berufsbegleitenden Studiengänge den größten Anteil an den geförderten Weiterbildungen.

MEHR AUFGABEN DURCH WEITERBILDUNG

Bei den fremdsprachlichen Qualifizierungen werden von Beginn an Sprachreisen bevorzugt, besonders in das englischsprachige Ausland. Das Ziel heißt dann auch schon mal Australien, Kanada oder USA.

Gut jeder Zweite bekräftigt, durch die mit dem Stipendium geförderten Weiterbildungen zeitnah einen größeren Aufgabenbereich oder interessantere Arbeitstätigkeiten erreicht zu haben. 40 Prozent hätten sich ohne das Stipendium nicht für die ausgewählten Weiterbildungen entschieden. Diese Rückmeldungen bekräftigen, dass mit dem Weiterbildungsstipendium besonders motivierte Berufseinsteiger gleich zu Beginn ihrer Karriere Gelegenheit bekommen, neue Kompetenzen und Fertigkeiten aufzubauen oder aber auch mit fachüber-



Persönlicher Nutzen

Sabrina Maren Schindler wird als 1.500-ste Stipendiatin von der IHK Ostwestfalen betreut. Die 23-Jährige nutzt die Förderung, um berufsbegleitend BWL zu studieren.

greifenden Weiterbildungen ihren Horizont zu erweitern. Die Förderung dieser jungen Menschen ist damit auch ein geeignetes Instrument zur Attraktivitätssteigerung der beruflichen Bildung; sie sind es, die die Unternehmen als Fach- und Führungskräfte zukünftig benötigen. Durch das Stipendium wird zudem ein Bewusstsein für den großen Nutzen von Weiterbildung gelegt. Knapp 80 Prozent geben an, auch nach dem Stipendium an weiteren Weiterbildungen teilgenommen zu haben. Das Weiterbildungsstipendium ist und bleibt eine lohnende Investition in die berufliche Zukunft. Seit 1991 konnten inzwischen bundesweit über 125.000 Stipendiaten gefördert werden. Als 1.500-ste Stipendiatin ist bei der IHK Ostwestfalen in diesem Jahr Sabrina Maren Schindler aus Rheda-Wiedenbrück aufgenommen worden. Als gelernte Kauffrau im Groß- und Außenhandel arbeitet die 23-Jährige in der Kundenbetreuung bei der SK Pharma Logistics GmbH in Herford: „Um das Verständnis für betriebliche Zusammenhänge zu erweitern, habe ich mich für ein berufsbegleitendes Fernstudium der Betriebswirtschaftslehre entschieden. Da ich in meinem Beruf mit verschiedensten Aufgaben konfrontiert werde und mir dies große Freude bereitet, erhoffe ich mir, im Rahmen des Studiums erlernte Inhalte auf meine berufliche Tätigkeit anwenden und mich in Folge dessen beruflich weiterentwickeln zu können.“ Dafür hat sie die ersten 1.000 Euro bereits zielstrebig eingesetzt. Für Jennifer Maaß, die ebenfalls das Programm bei der IHK Bielefeld mitbetreut, ist es immer wieder erfreulich, junge Menschen am Beginn ihrer beruflichen Zukunft beraten und ein Stück des Weges begleiten zu dürfen. Sie resümiert ihre Erfahrungen mit dem Programm: „Es macht Spaß zu erleben, mit welchem Engagement sie diese für sie einmalige Chance anpacken. Ihre Erfahrungsberichte sind jedes Mal ebenso spannend wie eindrucksvoll. Manchmal erreicht uns dann auch ein überraschender Kartengruß aus Neuseeland oder ein kleines Dankeschön aus Paris.“



Dietmar Mann, IHK

Kontakt

Dietmar Mann, IHK

Tel.: 0521 554-248

E-Mail: d.mann@ostwestfalen.ihk.de

Jennifer Maaß, IHK

Tel.: 0521 554-242

E-Mail: j.maas@ostwestfalen.ihk.de

Transparenz erhöhen

Regionale Handlungspläne für den Ausbildungsmarkt

Schon vor 20 Jahren haben die Akteure der beruflichen Bildung in Nordrhein-Westfalen mit der Landesregierung den sogenannten „Ausbildungskonsens“ unterzeichnet. Vorangegangen waren scharfe Diskussionen über die damals schwierige Situation auf dem Ausbildungsmarkt und Forderungen der Landesregierung zur Einführung einer Ausbildungsumlage. Der unterzeichnete Ausbildungskonsens hat viel Gutes bewirkt. Die wesentlichen Partner der beruflichen Bildung – Betriebe und Berufskollegs – sind danach noch enger als davor zusammengedrückt und stimmen sich bis heute intensiv über inhaltliche, zeitliche und strukturelle Fragen wie die Ausstattung der Berufskollegs ab. Beide Seiten begegnen sich auf Augenhöhe und berücksichtigen jeweils die Interessen des dualen Partners. Als zentrale Ansprechpartner fungieren die exponierten Vertreter der Bezirksregierung sowie die Vertreter der Kammern, um die Etablierung der jeweiligen Berufsschulklassen in den Kreisen ausbildungs- und wohnortnah zu planen.

REGIONALE KOORDINIERUNGSSTELLEN

Gleichzeitig haben sich die IHKs auf Wunsch der Landesregierung bereit erklärt, als sogenannte „Regionale Koordinierungsstellen“ zu wirken. Somit sind die 16 IHKs dafür verant-

wortlich, die Vereinbarungen des Ausbildungskonsenses auch in den Regionen zu kommunizieren und mit den Partnern gemeinsam umzusetzen. Dazu gehören Einladungen zu gemeinsamen Abstimmungen über die Ausbildungssituation und vor allem Absprachen, um die seit 1996 stattfindenden gemeinsamen Nachvermittlungaktionen zu koordinieren. Hier werden ab Oktober noch alle für das jeweilige Ausbildungsjahr unvermittelten Jugendlichen eingeladen, um sie in Einzelgesprächen der Berufsberater der Agenturen für Arbeit und Ausbildungsberater der Kammern auf die dann immer noch offenen Ausbildungsstellen hinzuweisen.

AUSBILDUNGSSTELLEN BESETZEN

Die jüngste „Errungenschaft“ des Ausbildungskonsenses sind die sogenannten regionalen Handlungspläne. Diese in den Spitzengesprächen des Ausbildungskonsenses vereinbarte Zusammenfassung der Aktivitäten in den Regionen dient dazu, die Transparenz über regionale Besonderheiten auf Landesebene zu erhöhen. Dazu gibt es in der aktuellen Version die folgenden Rubriken:

- A) quantitative Ziele
 - B) regionale Handlungsansätze
1. Versorgungsprobleme/Überhang an Bewerbern
 2. Passungsprobleme (Bewerber/Stellen finden nicht zueinander)
 3. Besetzungsprobleme (Ausbildungsstellen bleiben frei)
 4. Flüchtlinge

Damit sind wichtige Bereiche zur Beschreibung der Ausbildungssituation erfasst. Unter Federführung der IHK haben die Partner Mitte Oktober einen siebenseitigen regionalen Handlungsplan übermittelt. Zu den wesentlichen Vereinbarungen gehören:

1. Die Partner werden sich dafür einsetzen, die zusätzlich bei den Agenturen für Arbeit gemeldeten Ausbildungsplätze um 90 auf 12.098 zu erhöhen.
2. Insgesamt sollen 7.500 Unternehmen aus allen Branchen zu den Maßnahmen im Handlungsplan angesprochen werden.
3. Allein über das Speed-Dating und Nach-

vermittlungaktionen sollen 1.600 Jugendliche wegen offener Ausbildungsstellen angesprochen werden.

4. Zusätzlich und gezielt werden 170 Schulen in Ostwestfalen zu den Aktivitäten kontaktiert.
5. Die Akquise-Aktivitäten werden verzahnt, um Unternehmen in abgestimmten Berufsbeiräten gezielt für die Ausbildung zu gewinnen.
6. Als Aktivitäten für Berufe und Branchen, in denen es Ungleichgewichte auf dem Ausbildungsmarkt gibt, werden genutzt: Das Speed-Dating als zentrale Aktion zur Vermittlung offener Ausbildungsstellen mit Unternehmensverantwortlichen, zahlreiche regionale und kommunale Berufsinformationsbörsen und weitere Informationsveranstaltungen für Jugendliche.
7. Genaue Analyse und Absprache geeigneter Maßnahmen für Branchen mit Stellenbesetzungsproblemen (zum Beispiel Lebensmittelverkauf, Berufskraftfahrer, Gastgewerbe).
8. Intensivierung der Nachvermittlungaktionen für vermittlungsbereite Jugendliche.
9. Konkrete Angebote für junge Flüchtlinge wie die enge Kooperation mit den eingerichteten IntegrationPoints, das IHK-Angebot der Maßnahme „EQ+“, das heißt eine Einstiegsqualifizierungsmaßnahme mit kombinierten Kursen zur Sprachvermittlung und interkultureller Kompetenz und einen engen Dialog mit den Berufskollegs zur Möglichkeit, Jugendliche aus den internationalen Förderklassen zu vermitteln.

In den Diskussionen und Treffen des nächsten Jahres werden die Partner im Ausbildungskonsens immer wieder auf den Handlungsplan zurückkommen. Übergreifendes Ziel ist ein verbesserter Ausgleich auf dem Ausbildungsmarkt, wobei sich die Schwerpunkte der Aktivitäten voraussichtlich verschieben werden. Während vor einigen Jahren noch gezielte Akquisitionsbemühungen und höhere Kapazitäten bei Ansprache von Ausbildungsunternehmen im Fokus standen, geht es nunmehr darum, eine höhere Zahl an unbesetzten Ausbildungsstellen besser besetzen zu können. Daraus wird auch deutlich, dass sich die Schwerpunkte des regionalen Handlungsplanes immer an der Problematik auf dem Ausbildungsmarkt orientieren, die wiederum von den Partnern auf Grundlage der eigenen Statistiken und Auswertungen unterlegt wird.

Sven Binner,

IHK-Geschäftsführer Berufliche Bildung



MEINUNG



Swen Binner,
IHK-Geschäftsführer
Berufliche Bildung

Handlungspläne auf Fakten reduzieren

Mit Recht lässt sich die Landesregierung über regionale Ausbildungsentwicklungen, gemeinsame Vereinbarungen und Aktivitäten der zahlreichen Partner auf dem Ausbildungsmarkt informieren. Mittlerweile ist die Zahl der Akteure unüberschaubar geworden, darunter die Kammern, die Kreise, die Bezirksregierung, die Berufskollegs, die Unternehmen, die Agenturen für Arbeit, die Jobcenter, Gewerkschaften, IntegrationPoints ... die Aufzählung ließe sich noch weiterführen. Die Aktivitäten und Vereinbarungen werden unter Federführung der IHK zusammengeführt und in regionalen Treffen erörtert. Viele Fakten und Aktivitäten der Partner wie Bemühungen zur Erhöhung der gemeldeten Ausbildungsstellen, die Ausbildungsstellenakquisition auf bestimmte Berufe und Branchen, gezielte Maßnahmen für Unternehmen, die offene Ausbildungsstellen nicht besetzen können, und vor allem auch die immer mehr reifenden Bemühungen zur Integration junger Flüchtlinge in die berufliche Bildung finden sinnvollen Niederschlag in den Plänen. Allerdings wird dort auch Unsinniges abgefragt, zum Beispiel die Anzahl der Plätze für Schülerbetriebspraktika. Auch angesprochene Unternehmen, Jugendliche sowie Schulen sollen gemeldet werden, können aber nur grob geschätzt werden. Derartige Grobschätzungen sollten nicht die Grundlage des Handelns einer Landesregierung sein. Daher muss der regionale Handlungsplan gestrafft werden – entweder als Frageformat der Landesregierung oder 2017 in einer gekürzten Form der Beantwortung durch die regionalen Partner. 

Weg in die Ausbildung schaffen

Warteschleifen vermeiden, keine unnötigen Umwege: Jugendliche schaffen den Übergang von der Schule in eine qualifizierte Berufsausbildung schneller, wenn sie individuell gefördert werden. Bund, Bundesagentur für Arbeit und Länder setzen sich mit der Initiative Bildungsketten dafür ein, den Übergang Schule – Beruf effizienter zu gestalten. Was sich dadurch für Schulen, Schülerinnen und Schüler sowie Unternehmen verbessert – darüber berichtet die neue Ausgabe des Bildungsketten-Journals. So geben beispielsweise Bildungsakteure aus Hessen einen Einblick in ihre Arbeit, auch Vertreter aus Schule, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft kommen zu Wort. Das Ergebnis: In Hessen erhalten junge Menschen künftig eine noch stärker auf sie zugeschnittene Förderung, damit sie den Schulabschluss besser bewältigen, schneller den Weg in betriebliche Ausbildung finden und die Ausbildung erfolgreich abschließen. Für eine gute individuelle Förderung brauche es intelligente Konzepte zur Berufsorientierung. Für das Bildungsketten-Journal berichtet eine Schule aus Sachsen,

wie sie ihre Schüler praxisnah auf den Berufseinstieg vorbereitet. Dabei arbeitet die Schulleitung mit rund 80 Betrieben zusammen. Von der Nähe zur Wirtschaft profitieren die Jugendlichen – sie finden leichter eine Berufsausbildung, die ihren eigenen Kompetenzen und Interessen entspricht. Das bundesweite Netzwerk SCHULEWIRTSCHAFT führt seit über 60 Jahren Schulen und Unternehmen zusammen. Für die Bildungsakteure der Initiative Bildungsketten bietet die gemeinnützige Organisation viele Anknüpfungspunkte, zum Beispiel zu den Themen Betriebspraktika, Unterstützung von Flüchtlingen, Berufs- und Studienorientierung an Gymnasien und Elternbindung. Weitere Themen in dieser Ausgabe: ein Bericht über die Förderinstrumente zur Integration junger Flüchtlinge, ein Ausblick auf Berufs- und Studienorientierung an Gymnasien und Mentoring-Projekte am Übergang Schule – Beruf und in der Ausbildung. Das neue Bildungsketten-Journal 4/2016 ist kostenlos bestellbar oder als PDF verfügbar unter www.bildungsketten.de/publikationen. 

Initiative Bildungsketten

Sie soll helfen, den Übergang Schule – Beruf effizienter zu gestalten.



KURZ VORGESTELLT

Land- und Baumaschinenmechatroniker/-in

Zwei Jahre sind mittlerweile vergangen, nachdem aus dem Mechaniker für Land- und Baumaschinenteknik die neue und damit angemessenere sowie attraktivere Berufsbezeichnung hervorgegangen und in Kraft getreten ist. Ob bei Herstellern von land-, bau-, garten- und forstwirtschaftlichen Maschinen, in Reparaturwerkstätten oder bei Betrieben, die solche Maschinen vermieten - überall reparieren und warten Land- und Baumaschinenmechatroniker Maschinen, Anlagen, Fahrzeuge und Geräte. Dazu gehören Traktoren und Bagger, aber auch Kleingeräte wie Motorsägen und Rasenmäher. Immer wichtiger werden hierbei Kenntnisse über die Steuerungstechnik in Verbindung mit modernen Datenverarbeitungssystemen in den Maschinen und Fahrzeugen. Intelligente Systeme steuern den Einsatz von Saatgut oder selbst die Fahrt des Traktors in Abhängigkeit der angehängten Rundballenpresse. Eines der wichtigsten Arbeitsmittel ist der Laptop, der zur Diagnose in der Werkstatt, draußen auf dem Feld oder auf der Baustelle unabdingbar ist. Zu den Grundkenntnissen eines Land- und Baumaschinen-

mechatronikers gehört aber auch weiterhin eine fundierte metalltechnische Ausbildung in der manuellen und maschinellen Bearbeitung von Werkstücken und Bauteilen für die Instandsetzung. In Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung hat der Auszubildende entsprechend ein funktionsfähiges Werkstück herzustellen und Bauteile bzw. Baugruppen von land- oder baumaschinentechnischen Fahrzeugen, Geräten etc. zu warten. Ein Kundenauftrag steht hier wie auch im zweiten Teil der Abschlussprüfung dabei immer im Vordergrund. Das zeigt, dass im Beruf auch persönliche und kommunikative Kompetenzen im Umgang mit dem Kunden einen hohen Stellenwert haben.

Die Ausbildungsdauer beträgt 3,5 Jahre. Gezielte Weiterbildungsmaßnahmen ebnet dem Land- und Baumaschinenmechatroniker nach einigen Jahren der Berufserfahrung den Weg zu einem beruflichen Aufstieg, zum Beispiel durch eine Meisterprüfung oder als staatlich geprüfter Techniker im Bereich Kraftfahrzeugtechnik oder Fahrzeugbautechnik.

Michael Lumperda, IHK



SEMINARE

Annette Pieper

Tel.: 0521 554-246

Einkaufscontrolling

Bielefeld, 01.12.2016

09.00–17.00 Uhr

Andreas Priesing

200 €

Erfolgreiches Forderungsmanagement

Bielefeld, 01.12.2016

09.00–17.00 Uhr

Rudolf H. Müller

200 €

FMEA-Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse

Paderborn, 08.12.2016–09.12.2016

09.00–16.30 Uhr

Franz-Xaver Lühnen

400 €

Erfolgreich kommunizieren mit arabischen Geschäftspartnern

Bielefeld, 09.12.2016

09.00–16.30 Uhr

Angelika Rahmer

230 €

Exporttechnik 4: Akkreditive in der Praxis von A bis Z mit praktischen Übungen und Fallbeispielen

Bielefeld, 13.12.2016

09.00–16.30 Uhr

Dr. Ralf Ruprecht

200 €

Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zum Jahreswechsel

Bielefeld, 13.12.2016

09.00–12.30 Uhr

Referententeam

120 €

5S, Ordnung, Sauberkeit und Standardisierung

Paderborn, 15.12.2016–16.12.2016

09.00–16.30 Uhr

Franz-Xaver Lühnen

400 €

Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zum Jahreswechsel

Paderborn, 10.01.2017

09.00–12.30 Uhr

Referententeam

120 €



Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zum Jahreswechsel

Minden, 16.01.2017
13.30–17.00 Uhr
Dr. Thomas Weiß 120 €

Exporttechnik 1: Grundlagen des Exports

Bielefeld, 18.01.2017
09.00–16.30 Uhr
Dr. Ralf Ruprecht 200 €

Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zum Jahreswechsel

Bielefeld, 18.01.2017
14.00–17.30 Uhr
Referententeam 120 €

Aus dem Team in die Führungsverantwortung. Mitarbeiter/-innen werden Vorgesetzte

Paderborn, 24.01.2017–25.01.2017
09.00–17.00 Uhr
Marion Recknagel 460 €

IHK Businessplan-Workshop

Minden, 26.01.2017–02.02.2017
08.30–16.00 Uhr
Volker Schröder 150 €

EDV

Stefanie Pohl
Tel.: 05251 1559-30

Mehr Office im Office – ansprechende Dokumente professionell erstellen

Bielefeld, 06.12.2016–07.12.2016
08.30–13.30 Uhr
Damian Gorzkulla 290 €

PowerPivot und Cube-Funktionen. Reporting und Datenanalyse mit Excel

Bielefeld, 07.12.2016
09.00–17.00 Uhr
Karl-Heinz Bollen 200 €

Excel 2013 AufbauSeminar

Bielefeld, 13.12.2016–14.12.2016
09.00–17.00 Uhr
Damian Gorzkulla 370 €

LEHRGÄNGE

Annette Pieper (BWL)
Tel.: 0521 554-246
Uwe Lammersmann (Technik)
Tel.: 0521 554-139

Angebote weiterer Träger, die auf eine IHK-Abschlussprüfung vorbereiten: www.wis.ihk.de

Online-Marketing-Manager/-in (IHK)

Bielefeld, 09.12.2016–17.12.2016
09.00–17.00 Uhr
Referententeam 1.490 €

Fachkraft (IHK) für betriebliches Rechnungswesen: Modul 2

Espelkamp, 09.01.2017–29.04.2017
18.00–21.15 Uhr
Referententeam 550 €

Fachkraft (IHK) für betriebliches Rechnungswesen: Modul 1

Bielefeld, 23.01.2017–07.04.2017
18.00–21.15 Uhr
Referententeam 550 €

Fachkraft Personalwesen (IHK) – Modul 3: Personalbeschaffung, -führung und -entwicklung

Bielefeld, 26.01.2017–08.04.2017
18.00–21.15 Uhr
Referententeam 490 €

VORBEREITUNG AUF DIE SCHRIFTLICHE ABSCHLUSSPRÜFUNG

Lennart Kränke
Tel.: 0521 554-162

Angebote weiterer Träger, die auf eine IHK-Abschlussprüfung vorbereiten: www.wis.ihk.de

Rechnungswesen für kaufmännische Auszubildende

Bielefeld, 10.01.2017–09.03.2017
18.00–21.15 Uhr
Volker Schröder 280 €

FIT IN DIE AUSBILDUNG

Lennart Kränke
Tel.: 0521 554-162

Lernen lernen

Espelkamp, 01.12.2016–15.12.2016
14.00–17.15 Uhr
Ute Meischen 16 €

Fit in die Ausbildung – Englisch für kaufmännische Berufe

Bielefeld, 01.12.2016–16.12.2016
18.00–20.30 Uhr
Douglas Hallam 24 €

Fit in die Ausbildung – Benimm ist „in“

Minden, 02.12.2016
08.30–16.30 Uhr
Dörte Tykwer 16 €

Fit in die Ausbildung – Benimm ist „in“
Espelkamp, 11.01.2017
08.30–16.30 Uhr
Dörte Tykwer 16 €

Fit in die Ausbildung – Englisch
Bielefeld, 13.01.2017–03.02.2017
17.30–21.15 Uhr
Douglas Hallam 32 €

Fit in die Ausbildung – Sprache und Text
Gütersloh, 18.01.2017–13.02.2017
18.00–21.15 Uhr
Jutta Berges 32 €

**Pünktlich.
Schlüssel.
Fertig.**



Wir planen und bauen für Sie!
Ob Bürogebäude, Produktions- oder Lagerhalle – **schlüsselfertig**, zum **Festpreis**, bei **garantierter Bauzeit!**

OBERBREMER
Baubetriebe
BÜNDE

Rilkestraße 29-33 | 32257 Bünde
T 05223 6882-0
www.oberbremer-baubetriebe.de

RECYCLINGBÖRSE

Mit der IHK-Recyclingbörse bietet die IHK Unternehmen eine benutzerfreundliche Internet-Plattform für das Angebot und die Suche nach verwertbaren Abfällen an. Damit kann jedes Unternehmen konkrete geldwerte Vorteile erzielen.

Einstellung von Inseraten

Interessierte Unternehmen haben die Möglichkeit, nach Eingabe der Firmendaten ihre Angebote an oder Suche nach verwertbaren Abfällen selbst einzustellen. Dabei können sie entscheiden, ob das Inserat chiffriert oder unter Angabe der Kontaktdaten im Internet erscheint. Die IHKs übernehmen die Qualitätssicherung und schalten das Inserat zur Veröffentlichung im Internet frei. Bei Bedarf übernehmen die IHKs auch die Eingabe von Inseraten, sofern diese vom Inserenten nicht direkt online eingegeben werden können.

Vermittlung von Inseraten

Die Vermittlung der Inserate erfolgt automatisiert: Meldet sich ein Interessent auf ein Inserat in der Recyclingbörse, so wird der Inserent umgehend per E-Mail informiert und kann Kontakt mit dem Interessenten aufnehmen. Die Einstellung und Vermittlung von Inseraten ist kostenlos.

Manuela Hütker

Tel.: 0521 554-102
E-Mail: m.huetker@ostwestfalen.ihk.de

Weitere Informationen:
www.ihk-recyclingboerse.de

UNTERNEHMENSBÖRSE

Sie suchen einen Nachfolger für Ihr Unternehmen oder möchten ein Unternehmen übernehmen bzw. als tätiger Teilhaber in ein Unternehmen einsteigen? Hier kann Ihnen die Unternehmensbörse bei der Suche nach einem geeigneten Kandidaten behilflich sein. Die Unternehmensbörse (www.nexxt-change.org) ist eine Internetplattform, über die Kontakte zwischen Unternehmern, die einen Nachfolger suchen, und übernahmeinteressierten Existenzgründern vermittelt werden. Als Regionalpartner unterstützen wir Sie bei der Nutzung von nexxt-change und leiten Kontaktgesuche vertraulich an die Inserenten weiter.

Claudia Rieke

Tel.: 0521 554-226
E-Mail: c.rieko@ostwestfalen.ihk.de

Weitere Informationen:
www.ostwestfalen.ihk.de/existenzgruendung/nachfolge/nexxt-change/

VERBRAUCHERPREISINDEX

2016	2010 = 100
September	107.7
Oktober	107.9

Weitere statistische Daten zum Verbraucherpreisindex finden Sie unter www.ostwestfalen.ihk.de/Seiten-ID: # 144

KONTAKT

Redaktion:
Heiko Stoll, Tel.: 0521 554-203,
Silke Goller, Tel.: 0521 554-140
Fax: 0521 554-103
E-Mail: redaktion@ostwestfalen.ihk.de
www.ostwestfalen.ihk.de
Anzeigen:
Werbeagentur Giesdorf
Tel.: 05231 911-196, Fax: 05231 911-173
E-Mail: info@wag-lippe.de

IMPRESSUM

Die „Ostwestfälische Wirtschaft“ ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld. Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.



Herausgeber: IHK Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Straße 1–3, 33602 Bielefeld
Postfach 10 03 63, 33503 Bielefeld
Tel.: 0521 554-0, Fax: 0521 554-444

Zweigstellen: Stedener Feld 14,
33104 Paderborn
Tel.: 05251 1559-0, Fax: 05251 1559-31
Simeonsplatz 3, 32427 Minden
Tel.: 0571 38538-0, Fax: 0571 38538-15

Für den Inhalt verantwortlich:
IHK-Hauptgeschäftsführer Thomas Niehoff

Redaktion: Dr. Christoph von der Heiden (Ltg.),
Heiko Stoll, Silke Goller

Der Inhalt des Heftes wurde sorgfältig erarbeitet, dennoch können Herausgeber, Redaktion und Verlag keine Haftung für die Richtigkeit übernehmen. Beiträge, die mit dem Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht immer die Meinung des Herausgebers wieder. Der Inhalt der Online-Ausgabe kann aufgrund von Artikel-Aktualisierungen von der Print-Version abweichen.

Titelbild: Foto: Cybrain/Fotolia

Erscheinungsweise: monatlich

Abonnement: Bezugspreis jährlich 24,90 Euro einschließlich Porto und 7% MwSt.

Verlag: Werbeagentur Giesdorf GmbH & Co. KG,
Ohmstraße 7, 32758 Detmold
Geschäftsführung: Rainer Giesdorf, Rolf Giesdorf



Verkauf:

Sabine Buschmann, Tel.: 05231 911-193
E-Mail: sbuschmann@wag-lippe.de
Lars Brockmann, Tel.: 05231 911-197
E-Mail: lbrockmann@wag-lippe.de
Anke Schwarzer, Tel.: 05231 911-195
E-Mail: aschwarzer@wag-lippe.de

Zurzeit ist die Anzeigenpreisliste Nr. 51 vom 1. Januar 2016 gültig.

Druck: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG, Ohmstraße 7, 32758 Detmold

Die „Ostwestfälische Wirtschaft“ wird aus Gründen des Umweltschutzes auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Änderung von Zustellungsdaten für IHK-Mitgliedsunternehmen:

Ulrike Stransky, Tel.: 0521 554-278
E-Mail: u.stransky@ostwestfalen.ihk.de

Änderung von Zustellungsdaten für Abonnenten:

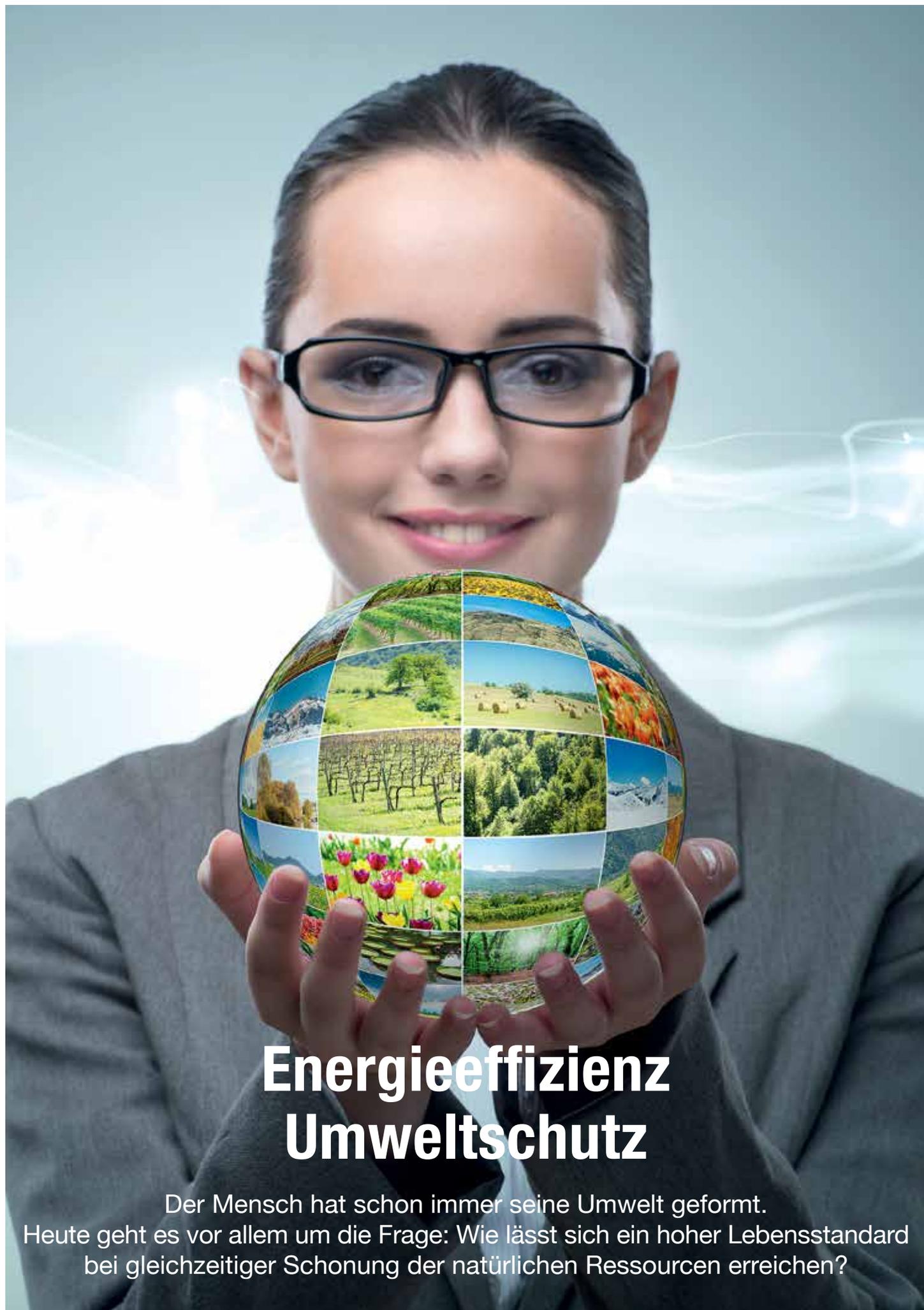
Ronja Olszewski, Tel.: 05231 911-196
E-Mail: rolszewski@wag-lippe.de

Aus Showroom-Auflösung zu verkaufen:

- **Lichtanlage** zur Ausleuchtung von 140 m², komplett mit Leuchtmitteln, Anschaffung 08/13, NP 5.600,- € **VHB**
- **3 Kleiderständer**, Edelstahl, handgeschmiedet, Anschaffung 08/13, NP 2.000,- € **VHB**

Weitere Details und Fotos unter 01 74/992 11 52





Energieeffizienz Umweltschutz

Der Mensch hat schon immer seine Umwelt geformt.
Heute geht es vor allem um die Frage: Wie lässt sich ein hoher Lebensstandard
bei gleichzeitiger Schonung der natürlichen Ressourcen erreichen?

Eine gesunde Erde **ERHALTEN**

Ressourceneffizienz hat sich zu einem echten Wettbewerbsfaktor im Wirtschaftsleben entwickelt. Sowohl für Unternehmen, aber auch für die Umwelt kann ein Mehrwert geschaffen werden.

DIE STEIGENDE NACHFRAGE nach Rohstoffen und Energieträgern weltweit macht die effizientere Verwendung von Ressourcen dringend erforderlich – gerade in einem rohstoffarmen Industrieland wie Deutschland. Maßnahmen zur Steigerung der Ressourceneffizienz helfen produzierenden Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und gleichzeitig die Umwelt zu entlasten. Eine Chance für den Mittelstand. Mit durchschnittlich 44 Prozent

stellen die Materialkosten bereits heute im produzierenden Gewerbe den mit Abstand größten Kostenblock dar – noch vor den Personalkosten mit 20 Prozent.

Doch was bedeutet Ressourceneffizienz? Zu den Ressourcen zählen nicht nur Energie bzw. Energieträger wie ÖL und Kohle, sondern auch Materialien wie Metalle, Chemikalien und Wasser. Das Umweltbundesamt versteht unter Ressourceneffizienz das Verhältnis eines be-

stimmten Nutzens oder Ergebnisses zum dafür nötigen Ressourceneinsatz. Kurz gesagt: Es geht darum mit weniger Ressourceneinsatz zu gleichen oder besseren Ergebnissen zu kommen.

Wenn betriebsinterne Stoffkreisläufe geschlossen und so Material-, Abwasser- und Energiekosten gesenkt werden, wenn die Effizienz des Maschinenparks erhöht sowie Ausschuss verringert wird, hat dies nicht nur positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg, auch die Umwelt profitiert von der Ressourcenschonung.

Das Ziel muss es sein, die Produktion deutlich schlanker und effizienter zu gestalten. Das zahlt sich auch finanziell aus.

Ziel muss es deshalb sein, die Produktion insgesamt schlanker und effizienter zu gestalten. Den meisten Unternehmen ist die Notwendigkeit, Ressourceneinsparungen im Produktionsprozess zu erzielen, bewusst. Oft sind allerdings Prozessstabilität, Anlagenverfügbarkeit und Liefertreue noch oberstes Gebot, so dass bei einer dünnen Personaldecke oft die Zeit dafür fehlt, konkrete Maßnahmen anzugehen. Diese können sich aber lohnen – auch und gerade finanziell.

Vielfach tragen bereits einfache organisatorische Maßnahmen dazu bei, Energie, Wasser oder Material einzusparen. Manchmal entstehen aber auch Ideen, deren Umsetzung Forschungs- und Entwicklungsbedarf oder Investitionen in innovative Prozesstechnik erfordern.

Ob effizientere Prozesse oder umweltgerechtere Produkte – Ressourceneffizienz ist ein nicht zu unterschätzender Hebel zur Erhaltung des Produktionsstandortes Deutschland, zur Steigerung der unternehmerischen Wettbewerbsfähigkeit und zur Schonung unserer Umwelt.

Effizienz-Agentur NRW, www.ressourceneffizienz.de



JETZT AUF
LED
UMSTEIGEN

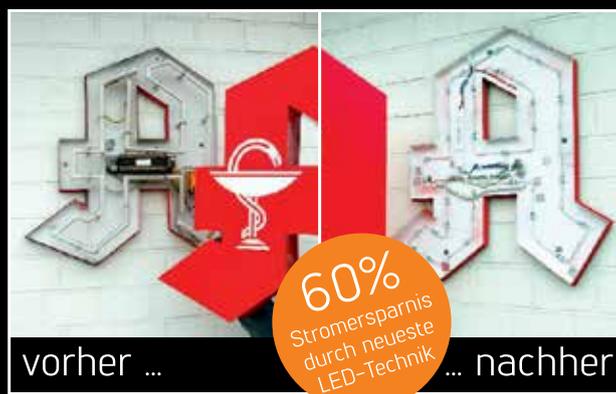
Dank neuester LED-Technik bieten wir Ihnen erstklassige Werbeanlagen *made in germany* – und mit der lichtabhängigen Steuerung aus dem Hause Hansen sparen Sie noch mehr Strom.

Steigen Sie jetzt auf LED um.

ENERGIEEFFIZIENT
KOSTENEFFIZIENT
NACHHALTIG

IHRE WERBEANLAGE SIEHT GUT AUS,
VERBRAUCHT ABER ZU VIEL STROM?

Mit neuester LED-Technik
rüsten wir sie nachhaltig um.



Wir bringen Kundenaugen
zum Leuchten:

+49 5223 9668-6000
6000@bertelmann.de

hansen
technologie · elektronik · licht



BERTELMANN
Einleuchtende Außenwerbung
Klößnerstr. 5, 32257 Bünde

Bewährter Langzeitschutz für Oberflächen



Ein metallischer Zinküberzug verhindert Korrosion und Abnutzung

Feuerverzinkung bedeutet Korrosionsschutz und Langlebigkeit von Stahl und Stahlkonstruktionen und dient damit der Nachhaltigkeit. Brücken, Geländer, Tankbehälter, Parkhäuser – dies sind nur einige Beispiele für Objekte und Produkte, bei denen Feuerverzinkung einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leistet. Geschützt vor Rost können sie länger eingesetzt werden, schonen so die Umwelt und reduzieren mögliche Reparatur- oder Neubaukosten. „Innerhalb der Seppeler Gruppe, Spezialist in Sachen Feuerverzinkung, Behältertechnik, Gitterroste und Beschichtungen, erfolgt der gesamte Verzinkungsprozess nach klar definierten Regeln“, so Thomas Frischen, Managementbeauftragter für Umweltschutz und Sicherheit bei der in Rietberg im Kreis Gütersloh ansässigen Seppeler Gruppe. Von der 6 mm-Schraube bis zum großen Stahlträger wird innerhalb der Gruppe nahezu alles

feuerverzinkt. Mithilfe eines integrierten Managementsystems und spezieller Software wissen alle Mitarbeiter, was im Alltag zu tun ist. Gezielte Investitionen in Abluftwäscher und Wärmerückgewinnungsanlagen tragen zu umweltverträglichen Abläufen bei. „98 Prozent unserer Abfälle werden verwertet. An allen Standorten haben wir auf LED umgestellt und halten unsere Mitarbeiter zum bewussten Umgang mit Energieressourcen an“, betont Thomas Frischen. Und was haben die Kunden davon? „Ganz klar: ein umweltschonendes, langlebiges Produkt und hohe Qualität bei unseren Prozessen. All das schützt die Umwelt und ist ein wichtiger Beitrag zur Nachhaltigkeit“, ist Thomas Frischen überzeugt.

Weitere Informationen unter www.seppeler.de

Gewerbebauten aus Holz

In den 1980er Jahren wurden von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung bei der Definition des Nachhaltigkeitsbegriffs erstmals die ökologischen, die wirtschaftlichen und die sozialen Ziele zueinander in Bezug gebracht. Eine Gesellschaft ist nur dann zukunftsfähig, wenn sie nicht mehr Ressourcen verbraucht als sie auch wieder regenerieren kann. Die Energieeffizienz ist damit ein Mittel, um Nachhaltigkeit zu erreichen. Für das Bauen bedeutet dies, möglichst wenig Energie und Ressourcen zu verbrauchen, um ein Gebäude zu erstellen und zu betreiben. „Mit der Holzbauweise lassen sich diese Ziele wesentlich leichter erreichen als mit anderen Verfahren. Neben der leichten Bearbeitung von Holz lassen sich beispielsweise ohne großen Mehraufwand sehr hohe Dämmstandards im Holzbau gewährleisten“, so Dipl.-Ing. Peter Bren-



Die Verwendung nachwachsender Baustoffe erfreut sich wachsender Beliebtheit

del. Folgerichtig reduzieren sich die Aufwendungen für das Heizen und Kühlen eines Gebäudes, denn ein gut gedämmtes Gebäude braucht einfach weniger Energie. „Die energieeffiziente Bauweise mit Holz schützt die Umwelt, sorgt zu-

sätzlich für positive wirtschaftliche Effekte und für ein gutes Klima im Gebäude“, so Brendel.

Weitere Informationen unter www.meisterstueck.de



PREKWINKEL
Strahl- u. Beschichtungstechnik GmbH

Grüne Str. 129 • 32052 Herford
Tel.: 0 52 21-7 20 28

info@prekwinkel-herford.de www.prekwinkel-herford.de



- Strahltechniken
- Staubfreies Kugelstrahlen
- Thermische Verzinkung
- Industrieanstriche
- Fachbetrieb nach WHG
- Flexibel und stationär
- Warenhandel
- CO₂-Trockeneisstrahlen

Hier weht der Wind auch für Gewerbetreibende!

Senken Sie durch attraktive
Preise Ihre **Energiekosten!**

Haushaltskunden: 24,42 ct/kWh brutto

Sauber. Günstig. Von hier!

WestfalenWIND Strom GmbH · Leihbühl 21 · Lichtenau · 0 52 95 / 99 58 97-0



Westfalen**WIND**
strom

EINFACH WECHSELN!
westfalenwind-strom.de

Anzeige

WIR STEHEN FÜR ZUKUNFTSWEISENDE UND GANZHEITLICHE PLANUNG UND REALISATION VON GROSSPROJEKTEN IM GESAMTEN BEREICH DER ELEKTROTECHNIK

Primäres Ziel der ROMBERG I GROUP ist es, für Sie als ein kompetenter und zuverlässiger Ansprechpartner rund um das Thema Elektrotechnik im Gebäude zu fungieren – von der individuellen Beratung, Planung, Beschaffung und Ausführung, bis hin zur nachhaltigen Wartung und Betreuung Ihres Objektes. Für Projekte, die besonders hohe Anforderungen an Qualität, Budget und Termine stellen, kann die ROMBERG I GROUP ihr vorhandenes Know-how gezielt einsetzen und somit einen wichtigen Beitrag zum Projekterfolg leisten. Hohe Qualitätsmaßstäbe, Fachwissen und innovative Lösungen gehören zum obersten Prinzip unseres Unternehmens. Langjährige Erfahrungen unserer Mitarbeiter ermöglichen individuell ausgearbeitete und besonders ökonomische Konzepte.

Um „Energieeffizienz zu erhöhen“, „klimarelevante Emissionen zu reduzieren“ und „Ressourcen zu schonen“ hat die ROMBERG I GROUP Maßnahmen für Märkte, Lager, Verwaltung und Produktion ergriffen. Oberstes Klimaziel ist die Treibhausgasemissionen zu minimieren. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet die ROMBERG I GROUP an effizienten Beleuchtungskonzepten, die den Lichtenanforderungen in den unterschiedlichsten Anwendungen gerecht werden. Durch die Umrüstung auf moderne LED-Beleuchtungssysteme können hohe Energieeinsparungen erzielt werden. Dieser Schritt bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Zur Qualitätssicherung der neuen Beleuchtungssysteme ist eine umfassende Planung notwendig, hierbei werden auch besondere Installations- und Garantiebedingungen berücksichtigt. Der ROMBERG I GROUP stehen Marken von deutschen Herstellern für professionelle Beleuchtung als zuverlässige Partner zur Seite.

ROMBERG | GROUP



ROMBERG | GROUP

Otto-Hahn-Straße 24
33104 Paderborn

Tel.: 05254 | 9777-0
Fax: 05254 | 9777-19

info@Romberg-Group.de
www.Romberg-Group.de



Überzeugend sparsame Lackierspritzpistole

Die ASG 10 von Oltrogge aus Bielefeld ist eine automatische Spritzpistole, die für enge und schmale Arbeitsbereiche konzipiert worden ist. Dank des reduzierten Innenraums der Materialaufnahme sinkt der Verbrauch bei häufigen Materialwechseln. Zudem sind die Winkel der Materialkanäle so optimiert, dass eine bestmögliche Reinigung der Pistole ermöglicht wird. Die wirtschaftliche Bauweise sorgt für kurze Wartezeiten und geringen Materialverlust. Für Anwender, die nach einer effizienten Spritzpistole für hochwertige Oberflächenergebnisse suchen, ist die ASG 10 perfekt geeignet. Die Pistole überzeugt nicht nur durch ihre Sparsamkeit, sondern auch durch optimale Leistungswerte, trotz der kompakten Bauweise. Dank ihrer robusten Verarbeitung hat sie eine hohe Standfestigkeit und eine lange Lebensdauer. Gleichzeitig werden hohe Entsorgungs- und Beschaffungskosten für eine neue Pistole eingespart. Sehr beständig erweist sich die Pistole gegenüber abrasiver Medien wie Glasur oder Emaille, wie sie in der keramischen Industrie verwendet werden. Im



Die ASG 10 im Einsatz – am Roboterarm montiert

Bereich der Hochleistungs-Automatikpistolen bietet Oltrogge mit der ASG 10 eine Pistole, die nicht nur brillante Oberflächen versprüht,

sondern auch wirtschaftlich und effizient arbeitet. Für die Oberflächentechnikbranche ist Oltrogge Lieferant für den Nasslackbereich und plant und liefert in den Bereichen Farbversorgung, 2K-Mischtechnik und Applikation. Darüber hinaus übernimmt das Unternehmen die Ersatzteilversorgung und bietet einen flächendeckenden Service mit vier Standorten in Deutschland. Oltrogge ist im Bereich Oberflächentechnik nicht nur Handelshaus, sondern auch Hersteller eigener Mehrkomponenten-Mischtechnik und effektiver Molchsysteme zur Materialrückgewinnung für anspruchsvolle Anwendungen.

Weitere Informationen unter www.oltrogge.de



ZIMMERMANN



Entsorgung



Logistik



Industriereinigung



Sonderanlagenbau



Umweltanalytik

Eberhard Zimmermann GmbH & Co. KG
 Gottlieb-Daimler-Straße 26 | 33334 Gütersloh | Tel. +49 (0)5241 - 60 06 - 0 | Fax +49 (0)5241 - 60 06 - 100
 Gütersloh | Ladeburg | Bitterfeld | Grenzach | Almelo (NL) | Mülheim (Mosel) | Liebenau

www.zimmermann-gruppe.com



Wasseraufbereitung Tormöllen

- Enteisenung
- Enthärtung
- Filterung
- Dosierung

Neu- & Gebrauchtanlagen, Reparatur & Wartung aller Gerätetypen
 Telefon: 02 51/ 31 10 48 · Fax: 02 51/ 31 10 40 · www.tormoellen.de

IMS Herbert Sündermann e.K.

Fachkraft für Arbeitssicherheit und Sicherheits-/Gesundheitskoordinator
SiGeKo
„Der Schutzengel für Baustellen“



- Arbeitssicherheit
- Umweltschutz
- Qualitätssicherung
- Baustellenkoordinator

Beratung • Planung
Realisierung • Schulung

Telefon 0 54 23 / 93 11 11

E-Mail: info@ims-suendermann.de
www.ims-suendermann.de

Ideale Kombination aus BHKW und PV-Anlage

Gerade bei Gewerbe- und Industriebetrieben mit hohem Energiebedarf besteht die Herausforderung darin, eine geeignete Versorgungslösung zu finden, die sowohl den Strom- und Wärmebedarf des Unternehmens bestmöglich abdeckt, als auch betriebswirtschaftlich sinnvoll zu betreiben ist. Bei der Kombination aus einem Blockheizkraftwerk (BHKW) und einer Photovoltaik Anlage (PV-Anlage) sind diese Kriterien oftmals gegeben. Das BHKW erzeugt als Grundlastmodul Wärme und gleichzeitig Strom – beides wird in den Unternehmen benötigt und deshalb zum

Großteil selbst genutzt. Da ein BHKW meistens dann läuft, wenn auch Wärme benötigt wird (man spricht von wärmegeführter Betriebsweise), reduziert sich die Laufzeit des BHKW und damit gleichzeitig auch die eigene Stromproduktion – gerade in den warmen Sommermonaten im Jahr. In den Wintermonaten dagegen ist der solare Stromertrag einer PV-Anlage geringer, dann aber unterstützt das BHKW die Stromproduktion, weil der Wärmebedarf wieder ansteigt. Und sollte durch BHKW und PV einmal mehr Strom erzeugt werden als momen-

tan im Unternehmen benötigt wird, so werden diese Strommengen zu geregelten Preisen an den Netzbetreiber verkauft – oder in einem entsprechenden Stromspeicher zwischengelagert. Das steigert den Autarkiegrad des Unternehmens und reduziert die Einkaufskosten für den „Reststrom“. Die KEHAG Unternehmensgruppe aus Oldenburg verkauft nicht nur Energie, sondern erstellt ein passgenaues Versorgungskonzept.

Weitere Informationen unter www.kehag.de

Begrenzung der EEG-Umlage

Anzeige



Grit Köthe
Rechtsanwältin
BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Berlin

Mit dem Nationalen Aktionsplan Energieeffizienz hat die Bundesregierung eine Strategie auf den Weg gebracht, um den Primärenergieverbrauch bis zum Jahr 2020 gegenüber 2008 um 20 Prozent zu senken und bis 2050 zu halbieren. Die Zielerreichung wird mit Fördermaßnahmen für technische Neuerungen zur Steigerung der Energieeffizienz in Unternehmen, mit Innovationsprogrammen für die Wiederverwertung von Waren aber auch mit Steuern und Abgaben gelenkt. Förderkosten für Strom-, Wärme- und Kälteerzeugung aus Erneuerbaren Energien werden über ein Umlagesystem u. a. mit der von jedermann zu zahlenden EEG-Umlage ausgeglichen – 6,880 Cent/kWh in 2017. Stromkostenintensive Unternehmen können eine Begrenzung der EEG-Umlage erlangen; ab 1. Januar 2017 im novellierten EEG 2017 geregelt. „Liste 1 Unternehmen“ sind wieder bereits bei Erreichen von 14 Prozent Stromkostenintensität (Stromkosten/Bruttowertschöpfung) antragsberechtigt. Energiesteuer- und stromsteuerrechtliche Entlastungsmöglichkeiten sollen hingegen beschränkt werden. Die noch

diskutierten geplanten Änderungen zum Frühjahr 2017 beruhen auf EU-rechtlichen Vorgaben zur Vermeidung von doppelten Subventionen. Auch die Kombination von steuerlichen Vortei-

len (z. B. § 10 StromStG/§ 55 EnergieStG) mit dem Erfordernis eines Energiemanagement-/Umweltmanagementsystems haben Lenkungswirkung für den Umweltschutz.

“Umfassende Expertise rund um Energie und Umwelt: BDO alles aus einer Hand.”

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Unsere multidisziplinären Expertenteams bestehend aus Wirtschaftsprüfern, Steuerberatern, Rechtsanwälten, Ingenieuren und Sachverständigen sind Ihre Ansprechpartner für alle prüferischen, steuerlichen und rechtlichen Themen. Technische Gesichtspunkte decken wir in Kooperation mit unserer BDO Technik- und Umweltconsulting GmbH aus einer Hand ab.

Audit & Assurance | Tax & Legal | Advisory
www.bdo.de

BDO ist der Markenname für das BDO Netzwerk und für jede der BDO Mitgliedsfirmen. © 2016 BDO.



Umweltschutz mit Zertifikaten?



Wind ist eine unbegrenzte Ressource und der Flächenbedarf für Windkraftanlagen gering

Rund sechs Millionen Haushalte und Gewerbetreibende beziehen in Deutschland nach aktuellen Angaben Ökostrom – zumindest glauben sie das. Denn leider ist sogenannter Ökostrom nur selten echter Ökostrom. Der Gesetzgeber hat ein System installiert, das auf Herkunftsnachweise setzt.

„Wir nennen das eine politisch zugelassene Verbrauchertäuschung“, erklärt Winfried Gödde, Geschäftsführer des Stromversorgers WestfalenWIND Strom aus dem Kreis Paderborn. Das kritisierte System funktioniert so: Stromversorger kaufen ihre Strommengen an der Börse ein. Dabei handelt es sich im Regelfall um den bun-

desdeutschen Mix aus Kohle-, Atom- und erneuerbarem Strom. Damit sie diesen Strom als 100 Prozent Ökostrom weiterverkaufen dürfen, müssen sie sogenannte Herkunftsnachweise vorlegen. Die sollen belegen, dass eine bestimmte Menge an Kilowattstunden ursprünglich aus erneuerbaren Energien stammt. Sehr häufig werden solche Papierzertifikate in Norwegen für Wasserkraftstrom eingekauft. Für eine durchschnittliche jährliche Haushaltsstrom-Menge von 3500 Kilowattstunden kostet ein solcher Herkunftsnachweis dort gerade einmal 30 Cent. „Graustrom wird so in Grünstrom eingewaschen. Dabei fließt dieser Strom aber überhaupt nicht zu uns, es wird lediglich ein Papier gehandelt. Und dieses komplizierte System ist für Verbraucher kaum nachvollziehbar“, ärgert sich Gödde.

Auch Verbraucherschützer kritisieren diese Herkunftsnachweise immer wieder heftig. Einen ökologischen Nutzen gebe es nicht, weil in Deutschland dadurch keine zusätzliche Erneuerbare-Anlage gebaut werde.

Der Lichtenauer Stromversorger WestfalenWIND Strom ist von dem System sogar doppelt betroffen: „Obwohl wir mit eigenen Windkraftanlagen echten Ökostrom im Kreis Paderborn erzeugen, dürfen wir ihn nicht Ökostrom nennen. Schummel-Zertifikate kaufen wir aber aus Prinzip nicht“, erklärt Gödde.

Weitere Informationen unter www.westfalenwind-strom.de

Architektur & Immobilien

Alle Dienstleistungen rund um die Gewerbeimmobilie aus einer Hand.

- Architektur
- Immobilienvermittlung
- Gebäudemanagement
- Energieberatung

SAI Streich GmbH | 0521 – 299 00 0 | www.sai-streich.de

Ihr Entsorgungsfachbetrieb ...der Partner an Ihrer Seite

- Akten • Altpapier • Folie

- **Entsorger und Vertragspartner von**
 - Druckereien · Verlagen · Papier- und Pappenverarbeitern
- **Entsorgung und Verwertung von**
 - allen gängigen Sorten Altpapier · Folien · Holz
- **Aktenvernichtung nach BDSG**
 - Selbstanlieferung · Abholung in verschließbaren Behältern
 - Vernichtung mit Garantie-Erklärung

ALTPAPIER
KUNSTSTOFFE
AKTENVERNICHTUNG

ROHSTOFF-RECYCLING GmbH

Buschortstraße 52-54 Telefon (05221) 7 03 47 info@stuecke-gmbh.de
 32107 Bad Salzufen Telefax (05221) 75 99 68 www.stuecke-gmbh.de

Gut gerüstet für die Zukunft mit steuerbarer LED-Technik

Das Bündler Unternehmen Bertelmann wird seit dem 1. Oktober mit Gregor Giataganas als weiteren Geschäftsführer neben Ulrich Mailänder verstärkt. Unter der neuen Doppelspitze will man ganz klar eine Vorreiterrolle übernehmen, wenn es um Themen wie Nachhaltigkeit und Energieeffizienz geht. Vor allem der Einsatz von steuerbarer LED-Technik steht dabei im Fokus. „Das größte Potenzial liegt bei der Beleuchtung von Häusern und Straßen – dazu gehören natürlich auch Lichtwerbeanlagen. Oft werden ganze Gebäude auf LED-Technik umgestellt, doch die Außenwerbung wird leider vergessen. Dabei können auch hier enorme Energiekosten eingespart werden, besonders durch die Ergänzung mit unserer ‚intelligenten‘ lichtabhängigen Steuerung“, so Giataganas. Die Bertelmann GmbH produziert alle Arten von Werbeanlagen im Gewerbegebiet Ennigloh. Man hat sich damit bewusst gegen den Trend entschieden, die Pro-



Prokurist und kaufmännischer Leiter Wolfgang Naaß (v. l.), die beiden Geschäftsführer Ulrich Mailänder und Gregor Giataganas und Prokurist und Verkaufsleiter Johannes Mailänder

duktion ins Ausland zu verlagern, und kann somit schnell und flexibel auf den Markt reagieren – mit hoher Qualität und Termintreue. Eine erfolgreiche Strategie, wie über 1.500 ausge-

führte Aufträge pro Jahr in OWL, deutschlandweit und international beweisen. Weitere Informationen unter www.bertelmann.de

Wir bringen Ihre Energie auf den Punkt.

Das Rundum-sorglos-Paket für den Profi mit Weitsicht, der nicht nur Kosten und Sicherheit im Blick hat, sondern auch auf Effizienz und Umwelt achtet.

ENERGIEHANDEL
DEZENTRALEERZEUGUNG
ANLAGENÜBERWACHUNG
MESSTECHNIK

Unser Experte in der Region:
Dennis Rossmann | Büro 49076 Osnabrück
Tel: 0541 97763725 | Email: dennis.rossmann@kehag.de

KEHAG
Unternehmensgruppe

www.kehag.de

KEHAG Energiehandel GmbH | Im Technologiepark 4 | 26129 Oldenburg | +49 (0)441 / 36108-250 | info@kehag.de

GREEN BUILDINGS FÜR IHR BUSINESS

**energieeffizient.
nachhaltig. smart.**

Meisterstück-Gewerbebau
Otto-Körting-Str. 3 · 31789 Hameln
Tel. 0 51 51/95 38 95

**Meisterstück
HAUS**

www.meisterstueck.de · gewerbebau@meisterstueck.de

Rostfreier Edelstahl für wertvolle Befestigungssysteme

ökologisch



nachhaltig



energiesparend



Sonderkonstruktionen und Industrieteile umweltschonend herstellen

Mit hohen Ansprüchen an die Produkt- und Servicequalität pflegt die Wilhelm Modersohn GmbH & Co. KG aus Spenge schon immer sorgsam ihr integeres Firmenbild. Integer aufzutreten heißt aber auch, Verantwortung zu tragen. Verantwortung, die sich zum einen auf die Sicherheit des Personals und die richtige Beratung des Kunden bezieht, zum anderen konkret den um-

weltbewussten Ansatz inner- und außerbetrieblich darstellt. Gerade dieser Ansatz ist es, dem das Unternehmen in seiner neuen Kampagne „Modersohn goes green“ volle Aufmerksamkeit widmet. Ökologisch, nachhaltig und energiesparend präsentiert das Unternehmen Befestigungssysteme für Mauerwerksabfangungen, die auch unter thermischen Gesichtspunkten einen

reduzierten Wärmedurchgang garantieren. Allein schon durch die Verarbeitung und Herstellung von Produkten aus Edelstahl Rostfrei erfüllt Modersohn im Bereich des Bauwesens den Anspruch an Nachhaltigkeit. Hohe Belastbarkeit, Feuer- und Sturmfestigkeit, Korrosionsbeständigkeit und Unempfindlichkeit gegen Verschleiß sind nur einige aussagekräftige Attribute. Bauprodukten und Konstruktionen aus diesem Material werden Effizienz, Langlebigkeit und Umweltfreundlichkeit attestiert. In der Produktion und Verarbeitung ist Edelstahl Rostfrei zudem ein ressourcenschonender und recyclebarer Werkstoff, der somit zu Recht als ökologisch wertvoll anzusehen ist. Zur kommenden BAU 2017 in München wird das Unternehmen mehr zum Thema energiesparendes Bauen am Gemeinschaftsstand der ISE, Halle B2.302, präsentieren.

Weiter Informationen unter www.modersohn.eu



Entsorgung nach Maß

Unser Team wünscht Ihnen ein frohes Weihnachtsfest!



Mehr im Internet: <http://www.drekopf.de>

DREKOPF Recyclingzentrum Bünde GmbH
Enger Straße 259 • 32257 Bünde
Tel.: 05223/1771-0 • Fax: 05223/1771-21



SEPPERL GRUPPE

**KÖPFE, KNOW-HOW, KOMPETENZEN
DAS SEPPERL NETZWERK**

 Feuerverzinkung
 Behältertechnik
 Gitterroste
 Beschichtung

www.seppeler.de

SEPPERL – BEI UNS KLAPPT'S.

KOMMUNIZIEREN SIE IHR FACHWISSEN!

Nutzen Sie dazu unsere aktuellen Themen Informationen

0 52 31 911-196

Führende **Berater** der Region

www.service-seiten.com

RECHTSANWÄLTE, STEUERBERATER, NOTARE UND FINANZEXPERTEN INFORMIEREN

Im Januar 2017 erscheint die sechste Ausgabe der **Service-Seiten Finanzen Steuern Recht** als Beilage der IHK-Magazine „Ostwestfälische Wirtschaft“ und „Lippe Wissen & Wirtschaft“.

Kompetente und ausgewählte Experten aus der Region informieren in Fachberichten über eine Vielzahl wirtschaftsrelevanter Themen.

Die Service-Seiten gewährleisten dabei höchstmögliche Qualität. Alle Beiträge werden durch den Fachlichen Beirat auf inhaltliche Richtigkeit sowie umfassende Information geprüft.

Für weitere Informationen erreichen Sie Herrn Timo Grän unter 0531 48 20 10-20 oder graen@mediaworldgmbh.de.



FACHLICHER BEIRAT OSTWESTFALEN/LIPPE



SERVICE-SEITEN FINANZEN STEUERN RECHT 2017 (v.l.n.r.):

- Dr. rer. pol. Ulrich Bittihn, Vorstandsvorsitzender (Volksbank Paderborn-Höxter-Detmold)
- Thorsten Heidemann, Steuerberater (BPP Becker Patzelt Pollmann)
- Dr. iur. Uwe Hohage, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht, Steuerberater (PricewaterhouseCoopers AG)
- Dr. iur. Steffen Koch, Rechtsanwalt, Insolvenzverwalter ([www.hermann-wienberg-wilhelm](http://www.hermann-wienberg-wilhelm.de))
- Martin Schrahe, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater (HPS Steuerberatung)
- N. N.



IHRE GESCHÄFTSPARTNER IM INTERNET

Drucksachen

vahle //print & service//

Wir drucken für Sie!

Geschäftspapiere - Endlosformulare
Mailings - in allen Formaten

Tel.: 0 52 44. 9 32 12 - 0 | www.vahle-print.de
Konrad-Adenauer-Str. 40 | 33397 Rietberg

HR Management

Gefragtes
Personal
finden wir
für Sie!

personal



m e y e r

www.personalmeyer.de
Telefon 05231.25050

Industriedienstleistungen

W. Mittendorf Vertriebsgesellschaft



Deutschlands größter Stöcklin-Händler

Auch in Ihrer Nähe!

www.gabelstapler-mittendorf.com
Info@mittendorf-gabelstapler.de

Fördertechnik



...fördert, lagert,
hebt und schützt
mit Konzept

www.pietig-lagertechnik.de

ANZEIGENPREISE

1-sp./15 mm hoch 48,- €

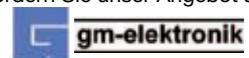
1-sp./30 mm hoch 90,- €

Infos unter Tel. 0 52 31/9 11-195

Bestellungen an aschwarzer@wag-lippe.de

Ihr Partner in Ostwestfalen

für Fertigung und Montage von
Elektro-Baugruppen und Geräten.
Fordern Sie unser Angebot an.



Gorny + Scholz GmbH
Max-Planck-Str. 4, 33428 Marienfeld
Tel. 0 52 47/92 66 44, Fax: 98 54 22
email: r.gorny@gm-elektronik.com



Starke Familienbande
Die Brüder Christoph (links) und Philipp Hülshorst leiten gemeinsam die Hülshorst Feinkost GmbH. Unterstützt werden sie dabei von ihrer Mutter Maria. Gegründet hat das Unternehmen 1987 ihr Vater Hubert Hülshorst.

Die Fleischveredler

Hülshorst Feinkost aus Harsewinkel produziert in zweiter Generation

Fleisch-Convenience. Einblicke in die Fleischbranche.

„Ich werde mal Chef“ – diesen Entschluss hat Philipp Hülshorst schon als kleiner Junge gefasst. Und ist seinem Vorsatz treu geblieben. Heute leitet der Metzgermeister gemeinsam mit seiner Mutter Maria und seinem älteren Bruder Christoph (36) die Hülshorst Feinkost GmbH in Harsewinkel. Hier, umgeben von Wald, Wiesen und Feldern, produziert das mittelständische Unternehmen seit fast 30 Jahren Fleisch. Ob Frikadellen, Schnitzel, Rouladen, Braten, Steaks oder Medaillons – alles wird zu Tiefkühlprodukten verarbeitet, zu Fleisch-Convenience. „Hochwertiges Fleisch und frische Zutaten, daraus machen wir tiefgekühlte Produkte, also vorbereitete

Mahlzeiten, die sich ideal für Großverbraucher und die Systemgastronomie eignen. Diese müssen anschließend nur noch regeneriert werden“, erklärt Hülshorst das Konzept. Der 31-jährige lässt es sich nicht nehmen, einen Betriebsrundgang anzubieten. Sein Bruder – Betriebswirt und zuständig für die Finanzen – ist heute unterwegs, zu Kundenbesuchen. Also, zunächst reinschlüpfen in den Schutzoverall, Schuhüberzieher an, Haube auf. Alltag für die rund 110 Mitarbeiter, darunter Metzger, Fleischzerleger, Logistiker, Schlosser, Betriebs- und Produktionsleiter, auch angelernte Mitarbeiter zählen dazu. Philipp Hülshorst liegt es am Herzen, zu zeigen,

dass der Umgang mit Fleisch nichts Außergewöhnliches ist. „Im Prinzip machen Sie in Ihrer Küche auch nichts anderes, wenn Sie Hack verarbeiten. Hier ist nur alles größer“, plaudert der Fleischermeister fröhlich los. Es geht eine Treppe hinunter, zu den Hygieneeinrichtungen. Hände und Schuhe desinfizieren. „Sie glauben gar nicht, wie viele Auflagen man erfüllen muss, wenn man Lebensmittel verarbeitet“, sagt der Unternehmer und man merkt ihm an, dass er sich lieber ums Wesentliche kümmert, als um Bürokratie. Dennoch – das Unternehmen, 1987 von seinem Vater Hubert gegründet, der selbst aus einer Verler Schlachterfamilie stammt – ist IFs-zertifiziert und

nimmt die Vorschriften sehr ernst. „Wir kennen unsere Lieferanten genau und wissen wo das Rind, Schwein und Geflügel herkommt, vorzugsweise aus der Region. Wir stellen sichere Lebensmittel her“, stellt Hülshorst klar. Auch bürge das Hülshorst Qualitätssiegel dafür, dass keinerlei Zusatzstoffe enthalten seien und auf Zutaten wie Würze, Palmfett oder künstliche Aromen verzichtet werde. „Damit es schmeckt wie selbstgemacht, nehmen wir möglichst nur Naturgewürze und Kräuter“, so der Unternehmer.

Für ihn sei früh klar gewesen, dass er Metzger lernen wollte. „Ich bin da ja quasi hineingewachsen.“ Ihn stört es, dass viele Menschen denken, dass dies ein unattraktiver Beruf sei: „Er ist vielfältiger als die meisten denken, es geht ja nicht nur ums Schlachten, was letztlich aber einer machen muss, sonst könnten alle anderen ja kein Fleisch essen. Man kann viele Rezepte ausprobieren und durchaus kreativ dabei sein“, schwärmt er für seinen Beruf.

ERSTMAL EINE AUSBILDUNG MACHEN

Überhaupt hält der Geschäftsführer es für falsch, dass heute allen Schülern eingeredet werde, dass man Abitur machen und studieren müsse, um beruflichen Erfolg zu haben: „Die meisten 15- und 16-Jährigen wissen doch gar nicht, welchen Beruf sie erlernen sollen. Was ist so schlimm daran, zunächst eine Ausbildung zu machen und später über Aufstiegsmöglichkeiten nachzudenken? Ich finde es wichtig, erstmal praktische Erfahrungen zu sammeln“, vertritt Hülshorst seinen Standpunkt.

Er zeigt die Kühlkammer, das Lager, die Produktionsstraße, in der gerade die Bifteki über das Band laufen und garen, um anschließend sofort tiefgekühlt und dann verpackt zu werden. Hier ist es deutlich wärmer als in den anderen Räumen und riecht ein wenig nach Küche. Im Produktionsraum hängen die Schweinehälften in Reih und Glied; in mehreren Arbeitsschritten werden die Knochen herausgelöst, die Speckschicht abgeschnitten und das Fleisch zerlegt. Alles in Handarbeit. Er ist – gemeinsam mit seinem Bruder – gerne Unternehmer: „Ich werde häufig gefragt, ob mir diese Verantwortung nicht zu viel ist. Ganz klar: Nein. Ich habe kein Problem damit, klare Ansagen zu machen und Entscheidungen zu treffen.“ Später wird seine Mutter erzählen, dass ihr Mann und sie ihren Söhnen auch andere Berufswünsche ermöglicht hätten, wenn diese es gewollt hätten. Jetzt, besonders nach

Standort wird ausgebaut

dem frühen Tod ihres Mannes im Jahre 2012, sei es aber toll, dass die beiden das Familienunternehmen übernommen hätten. „Die beiden ergänzen sich. Ein Praktiker und ein Zahlenmensch“, freut sich die Firmenchefin, die sich heute um das Rechnungswesen sowie das Marketing kümmert. Die 61-Jährige hat das Unternehmen gemeinsam mit ihrem Mann aufgebaut. Eine prägende Zeit: „Wir haben praktisch bei Null angefangen, mein Mann hat sich damals aus dem elterlichen Betrieb auszahlen lassen und es waren holprige

waren, bewusst in den Schulferien in den Urlaub gefahren und haben uns dann allein im Betrieb machen lassen. So haben wir schon früh gelernt, dass auch Fehler machen dazugehört.“ Und es gebe ja wohl nichts Schlimmeres, als wenn ein erwachsener Mann zuerst immer seinen Vater fragen müsse, ob er dieses oder jenes machen dürfe. Als Team funktionieren die Brüder gut, beteuert Philipp Hülshorst: „Jeder hat ja seinen Bereich. Wenn das nicht so wäre, dann würde es wohl öfter mal krachen“, spricht er Klartext.

Das Unternehmen, das auch in europäische Länder wie Finnland, die Niederlande, Schweden, England oder die Schweiz liefert, ist zurzeit auf Wachstumskurs. Gerade ist die Baugenehmigung für den Ausbau des Betriebes erteilt worden. Rund zwölf Millionen Euro sollen im kommenden Jahr in den Ausbau des Standorts fließen; eine neue Produktionsanlage inklusive. Dann soll auch die Schnitzel-



Herzhaft

Frikadellen sind beliebt bei den Kunden.

Anfangsjahre“, blickt sie zurück. Wer Maria Hülshorst erlebt, kann sich gut vorstellen, dass sie zupacken kann. „Ich war früher Mädchen für alles, obwohl ich eigentlich Dekorateurin gelernt habe. Ich bin Touren ins Sauerland gefahren, um Ware auszuliefern, habe mich in den Bürokratismus eingearbeitet und hatte ja noch meine kleinen Söhne.“ Die beiden hätten schnell gelernt, selbstständig zu werden. „Wenn sie ein T-Shirt gebraucht haben, so mit 13 Jahren, dann mussten sie es selber bügeln.“ Geschadet hat es Christoph und Philipp Hülshorst scheinbar nicht.

Von ihrem Vater Hubert hätten sie Werte wie Fairness und Ehrlichkeit gegenüber den Kunden mitbekommen, ansonsten hätte er seinen Söhnen aber schon früh eigene Entscheidungen ermöglicht. Philipp Hülshorst erinnert sich: „Meine Eltern sind, als wir schon älter

produktion, die derzeit noch in Neuenkirchen beheimatet ist, nach Harsewinkel verlegt werden. Geplant ist unter anderem eine 80 Meter lange Produktionslinie; auch Neueinstellungen soll es geben.

Philipp Hülshorst kommt noch einmal herein, verabschiedet sich. Der Vater von zwei kleinen Söhnen (zwei Jahre und vier Monate alt) nimmt sich, wenn möglich, Zeit für die Familie. Und sollte etwas dazwischen kommen, ist „Oma Maria“ ja auch noch da. In dieser Eigenschaft ist sie auch bei ihrem älteren Sohn gefragt, der eine Tochter (5) und einen Sohn (2) hat. „Ich kann mittlerweile gut loslassen“, sagt die Seniorchefin und lacht, „aber nur zuhause sitzen und Yoga machen, ist auch nichts für mich.“ Ein gut funktionierendes Familienunternehmen, diese Hülshorst's aus Harsewinkel.



Silke Goller



Setzen auf guten Geschmack
Phillip Marsell, Kim Marcel Czesna, Janosch Kristen
und Moritz Kinder von Limoment (von links).

Die Durstlöscher

„Was wollen wir trinken, sieben Tage lang?“, fragte die niederländische Gruppe Bots in den 1970er-Jahren. Heute könnte die Antwort „**Limoment**“ lauten. Vier Jungunternehmer starten mit ihren eigenen Getränke-Kreationen.

Wenn der Kronkorken von der Glasflasche zischt, riecht es nach Rose oder Minze. Denn es war buchstäblich eine Frage des Geschmacks, die dazu führte, dass vier junge Männer ihre eigene Limonade herstellen. Zunächst nur für den privaten Gebrauch gedacht, nahm die Idee in den vergangenen zwei Jahren langsam Fahrt

auf. Seit Anfang dieses Jahres produzieren und vermarkten Janosch Kriesten, Moritz Kinder, Kim Marcel Czesna und Phillip Marsell unter dem Namen „Limoment“ zwei Sorten, „Apfel-Rose“ und „Apfel-Minze“.

Die Idee geht zurück auf Janosch Kriesten, der keinen Alkohol trinkt. Apfelschorle ist auf Dauer geschmacklich ausgereizt, Zucker-

wasserlimonaden kamen für ihn nicht in Frage. Deshalb machte er sich auf die Suche nach einer Alternative und begann, privat zu experimentieren. Gelandet ist er bei Apfeldirektsaft, zugesetzt wurden lediglich natürliche Aromen.

Über die erste Abfüllung bei Getränke Feldmann in Gütersloh hat der WDR berichtet

und so wurde der Handel aufmerksam, erzählt Phillip Marsell. Damals, 2014, war es noch eine Art Hobby. Gestartet wurde unter dem Namen „Trendbrause“. Allerdings sei „Brause“ ein definierter Begriff, der Zuckerzusatz impliziere und der sich ausdrücklich nicht in ihrem Getränk befindet, betont Marsell.

„Was verbinden wir mit unserer Limonade?“, lautete die Vermarktungsfrage – die Antwort kam auf dem Rückweg aus einem Schweden-Urlaub. „Einerseits sind wir natürlich, andererseits ein bisschen hip, aber unsere Zielgruppe ist nicht nur die Bioladen-Kundschaft“, beschreibt Marsell ihr Produzenten-Selbstverständnis. Sie würden von dem Trend „Regional ist das neue Bio“ profitieren. „Ich finde Bio schon wichtig, aber das Denken hört da nicht auf. Wichtig ist auch der CO₂-Fußabdruck.“ Deshalb setzen die Jungunternehmer ausschließlich auf regional produzierte Rohstoffe. So stammt der Apfeldirektsaft von der Mosterei Wernicke aus dem lippischen Leopoldshöhe-Helpup. „Wir müssen keine Rohstoffe um die halbe Welt transportieren, um ein leckeres Getränk zu kreieren“, werben sie für ihr Geschäftsmodell. Stattdessen wollen sie die regionale Wirtschaft unterstützen, gleichzeitig die Umwelt schützen, da keine exotischen Früchte

„Regional ist das neue Bio“

verarbeitet werden. Auf Ananas-Schorle würden die Kunden bei ihnen vergeblich warten. Ihre Getränke setzen sich aus jeweils fünf Inhaltsstoffen zusammen, Zucker oder Süßstoff gehören nicht dazu. „Wir stellen kein Zuckerwasser her, das ist unser USP.“

Produziert wird nach wie vor nach Bedarf, mittlerweile bei der Privatbrauerei Hohenfelder in Rheda-Wiedenbrück. „Jede Charge schmeckt etwas anders“, unterstreicht Marsell die Naturbelassenheit der Inhaltsstoffe.

Anfang 2016 gründeten sie ihre Limoment UG. Für die damaligen Studenten in der Schlussphase ihrer akademischen Ausbildung stellte sich die Frage: „Suchen wir uns alle einen Job oder machen wir weiter mit Limoment?“. Die Entscheidung fiel pro Limo. „Wir wollen etwas Eigenes aufbauen“, so Marsell. Vorbilder seien erfolgreiche ostwestfälische

Unternehmen und keine anderen Trend-Getränke-Hersteller. Als nächsten Vermarktungs-Schritt wollen sie Sixpacks oder Viererträger einführen, um das Angebot von Einzelflaschen und kompletten Kästen abzurunden. Und auch über eine dritte Sorte denken sie nach, planen, mit den Getränketechnologen der Hochschule Ostwestfalen-Lippe aus Lemgo zusammenzuarbeiten. „Wir sammeln noch Ideen für die Mixtur“, sagt Marsell.

Die finden sie unter anderem bei Verkostungen vor Supermärkten, mit ihrem Promo-Stand beim Bielefelder „Run and Roll-Day“ oder über ihren Facebook-Account. Aktuell arbeiten sie an einem Imagefilm, um sich und ihre Limo noch weiter bekanntzumachen.

Mittlerweile sind sie bei Rewe gelistet, im Umkreis von 50 Kilometern um Bielefeld ist Limoment nahezu flächendeckend zu kaufen. Auch einige EDEKA-Einzelhändler haben sie schon ins Programm aufgenommen, die ersten Kontakte in die Bielefelder Gastroszene wurden erfolgreich geknüpft. Ihr nächstes Ziel: Limoment soll es flächendeckend in Ostwestfalen-Lippe geben. „Wir wollen davon leben können“, sagt Marsell mit ostwestfälischem Understatement. 

Heiko Stoll

Limonade aus Ostwestfalen

Regionalität ist Trumpf.





achtzehn67

Nussknacker mit Schalenfang

Für die besinnliche Zeit des Jahres findet man im Holzprogramm von „achtzehn67 Handwerkskunst“ – das zum Stiftungsbereich proWerk Bethel zählt – schlichte und stilvolle Dekorationen für die festlichen Tage. Dieser Nussknacker bietet neben seinem eigentlichen Zweck weitere Funktionen. Außer einem großzügigen Nusslager und einem praktischen Schalenfang lässt sich der Nussknacker mit einem Schiebedeckel aus gebürstetem Edelstahl krümeldicht verschließen. Zum sauberen Entleeren einfach halb aufschieben, Schalen ausschütten und weiterknacken. www.achtzehn67-handwerkskunst.de



Die Produkte des Monats

Welche innovativen Produkte die Unternehmen der Region neu auf den Markt bringen

WEINRICH

Weihnachtsschokolade

Ob Bio, Fairtrade oder konventionell – mit einem Erfahrungsschatz aus über einem Jahrhundert Schokoladenkunst ist die Ludwig Weinrich GmbH & Co. KG aus Herford eine von Europas führenden Adressen für hochwertige Schokoladenerzeugnisse. Vielfältige Rezepturen, modernste Produktionstechnologien und ein hoher Qualitätsanspruch garantieren Schokoladengenuss auf höchstem Niveau. Auf die „1895 Weihnachtsschokolade“ ist das Unternehmen besonders stolz, denn sie entstammt einer traditionellen Rezeptur, der alten Weinrich-Jubiläumstafel. Eine ausgefeilte Vollmilch-Schokolade, die weihnachtliche Genuss-Momente beschert. www.weinrich-schokoladen.de



Foto: Coloures-pic/Fotolia

von RAVENSBERG

Süße Herzen schlagen höher

Weihnachtliche Gebäckspezialitäten in vielen Variationen – vom Honigkuchen, Lebkuchen – pur oder mit Füllung – stellt die Heinrich Schulze Ladencafé GmbH aus Borgholzhausen her. Auch Bio-Produkte haben ihren festen Platz im Sortiment sowie Lebkuchenherzen. Diese werden als Einzelstück hergestellt – zum Beispiel für einen romantischen Heiratsantrag bis zur großen Serie, die vielleicht als Gästegeschenk oder als Werbeträger dient. www.von-ravensberg.de



Innovativer HALLEN- & MODULBAU vom Großflächen-*Profi*

HALLENBAU



MODULBAU



BÜROCONTAINER



PAVILLONS



SEECONTAINER



DEUTSCHE INDUSTRIEBAU | GROUP

Besuchen Sie uns auf 100.000 m² Ausstellungsfläche:
TOP JAHRES-MIETRÜCKLÄUFER 40% unter NP!

Standort Geseke: B1/Hansestraße 4, 59590 Geseke
Tel.: 0 29 42 / 98 80 0 - www.deu-bau.de

Musterausstellungen + Showroom Design & Ambiente im Modulbau!



HALLEN

Industrie- und Gewerbehallen

Planung | Produktion | Montage | schlüsselfertiges Bauen



Wolf System GmbH Am Stadtwald 20 | 94486 Osterhofen
Tel. 09932/37-0 | gbi@wolfsystem.de | www.wolfsystem.de



D&S - Glanzleistungen
in der Oberflächentechnik

- Schleuderradstrahlen
- Druckluftstrahlen
- Spritzverzinkung
- Farb- und Korrosionsschutzbeschichtungen

D&S
SANDSTRAHLTECHNIK

8 x in Deutschland
30 Jahre Kompetenz und Erfahrung
Qualitätsgeprüft nach ISO 9001:2008

D&S Sandstrahltechnik GmbH & Co. KG • Borchener Str. 175
33106 Paderborn • www.ds-sandstrahltechnik.de • Tel.: 05251 - 180450



Es muss nicht alles
GELB sein!

Zuverlässige Zustellung Ihrer Briefe zu günstigen Preisen deutschland- und weltweit.
Bequemer Service und persönliche Beratung.

Erfahren Sie mehr auf www.citipost-owl.de oder unter (0521) 555-840.



CITIPOST OWL GmbH & Co. KG Industriestraße 20 33689 Bielefeld

CITIPOST
Einfach für Ihre Briefe



PALETTEN ENTWICKLUNG | MODERNE PRODUKTION | JUST-IN-TIME-LIEFERUNG
TRANSPORT, LAGERUNG, SORTIERUNG | EPAL EUROPALETTE QUALITÄTSSORTIERUNG

Niedereimerfeld 19 · 59823 Arnsberg · info@rademacherpaletten.de · www.rademacherpaletten.de

STOLL
Gebäude-Service

www.stoll-gebaeudeservice.de
info@stoll-gebaeudeservice.de

**Wir wünschen allen Kunden
eine schöne Weihnachtszeit sowie
ein erfolgreiches und gesundes
Jahr 2017.**





Extrem anpassungsfähig

Die mit dem Kaktus

www.b-p-p.de

WIRTSCHAFTSPRÜFER | STEUERBERATER | RECHTSANWÄLTE

JAHRE

50

strenges

IHR PARTNER DER INDUSTRIE

VERPACKEN



REINIGEN



HEBEN & ZURREN



ARBEITSSCHUTZ

