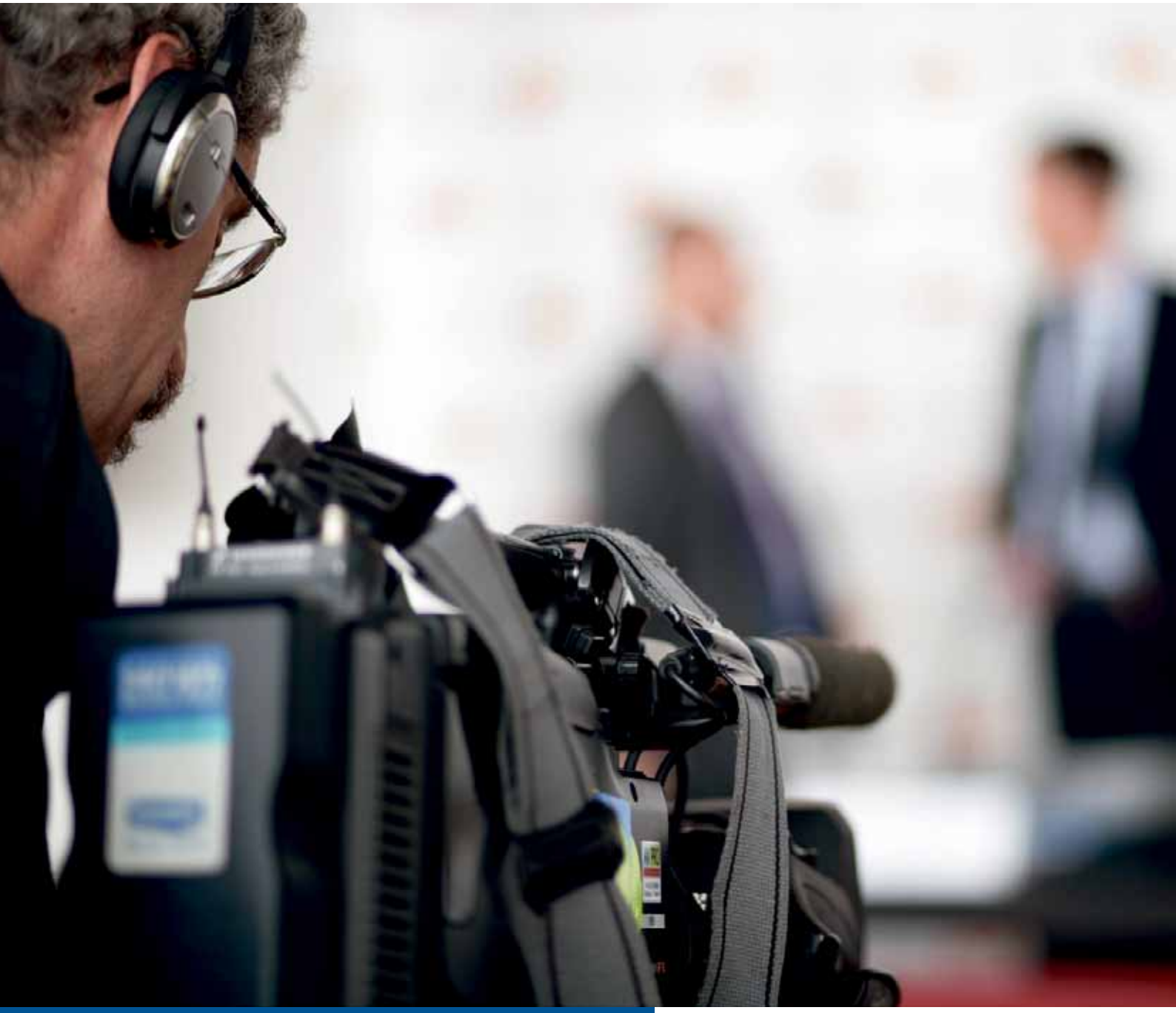
WIRTSCHAFTLICHE
NACHRICHTEN
der Industrie- und Handelskammer Aachen

07/08
Juli/August 2013
www.aachen.ihk.de

Fachkräftig: Demografierechner zeigt künftigen Bedarf
» Seite 9

Überzeugungskräftig: Die AC²-Preisträger feiern ihren Erfolg
» Seite 12

Entschlusskräftig: IHK-Verkehrskongress appelliert an Politik
» Seite 52



UNSER THEMA:

Unternehmens-kommunikation

Unsere Sondermodell-Reihe „CHIO Aachen exclusive“

Sichern Sie sich eines von insgesamt 20 A-Klasse Sondermodellen Checkmate, 20 CLA-Klasse Sondermodellen Quick Star oder 20 GLK-Klasse Sondermodellen Shutterfly – jetzt zu besonders attraktiven Konditionen. Nur in Ihrer Mercedes-Benz Niederlassung Aachen.

A-Klasse Checkmate

benannt nach dem wendigsten Springpferd der Welt von unserer Markenbotschafterin Meredith Michaels-Beerbaum mit umfangreicher Ausstattung, wie dem Aktivem Park-Assistenten, Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer, 17 Zoll Leichtmetall-Felgen mit Doppelspeichen-Design und der Ausstattungslinie Style.

für 222,- €/mtl.*
ohne Anzahlung

CLA Quick Star

benannt nach einem kleinen Pferd mit großem Herz und überdurchschnittlichem Springvermögen von unserer Markenbotschafterin Meredith Michaels-Beerbaum mit umfangreicher Ausstattung, wie dem Night-Paket, Aktivem Park-Assistenten, Bi-Xenon-Scheinwerfern, Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer und der Ausstattungslinie Urban.

für 333,- €/mtl.*
ohne Anzahlung

GLK Shutterfly

benannt nach dem legendärsten Springpferd der Welt von unserer Markenbotschafterin Meredith Michaels-Beerbaum mit umfangreicher Ausstattung, wie dem Licht-Paket, Aktivem Park-Assistenten, Anhängevorrichtung mechanisch, abnehmbar, Chrompaket Exterieur und Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer.

für 444,- €/mtl.*
ohne Anzahlung

Diese Fahrzeuge bieten wir Ihnen auch zum attraktiven Barpreis an.

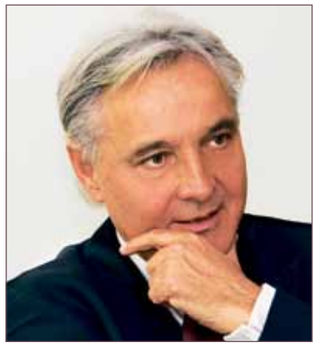
Mercedes-Benz

*Leasingbeispiele der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstr. 7, 70469 Stuttgart bei Laufzeit 48 Monate und Gesamtlaufleistung 40.000 km, mtl. Leasing-Angebote gültig vom 01.06.13-31.07.13:
A 180: Kaufpreis ab Werk 33.218,85 €, Leasing-Sonderzahlung 0,00 €, mtl. Leasingrate 222,00 €, mtl. Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 7,7–7,5/4,7-4,3/5,8-5,5 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert: 135–128 g/km; Effizienzklasse: B.
CLA 180: Kaufpreis ab Werk 34.129,20 €, Leasing-Sonderzahlung 0,00 €, mtl. Leasingrate 333,00 €, mtl. Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 7,5-7,4/4,5-4,3/5,6-5,4 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert: 130–126 g/km; Effizienzklasse: B.
GLK 220 CDI 4MATIC: Kaufpreis ab Werk 48.813,80 €, Leasing-Sonderzahlung 0,00 €, mtl. Leasingrate 444,00 €, . Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 7,4-7,1/5,9-5,5/6,5-6,1 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert: 168–159 g/km; Effizienzklasse: B.
Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen. Abbildung enthält Sonderausstattungen. Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart

Mercedes-Benz Niederlassung Aachen der Daimler AG, Gneisenaustr. 46, Nähe Europaplatz, 52068 Aachen,
Tel.: 02 41/51 95-0, www.aachen.mercedes-benz.de, aachen@mercedes-benz.com

Vermögensteuer kostet Arbeitsplätze!

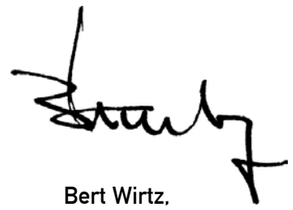
Es ist Wahlkampfzeit. Das merkt man an der plötzlich entbrannten Diskussion um Steuerprogramme – und daran, dass längst versenkte Ideen wieder auftauchen. Diesmal ist es die 1997 abgeschaffte Vermögensteuer, die erneut ins Blickfeld gerät. Die Begründung: Sie soll für mehr Steuergerechtigkeit und Investitionen in die Bildung sorgen und gegen die drohende Schuldenbremse wirken. Das ist zwar gut gemeint, aber nicht zu Ende gedacht.



Seit der letzten Steuerschätzung wissen wir: Die Finanzeinnahmen des Staates werden nicht versiegen. Gegenüber dem Rechnungsergebnis des Jahres 2011 in Höhe von 573 Milliarden Euro werden für 2017 gut 705 Milliarden Euro erwartet – das ist ein Zuwachs von rund 20 Prozent! Außerdem will der Bund voraussichtlich schon im kommenden Jahr einen vorgezogenen ausgeglichenen Haushalt vorlegen. Nicht ganz so gut sieht es bei den Ländern und den Kommunen aus, vor allem in NRW. Jeder kennt den oft bedauernswerten Zustand öffentlicher Gebäude und Straßen. Dennoch: Die Neuauflage der Vermögensteuer wäre die falsche Reaktion. Nicht ohne Grund wird sie innerhalb Europas nur noch in Frankreich, Norwegen und der Schweiz erhoben.

Die unternehmerische Möglichkeit, zu investieren und Arbeitsplätze zu schaffen, ist in hohem Maße von der finanziellen Leistungsfähigkeit abhängig. Nach den aktuellen Plänen würden die Betriebe in Deutschland mit rund elf Milliarden Euro zusätzlich belastet. Berechnungen zufolge sind dadurch zig Tausende Arbeitsplätze gefährdet. Zwar heißt es in der aktuellen Diskussion immer wieder, dass es für Betriebsvermögen eine Belastungsobergrenze geben solle – zusammen mit der ohnehin bestehenden Einkommensteuer ergäbe sich aber in einigen Fällen eine extreme Belastung. Für Investitionen bliebe dann kaum noch Spielraum. Nachlassende Investitionsbereitschaft schwächt jedoch die Substanz vor allem der mittelständischen Unternehmen – mit Folgen, die bis hin zu steigenden Produktpreisen, sinkenden Arbeitslöhnen und Verlagerung ins Ausland reichen. Am Ende geht die Vermögensteuer direkt zu Lasten der Beschäftigung in Deutschland.

Schon damals ist die Vermögensteuer für verfassungswidrig erklärt worden. Sie trifft zu oft die Falschen – nämlich diejenigen, die wertvolle Arbeitsplätze schaffen. Jetzt ist es an der Zeit, die Vermögensteuer nicht nur aus der aktuellen Diskussion, sondern endgültig aus dem Grundgesetz zu streichen!



Bert Wirtz,
Präsident der Industrie- und Handelskammer Aachen

Wort-Spiel

TITELTHEMA

Unternehmer haben's nicht leicht. Halten sie sich bedeckt, zieht die Konkurrenz im alltäglichen Verbalspektakel locker links vorbei. Beteiligen sie sich rege am großen Wort-Spiel, steckt oft kaum System dahinter, und das gewünschte Resultat bleibt aus. Und das alles in einem ohnehin schon schwierigen Umfeld, denn die Akzeptanz von Unternehmen in der Gesellschaft bröckelt. Laut der aktuellen Gemeinschaftsstudie „Wirtschaftskommunikation – Innovationen und Trends" der Universität Hohenheim und der ING-DiBa AG schenken 60 Prozent der Bevölkerung Unternehmensaussagen keinen Glauben. Umso wichtiger, sich an der öffentlichen Kommunikation zu beteiligen – und neben den richtigen Themen und Kanälen auch die richtige Wortwahl zu treffen. Es geht schon lange nicht mehr um die bloße Produktwerbung: Es geht um Glaubwürdigkeit und die Bindung von Kunden.

Unternehmenskommunikation hat viele Seiten. Pressemitteilungen zu verfassen, die nicht zu den 70 Prozent gehören, die Redakteure jeden Tag kopfschüttelnd entsorgen müssen, ist ein guter Anfang (Seite 16). Wer bei Kunden und Geschäftspartnern außerdem eine zeitgemäße Visitenkarte hinterlassen will, kann mit einem professionellen Imagefilm Sympathien gewinnen (Seite 19) oder im sozialen Netzwerk von sich reden machen (Seite 22). Ob Sie spannende Geschichten erzählen (Seite 26), eine Community gründen oder gekonnt die Pressewelt informieren – die Hauptsache ist: Sie haben das Wort!

Eine weitreichende Lektüre wünscht Ihnen

Mischa Wyboris

Foto: © Helder Almeida – Fotolia.com/Fotomontage

Alles, was Recht ist

13 Monate nach der Einführung des Tariftreue- und Vergabegesetzes NRW ist jetzt die erklärende Rechtsverordnung in Kraft getreten. Mit dem Gesetz legt das Land Nordrhein-Westfalen für öffentliche Aufträge Mindeststandards fest, die einen fairen Wettbewerb ermöglichen sollen. Die Verordnung konkretisiert verschiedene Aspekte von der umweltfreundlichen Beschaffung bis hin zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

▸▸ *Seite 28*

Foto: © Michael Kyrkin – Fotolia.com

That's IT

Nicht jede Talfahrt bedeutet den Abschwung. Das haben zwei Aachener IT-Unternehmer bei ihrer Delegationsreise ins Silicon Valley erfahren. Für Andera Gadeib und Dr. Oliver Grün war es weniger der technische Einblick in US-Unternehmen, den sie als Ergebnis mitbringen. Beide sprechen vielmehr von einer anderen Risikobereitschaft und einem fortschrittlichen Unternehmerbild aus Übersee, das auch Deutschland gut zu Gesicht stünde.

▸▸ *Seite 46*

Foto: Andreas Steindl

Begegnung der ersten Art

Kein Weiterbildungstrainer ist wie der andere. Wie unterschiedlich ihre Methoden sind, hat sich beim ersten Netzwerktreffen mit dem Titel „WerteBildung" in der IHK Aachen gezeigt. Die Kammer hatte Personaler und Weiterbildner eingeladen, um aktuelle Themen vorzustellen und einen fachlichen Austausch anzuregen. Das Programm hatte die IHK auf Basis einer Umfrage unter 150 Personalverantwortlichen aus der Region zusammengestellt.

▸▸ *Seite 60*

Die Wirtschaftlichen Nachrichten im Internet:
www.aachen.ihk.de/wn

Foto: © Peter Atkins – Fotolia.com

KOMMENTAR
3 Vermögensteuer kostet Arbeitsplätze!

IHK AKTUELL
9 Zahlen für die Zukunft: Der neue IHK-Demografierechner hilft bei der Personalplanung
10 Der Juniorenkreis wird um 99 Jahre Erfahrung jünger
11 Späte Betriebsamkeit: Die 6. „Nacht der Unternehmen" rollt durch die Region

FORUM
12 Von Messspitzen, Energieeffizienz und „Glühlampen der nahen Zukunft": Die Gewinner der zehnten AC²-Wettbewerbe
13 Nachwuchskräfte halten? IHK-Info-Abend „Hochschule-Wirtschaft" zeigt, wie's geht
14 NRW-Fest: Die Region Aachen wird in Berlin zum Mittelpunkt

TITELTHEMA
16 Buchstabensuppe? Was eine gute Pressemeldung ausmacht
19 Betriebe und bewegte Bilder: „Der Imagefilm muss eine Geschichte erzählen"
22 Alles auf dem Schirm? Wie sich Social Media allmählich in der betrieblichen Kommunikation etablieren
26 „Storytelling": Eine lange Geschichte – und hilfreich beim Image-Aufbau

STEUERN & RECHT
28 Die Erleichterung macht nicht alles einfach: Die neue Rechtsverordnung zum Tariftreuegesetz ist in Kraft getreten

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG
30 Steuerliche und betriebswirtschaftliche Beratung

INTERNATIONAL
38 kurz und bündig

FORSCHUNG UND TECHNOLOGIE
42 Hochschulspots

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG
46 Talfahrt mit Auftrieb: Aachener IT-Unternehmer finden im Silicon Valley neue Wagniskapital-Ideen
48 Förder-Werk: Nach 25 Jahren zieht die S-UBG Bilanz
49 „Aufbruch"-Stimmung für Gründermesse
50 IRR-Beirat will Existenzgründer, Verkehr und Bildung fördern

07/08
Juli/August 2013
www.aachen.ihk.de

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG
51 Automobile Unternehmenswelt

VERKEHR
52 Kraftaufwand im Schlagloch-Land: IHKs drängen bei Politikern auf eine baldige Lösung zum Infrastrukturverfall

TOURISMUS
54 Erfolgreicher Führungsstil im Grünen: Nationalpark-Ranger bekommen Bestnoten
55 NRW-Tourismus: Eifel und Region Aachen zählen zu den Gewinnern

FIRMENREPORT
56 Vimecon-Chef gibt Einblicke in US-Expansion
56 Stocko will Produktionsfläche ausweiten
56 Dialego erforscht die globale Kundenmeinung zur Marke Bayer
57 Mehr Forschung und Entwicklung: Grünenthal steigert Umsatz
57 Philips plant Ausbau der Produktion in Aachen
58 Kerschgens stärkt Standort Stolberg

BILDUNG
60 Austausch auf Augenhöhe: Das erste IHK-Netzwerktreffen „WerteBildung" führt Weiterbildner und Personaler zusammen
62 Anmeldung zur kaufmännischen und zur gewerblich-technischen Abschlussprüfung 2013/2014
65 Underway in the UK: Wie Auszubildende und Ausbildungsbetrieb vom „Leonardo da Vinci"-Programm profitieren

66 BÖRSEN

69 VORSCHAU
69 IMPRESSUM

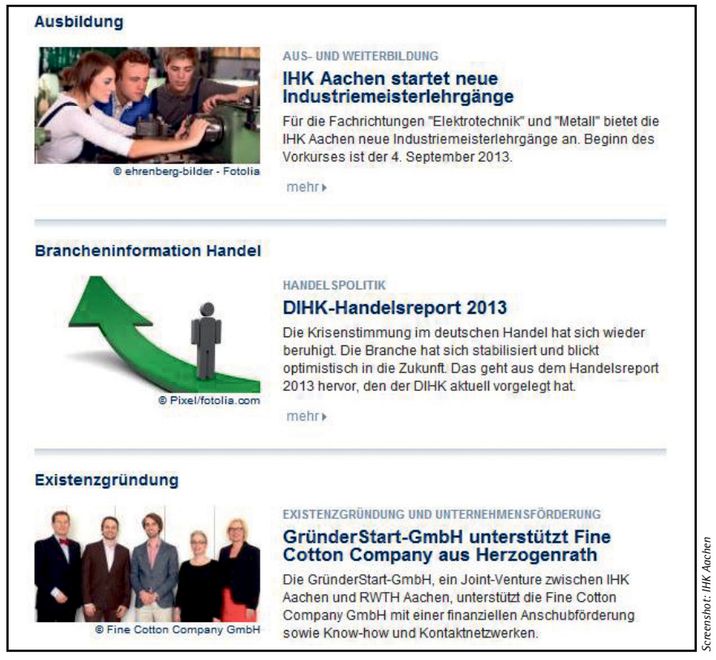
wirtschaftliche NACHRICHTEN 07/08 | 2013

EU-Förderung: Wirtschaft und Wissenschaft sollen von „Horizont 2020“ profitieren

Im kommenden Jahr startet mit „Horizont 2020“ das neue Rahmenprogramm für Forschung und Innovation der Europäischen Union (EU). Es führt die forschungs- und innovationsrelevanten Förderprogramme der Europäischen Kommission zusammen und löst das derzeitige 7. Forschungsrahmenprogramm ab. NRW-Wissenschaftsministerin Svenja Schulze und NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin laden Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft deshalb zu einer Info-Veranstaltung am 30. September nach Düsseldorf ein. Mit einer Laufzeit von 2014 bis 2020 und einem Budget von rund 70 Milliarden Euro soll „Horizont 2020“ die Förderung der gesamten Innovationskette umfassen – von der Grundlagenforschung über anwendungsorientierte Forschung und Entwicklung bis hin zu Anwendung und Markterschließung. Mit vereinfachten Regeln und Verfahren will die EU-Kommission die Antragstellung für Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen erleichtern. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen sollen künftig einen leichteren Zugang als bisher zu europäischen Fördermöglichkeiten bekommen. Die Auftaktrede zum kostenfreien Info-Tag, der um 16 Uhr an der Rheinterrasse am Joseph-Beuys-Ufer 33 beginnt, hält Martin Schulz, Präsident des Europäischen Parlaments. Gelegenheit zur Anmeldung gibt es im Internet.

@ www.frp.nrw.de/horizont2020nrw

In neuem Design: Der IHK-Newsletter informiert über aktuelle Wirtschaftsthemen



Screenshot: IHK Aachen

II Mit einem Mausklick informiert: Die IHK gibt mit ihrem kostenfreien Newsletter einen Überblick über aktuelle Themen, Veranstaltungen und Publikationen.

Sie wollen über rechtliche Änderungen, Veranstaltungen sowie Stellungnahmen und Veröffentlichungen der IHK Aachen informiert werden? Der neu gestaltete IHK-Newsletter liefert aktuelle regionale und überregionale Wirtschaftsthemen in kompakter Form per E-Mail. Interessenten können sich auf der Einstiegsseite der IHK-Homepage kostenfrei anmelden und die für sie relevanten Themengebiete individuell zusammenstellen. Zur Auswahl stehen folgende Rubriken: Auftragswesen, Ausbildung, Handel, Verkehr, Energie und Umwelt, Existenzgründung, Handelsregistereintragungen und -löschungen, International, IT & Telekommunikation, Länderschwerpunkte Mexiko und Ungarn, Standortpolitik, Steuern, Technologiebrief, Weiterbildung (mit verschiedenen Schwerpunkten) und Wirtschaftsrecht. Über ein Abonnement der Rubrik „Wirtschaftliche Nachrichten“ erhalten Sie zudem die aktuelle Ausgabe zu Beginn des Monats im PDF-Format.

@ www.aachen.ihk.de/newsletter

Klarer App-Fall

Auf Initiative des Zweckverbands Entsorgungsregion West (ZEW) hat die regio iT mit der Abfall-App einen digitalen Abfall-Kalender entwickelt. Das Programm soll Informationen rund um das Entsorgungsthema bereithalten und eine umfassende Abfallberatung umfassen. Zudem soll der mobile Kalender verraten, wo der nächste Grünschnittcontainer steht oder wann Sondermüll und Klein-Elektrogeräte abgeholt werden. Auch die Route zur nächstgelegenen Sammelstelle gehört zum Umfang der App. Die rund 840.000 Bürger aus Stadt und Städteregion Aachen sowie dem Kreis Düren erhalten die Abfall-App für iOS- und Android-Systeme. Schon bei der Euregio-Wirtschaftsschau war die mobile Anwendung auf reges Interesse gestoßen.

„Aachen handelt!“ – Unternehmen treffen gemeinnützige Organisationen

Foto: bürgerstiftung lebensraum aachen

II Buntes Treiben in der IHK Aachen: Beim Marktplatz „Aachen handelt!“ knüpfen Unternehmen und gemeinnützige Einrichtungen Kontakte.

Auf diesem Marktplatz gab es weder Gemüse noch einen Marktschreier unter freiem Himmel. Bunt, laut und geschäftig war er aber dennoch, der 2. Aachener Marktplatz „Aachen handelt!“, der auch diesmal unter dem Dach der IHK Aachen stattfand. Bei der Veranstaltung, die von der Bürgerstiftung Lebensraum Aachen und dem Freiwilligen-Zentrum Aachen organisiert worden war, trafen rund 30 Unternehmer auf 30 Vertreter gemeinnütziger Organisationen, um nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu suchen. Geld brauchten die Teilnehmer für ihre Verhandlungen nicht – nur die Zeit und den Willen, sich zu engagieren. Das Ziel: innerhalb einer Stunde einen Vertrag beim Notar abschließen. „Im besten Fall entstehen Partnerschaften, die auch über den Tag hinaus Bestand haben und die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Aachen steigern“, sagte IHK-Geschäftsführer Fritz Rötting. Zeitspenden, Sachspenden und Wissenstransfer: Insgesamt 55 Vertragsabschlüsse kamen am Ende zusammen. Die Marktplatz-Idee orientiert sich am bundesweiten Konzept „Gute Geschäfte“ der Bertelsmann-Stiftung. Bislang hat sie in mehr als 90 Städten Impulse für die Entwicklung von CSR-Kooperationen gegeben.

@ www.buergerstiftung-aachen.de
www.gute-geschaefte.org

Betriebe aus der Region zählen zu „Deutschlands Besten“

Im Zuge der Standortmarketing-Kampagne „Germany at its best: Nordrhein-Westfalen“ haben es 15 Betriebe, Produkte und Institutionen aus dem Kammerbezirk Aachen unter die 100 „Bestleister“ Deutschlands geschafft. NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin würdigt die Sieger aus dem vorangegangenen Online-Wettbewerb in einem zweisprachigen Bildband, der im Essener Klartext-Verlag erschienen ist. Aus der Technologieregion Aachen ist das an der RWTH entwickelte weltweit kleinste Kunstherz namens „ReinHeart“ dabei, ebenso wie der Kunstkopf zur Geräuschemessung von „HEAD acoustics“, der Aachener Dom als erstes deutsches UNESCO-Welterbe, das Erkelenzer Unternehmen Aker Wirth, das im Auftrag des weltgrößten Diamantenproduzenten Bohrsysteme zum Abtragen diamanthaltiger Schichten produziert, und die Aachener Tuning-Firma Schnitzer, die das weltweit schnellste Flüssiggasfahrzeug gebaut hat. Rund 500 „Höchstleister“ aus ganz NRW hatten sich im Online-Portal der Kampagne in den Kategorien Wirtschaft, Wissenschaft, Technologie und Innovation, Kunst und Kultur sowie Freizeit und Sport für die Aufnahme in das Buch beworben, das im Ausland für Spitzenleistungen werben soll.

@ www.germanyatitsbest.de

Profi – Partner
Unser Service - Ihr Vorteil
- für Privat- und Firmenkunden
- Öffnungszeiten Montag bis Freitag von 8-17 Uhr
- Onlineshop unter www.ppf24.eu
- Firmenbetreuung durch Außendienst
Fachmarkt für Arbeitsschutz- und Berufsbekleidung
Am Forsthaus 54-56
52511 Geilenkirchen
Tel. +49(0)2451/49020-0
Fax +49(0)2451/49020-29
Was können wir für Sie tun?

Aachen ist eine „Stadt für Kinder“

Die Stadt Aachen hat einen weiteren Standortvorteil gewonnen: Beim „5. European Award of Excellence“ des von der Stadt Stuttgart initiierten europäischen Städtenetzwerks „Cities for children“ hat Aachen den zweiten Platz belegt. Der Wettbewerb stand in diesem Jahr unter dem Motto „Gesunde Ernährung und Bewegung für Kinder und Heranwachsende in der Stadt“. Aachen überzeugte dabei mit dem Projekt „AGIL: Aktiver, Gesünder Is(s)t Leichter“, das die Stadt zusammen mit dem Deutschen Kinderschutzbund betreibt. Eine aus internationalen Vertretern bestehende Jury hatte zuvor aus allen eingesandten Bewerbungen vier Projekte nominiert. Der erste Preis ging nach Lodz, Anerkennungen gab es nach Aachen auch für die Städte Gelsenkirchen und Nancy.

Foto: Klartext Verlag

II Will Deutschland und den Standort NRW von seiner besten Seite zeigen: Das Buch „Germany at its best“ mit Unternehmensbeispielen aus dem Kammerbezirk Aachen.

1. Aachener BusinessRun sucht laufbegeisterte Unternehmen

Der 1. Aachener BusinessRun startet am Donnerstag, 5. September, in der Aachener Soers. Unternehmen aus der Region sind aufgerufen, laufbegeisterte Mitarbeiter in Dreier-Teams für den Zieleinlauf ins CHIO-Reitstadion unter dem Motto „Laufen, feiern, tanzen!" zu motivieren. Dabei ist eine unbegrenzte Anzahl an Teams möglich. Der fünf Kilometer lange „Firmenlauf" über die Reittrasse des CHIO-Geländes soll Beruf und sportliche Bewegung in Einklang bringen. Egal ob alt oder jung, ob Anfänger, trainierter Läufer oder einfach Stimmungsmacher an der Strecke: Beim BusinessRun soll der Teamgeist im Vordergrund stehen. Nach dem Zieleinlauf im CHIO-Reitstadion findet eine „AfterRun-Party" mit Siegerehrung, Show-Acts und DJs statt. Interessierte Unternehmen können sich im Internet für den BusinessRun anmelden.

@ www.business-run-aachen.de

Fest-Spiel: Heino rockt in Monschau klassisch

„Mit freundlichen Grüßen" eröffnet Volkssänger Heino die 14. Auflage der Festspiele „Monschau Klassik". Am Freitag, 16. August, geben Heino und Band ab 20.30 Uhr auf der Open-Air-Bühne der Monschauer Burg einige Einblicke in ihr neues Cover-Album, das als Heinos Hommage an die deutsche Popmusik an die Spitze der deutschen Charts gestürmt war. Am Samstag, 17. August, steigt um 20.30 Uhr die „Richard Wagner Gala" mit Solisten der Bayreuther Festspiele und am Sonntag ab 18 Uhr das „Best of Musical" mit Anna Maria Kaufmann. Am 20. August startet um 14 Uhr mit der „Abenteuerlichen Reise ins Morgenland" eine Kinderoper nach Mozarts „Entführung aus dem Serail", und am 21. August spielt das Heeresmusikkorps ab 20.30 Uhr ein historisches Serenadenkonzert zur Unterstützung der Hilfsgruppe Eifel. Am 22. August findet ab 20.30 Uhr das Konzert von „Schöner*Streifling and Friends" statt, bevor am 23. August ab 20.30 Uhr „Ein Käfig voller Narren" geöffnet wird. Am Samstag, 24. August, wird ab 20.30 Uhr die Verdi-Oper

Foto: Privat/pp/Agentur ProfiPress

Trio mit zwei Musikern: Heino mit der Starsolistin Barbara Krieger und dem Monschauer Original „Maaßens Päulche".

„Rigoletto" aufgeführt, bevor die Operettengala „Dein ist mein ganzes Herz" mit René Kollo und Barbara Cramm am Sonntag, 25. August, ab 18 Uhr das Finale der „Monschau Klassik" bestreitet.

@ www.monschau-klassik.de

Auch eine Art von „Countdown": Der Zensus macht Aachen kleiner

Nach den Ergebnissen der aktuellen Volkszählung aus dem Jahr 2011 hat die Stadt Aachen rund 22.000 Bürger weniger als bisher angenommen. Mit 236.420 Einwohnern fällt die Kaiserstadt deutlich unter die Viertelmillion-Marke. Der Zensus hatte außerdem ergeben, dass in ganz Deutschland weniger Menschen als bislang erwartet zu Hause sind: Mit Stand vom 9. Mai 2011 hat die Bundesrepublik rund 80,2 Millionen Einwohner. Bisher waren die Statistiker von knapp 81,8 Millionen ausgegangen. In der Städteregion Aachen leben laut Zensus 2011 exakt 539.516 Menschen, im Kreis Heinsberg 248.161, im Kreis Düren 258.760 und im Kreis Euskirchen 187.940 Einwohner. Für Länder und Kommunen sind die neuen Daten von großer Bedeutung, da sich wichtige finanzielle Zuwendungen nach der Einwohnerzahl richten.

@ www.zensus2011.de

Klimakompass NRW – die besten Klimaschutzprojekte in einer App

NRW.BANK Wir fördern Ideen

Bürger, Unternehmen und Kommunen setzen eine Vielzahl spannender Projekte zur Energiewende um. Sie helfen dabei, Nordrhein-Westfalen in ein Energie- und Umweltland zu wandeln. Eine umfangreiche Übersicht der zahlreichen Klimaprojekte bietet die App „Klimakompass NRW".

Die beeindruckende Zahl von Projekten belegt, was sich in Sachen Klimaschutz in Nordrhein-Westfalen bewegt. Über 60 sind bisher im Klimakompass verzeichnet. Von der energetischen Eigenheimsanierung, über die effizientere Rohstoffnutzung bis hin zu Beratungsangeboten von Institutionen und Kommunen: Der Klimakompass zeigt, wo und wie die Bürger in NRW die Energiewende vorantreiben. Viele von ihnen hat die NRW.BANK mit Beratung und Fördermitteln begleitet.

Informativ und mobil
In kurzen Beschreibungen erfahren die Nutzer alle wichtigen Informationen zu jedem Projekt. Ausführliche Beiträge im Web und Kontaktadressen finden Sie über weiterführende Links. Auf Wunsch navigiert die App direkt zu jedem ausgewählten Projekt. Sie kann kostenlos im AppStore oder im Google Play Store runtergeladen werden. Alternativ kann sie unter www.klimakompass.de über das Internet genutzt werden.

Kennen Sie den Weg zur Energiewende?
Ihr Unternehmen, Ihre Kommune oder Institution beteiligt sich auch mit einem Klimaschutzprojekt an der Energiewende und ist noch nicht im Klimakompass? Melden Sie sich gerne unter presse@nrwbank.de und erhalten Sie weitere Informationen! Mehr über unsere umfangreiche Energieförderung erfahren Sie unter www.nrwbank.de/foerderlotse.

Gratis App: Klimakompass NRW

Zahlen für die Zukunft

Der neue „Demografierechner NRW" kann Betrieben bei der Personalplanung helfen

Foto: © NAN – Fotolia.com

Fachkräftemangel auf dem Schirm? Der neue IHK-Demografierechner unterstützt Betriebe bei der Personalplanung.

Unternehmen können jetzt selbst ausrechnen, ob und wann ihnen ein Fachkräftemangel droht. Dazu bietet die IHK Aachen zusammen mit elf Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen den „Demografierechner NRW" im Internet an. Mit dessen Hilfe können Betriebe anhand der eigenen Mitarbeiterdaten ermitteln, wie sich die Altersstruktur der Belegschaft künftig verändert und in welchem Bereich sie womöglich dringend neue Fachkräfte benötigen.

Schätzungen zufolge wird das Arbeitskräftepotenzial in Deutschland bis zum Jahr 2025 um sechs Millionen Menschen sinken; gleichzeitig steigt der Altersdurchschnitt beträchtlich. „Viele Betriebe unterschätzen diesen Engpass noch", sagt Ellen Lenders, die neue Fachkräfteberaterin der IHK Aachen: „Fest steht: Das Personal wird im Durchschnitt immer älter, vielen Berufsgruppen gehen die Fachkräfte aus, und dieser Mangel betrifft nicht nur Großbetriebe." Bei der Sicherung von Fachkräften müssten außerdem die Beschäftigten jeder Altersstufe einbezogen werden – „nicht nur die älteren".

Der neue Demografierechner soll die Zukunft des jeweiligen Betriebspersonals transparent machen, indem er die Altersstruktur der Mitarbeiter nach Berufsgruppen und Qualifikationen abbildet und dabei auch die Erfahrungswerte für die jährlichen Zu- und Abgänge berücksichtigt. Angezeigt werden die jährlichen berufsspe-

Druckerei
stermanns
Spezialbetrieb für Etiketten und Musterkarten
GESCHÄFTS- UND WERBEDRUCKSACHEN
Johann Stermanns GmbH & Co. KG
Kühlwetterstraße 46 · 52072 Aachen
Telefon 02 41/8 30 51 · Telefax 02 41/87 57 24
www.stermanns.de info@stermanns.de

zifischen Ersatzbedarfe durch Renteneintritt und Fluktuation bis zum Jahr 2030. Dabei gibt es Vergleichsmöglichkeiten mit der Region und der Branche, in der sich das jeweilige Unternehmen befindet. Betriebe, die der Herausforderung des demografischen Wandels strategisch begegnen wollen, können sich von der IHK-Beraterin zur Fachkräftesicherung kostenfrei beraten lassen.

Lenders besucht die interessierten Unternehmen vor Ort und hilft ihnen dabei, praktische Lösungen zu entwickeln und geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Betriebe, die eine individuelle Erstberatung in Anspruch nehmen wollen, können sich direkt mit der IHK-Beraterin in Verbindung setzen.

@ www.demografierechner.de/nrw
www.aachen.ihk.de/fachkraeftesicherung

i IHK-Ansprechpartnerin:
Ellen Lenders
Tel.: 0241 4460-146
ellen.lenders@aachen.ihk.de

Foto: DIHK

INFO

Der DIHK stellt Unternehmen ab sofort den „Fachkräfte-Check“ zur Verfügung

Eine weitere Unterstützung bietet der neue Fachkräfte-Check, der gemeinsam vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) und dem Deutschem Industrie- und Handelskammertag (DIHK) entwickelt worden ist. Er liefert unter anderem Tipps, wie Unternehmen Mitarbeiter gewinnen und an sich binden können. Die Publikation steht zum Download auf der IHK-Internetseite bereit.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 86494)
www.fachkraefte-offensive.de

Der Juniorenkreis wird um 99 Jahre Erfahrung jünger

Bei seiner diesjährigen Konjunkturdebatte hat der Juniorenkreis der IHK Aachen sechs langjährige Mitglieder verabschiedet. „99 Jahre Erfahrung: Das ist für einen Juniorenkreis schon eine beeindruckende Zahl“, sagte Juniorenkreis-Geschäftsführer Nils Jagnow: „Ein Viertel davon geht auf das Konto von Paul Oellers.“ Der Geschäftsführer der „Oellers-Immex Produktions- und Vertriebs GmbH & Co. Kommanditgesellschaft Farbenfabrik OELLERS“ war 24 Jahre lang im Juniorenkreis aktiv. Von 2007 bis 2010 fungierte er dabei als Sprecher. „Das Netzwerk des Juniorenkreises ist schon etwas ganz Besonderes“, sagte Oellers bei seinem Abschied: „Hier war und ist das ‚Who’s who’ der Aachener Wirtschaft.“

Neben Oellers wurde auch ein zweiter ehemaliger Sprecher des Juniorenkreises verabschiedet: Esko Thüllen, Geschäftsführer der Auto Thüllen Aachen GmbH & Co. KG, hatte dieses Amt von 2000 bis 2004 inne. Insgesamt war er 15 Jahre lang Mitglied im Juniorenkreis. Außerdem wurden Jörg Funken, Bauunternehmung Martin Funken GmbH & Co. Kommanditgesellschaft (18 Jahre), Alexander Gohr, Auto Gohr GmbH (15 Jahre), Dieter Jeandrée-Grund, AFPS – Alternative Financial Planning Solutions GmbH (zehn Jahre) und Karl Hubert Stollenwerk, Rheinland Konservenfabrik Vorgebirge Obst- und Gemüseverarbeitung GmbH (17 Jahre), verabschiedet.

II Abschied nach 24 Jahren: Die Juniorenkreis-Sprecher Thomas Wiegand (l.) und Jürgen Winands (r.) bedanken sich bei Paul Oellers.

„Die Mehrheit der Unternehmen in der Region Aachen bezeichnet ihre aktuelle Lage als gut“, resümierte Sprecherin Petra Grossmann bei der anschließenden Konjunkturdebatte: „Außerdem schaut die Wirtschaft wieder zuversichtlich auf die Entwicklung in den kommenden Monaten.“ In Branchenreferaten gaben Bernd Steinbrecher (POWER + RADACH WERBEAGENTUR GMBH) und Dr. Andreas Roye (Lucem GmbH) Einblicke in konkrete Firmen- und Branchenentwicklungen.

Sachverständigen-Bestellung ist erloschen

Folgende Bestallung der von der IHK Aachen öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen ist erloschen: Dipl.-Ing. Michael Plenz, Herzogenrath, Sachgebiet „Baupreisermittlung und Abrechnung im Hoch- und Ingenieurbau“.

www.office1996.com
VERSICHERUNGS-MAKLERBESTÄNDE GESUCHT
Office®1996
www.office1996.com
Internationale Versicherungsmakler
DIN EN ISO 9001:2008 Certificate: 01 100 049939
Sie suchen einen verantwortungsbewussten Käufer für die Fortführung Ihres Lebenswerkes?
Wir kaufen Unternehmen/ Versicherungsmaklerbestände und/ oder Mandate (ausschließlich Gewerbekunden), gerne internationales Geschäft.
✓ Sie erhalten Informationen über uns: www.office1996.com
✓ Sie erreichen uns: (0241) 963-1315 • expansion@office1996.com
✓ Ihr Ansprechpartner: Geschäftsführender Gesellschafter Michael P. Hüllenkremer

Oberlandesgericht bestätigt und ernennt Handelsrichter

Auf Vorschlag der Industrie- und Handelskammer Aachen hat der Präsident des Oberlandesgerichts (OLG) Köln Diplom-Volkswirt Jörg Hamel für weitere fünf Jahre in seinem Amt als Handelsrichter bestätigt. Außerdem hat das Oberlandesgericht Diplom-Volkswirt Dieter Rehfeld (regio iT – gesellschaft für informationstechnologie mbH, Aachen) auf Vorschlag der Industrie- und Handelskammer hin für fünf Jahre zum Handelsrichter ernannt. Für Rehfeld ist es die erste Ernennung zum Handelsrichter.

Späte Betriebsamkeit: Die 6. „Nacht der Unternehmen“ rollt Anfang November durch die Region

Aachen ist als Hightech-Region mit einem hohen Anteil kleiner und mittelständischer Unternehmen entscheidend von hochqualifizierten Fachkräften abhängig. Die „Nacht der Unternehmen“ bietet regionalen Betrieben deshalb am 6. November die Möglichkeit, sich jungen Menschen als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren. Mehr als 1.800 Besucher hatten sich im vergangenen Jahr per Shuttle-Bus in die Unternehmen der Region bringen lassen. Auch bei der sechsten Auflage der Veranstaltung unter dem Motto „Vollgas zum Job“ besucht jeder Teilnehmer im Durchschnitt drei bis vier Betriebe. Unternehmen, die ihre Tore an besagtem Abend nicht öffnen können, bekommen im Technologiezentrum am Europaplatz (TZA) eine alternative Präsentationsplattform. Auch eine Kombination beider Formate – Ausstellung im TZA und Teilnahme an der Bustour – ist möglich. Im Vorfeld der Veranstaltung können Unternehmen außerdem ihre Stellenangebote im Internetportal „karriere.ac“ kostenlos einstellen. Die Anmeldung zur „Nacht der Unternehmen“, an der auch die IHK Aachen wieder beteiligt ist, läuft über das Internet.

II Frühe Fachkräftesicherung zu später Stunde: Bei der 6. „Nacht der Unternehmen“ sind die Betriebe in der Region wieder für Nachwuchs er-fahr-bar.

@ www.nachtderunternehmen.de

i IHK Ansprechpartner:
Thomas Wendland
Tel.: 0241 4460-272
thomas.wendland@aachen.ihk.de

Von Messspitzen, Energieeffizienz und „Glühlampen der nahen Zukunft“

Die Gewinner der zehnten AC²-Wettbewerbe stehen fest

Foto: Carl Brunn/GründerRegion Aachen

II Preis-Träger: Die Gewinner der AC²-Wettbewerbe und ihre Mentoren.

Die Initiative „AC² – Gründung, Wachstum, Innovation“ hat im Rathaus der Stadt Aachen zum zehnten Mal erfolgversprechende Gründungsideen, wachstumsstarke Unternehmen und regionale Innovationsträger ausgezeichnet.

AC² – der Gründungswettbewerb

Der mit 10.000 Euro dotierte erste Preis ging an das Aachener Team Protemics mit Christopher Matheisen, Marcel Meuer, Dr. Michael Nagel, Simon Sawallich und Dr. Ali Safiei. Die Gründungsidee umfasst Herstellung, Vertrieb und Dienstleistungen rund um die neuartige Nahfeldmesstechnik. Sie erlaubt es, mittels Terahertz-Signalen wichtige Rückschlüsse auf die Eigenschaften von Mikrostrukturen zu ziehen. So lassen sich frühzeitig Fehler in Mikrochips, Solarzellen und Displays entdecken. Den zweiten Preis (7.500 Euro) erhielt das Team Aveltech aus der Städteregion Aachen. Die beiden begeisterten Techniker und Motorsportler Arne Holz und Stephen Wolff haben ein Ansaugsystem für Verbrennungsmotoren entwickelt, das die Beschleunigung von Fahrzeugen maßgeblich verbessert. Der dritte Preis (5.000 Euro) ging an das Projekt WiBOTec Surfaces aus Vettweiß. Gründerin Kerstin Brake-Schöneis beschäftigt sich mit der Entwicklung und dem Vertrieb von kundenspezifischen Beschichtungen.

AC² – die Wachstumsinitiative

Der erste Preis (5.000 Euro) ging an das 2005 als Ingenieurgesellschaft gegründete Unternehmen Adapton AG aus Aachen. Vorstand Ralf Weber bietet mit seinem Team Beratungs- und Planungsleistungen zu Energieeffizienz, Energiemanagement und Klimaschutz vor allem für Industrie, Gewerbe und Kommunen. Mit der eigens entwickelten Software „emson“ können Energieverbräuche kontinuierlich gemessen und überwacht werden. Mit dem Programm, der Ausdehnung des Beratungsangebots und der Gewinnung von Energieberatern sollen bis 2016 zwölf neue Beschäftigungsverhältnisse geschaffen werden. Gewinner des zweiten Preises (2.500 Euro) ist die Aachener NETRONIC Software GmbH mit Geschäftsführer Dr. Martin Karlowitsch. Das Unternehmen entwickelt B2B-Software zur Visualisierung von Planungsdaten in Form von Gantt-Diagrammen. Die Entwicklung neuer Produkte für ERP-Systeme soll den Zielkundenmarkt vergrößern und damit einen Beschäftigungszuwachs von derzeit 17 auf 26 Mitarbeiter Ende 2016 ermöglichen. Mit dem dritten Preis (1.000 Euro) wurde die AS Tech Industrie- und Spannhydraulik GmbH aus Geilenkirchen ausgezeichnet. Die Geschäftsführer Arndt Schlösser und Gabi Wego entwickeln, konstruieren und fertigen mit derzeit 44 Mitarbeitern hydraulische Systeme zur Bewegung von Komponenten im Schwermaschinenbau. Durch den Ausbau des Vertriebs sollen mindestens sieben neue Beschäftigungsverhältnisse entstehen.

AC²-Innovationspreis Region Aachen

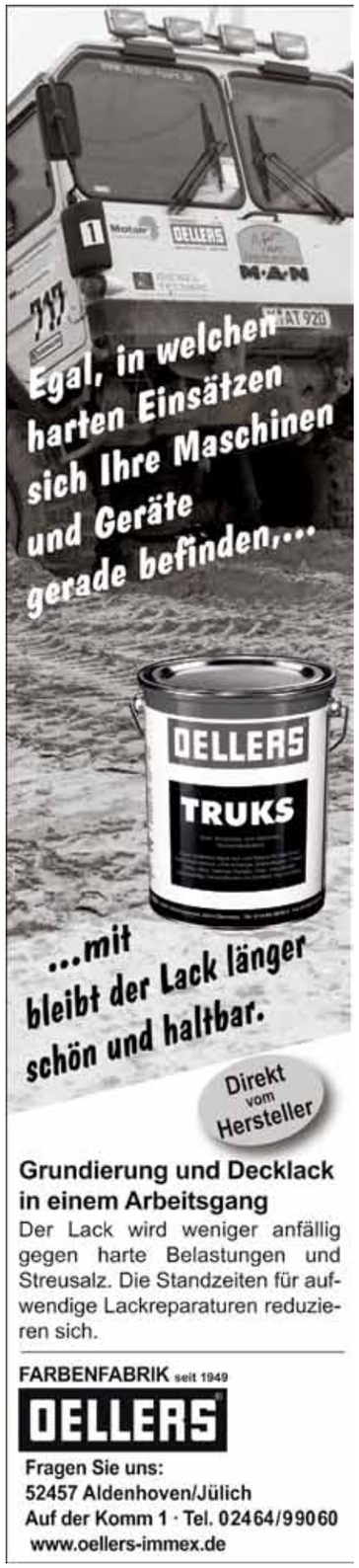
Die Jury mit Vertretern von FH Aachen, RWTH Aachen, Forschungszentrum Jülich und regionalen Unternehmen wie Aker Wirth GmbH, Korr GmbH, MFT GmbH und Zuckerfabrik Jülich GmbH hat der „Philips Technologie GmbH – Business Center OLED Lighting“ aus Aachen den Innovationspreis verliehen. Landrat Stephan Pusch, diesjähriger Vorsitzender der Jury, überreichte dem Geschäftsführer Dr. Dietrich Bertram die Skulptur des Künstlers Rolf Jägersberg. Das Unternehmen „ist weltweit ein Vorreiter in der organischen Leuchtdioden-Technologie. Diese Leuchtdioden können als ‚Glühlampen der nahen Zukunft‘ bezeichnet werden“, heißt es in der Begründung. Nominiert waren auch die Unternehmen CircuLite GmbH aus Aachen und EdgeWave GmbH mit Sitz in Würselen.

@ www.innovationspreis-region-aachen.de
www.gruenderregion.de

Nachwuchskräfte halten? Wie das geht, zeigt die IHK beim Info-Abend „Hochschule-Wirtschaft“

Die erste Generation der neuen Bachelor- und Master-Absolventen hat den Weg in die Unternehmen bereits gefunden. Doch einige Fragen rund um die Studienreform sind noch immer offen: Was können Unternehmen von den neuen Absolventen erwarten? Wann und wie lassen sich Praktikumsphasen in die neuen Studienprofile am besten integrieren? Antworten liefert der Info-Abend „Hochschule-Wirtschaft“ am Donnerstag, 11. Juli, in der IHK Aachen. Referenten von FH und RWTH Aachen stellen Kooperationsmöglichkeiten vor, und Unternehmer berichten von ihren Erfahrungen. Anschließend besteht die Möglichkeit zur Diskussion. Mit den hervorragenden Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Region sind die Ausgangsbedingungen für die Unternehmen ideal: Mehr als 5.000 Nachwuchskräfte aus verschiedenen Fachrichtungen verlassen jedes Jahr allein die RWTH und die FH Aachen – doch viele von ihnen auch die Region. Auf einem „Markt der Möglichkeiten“ erhalten die Besucher des Info-Abends einen Überblick über die vielfältigen Angebote und Projekte der Region, die dazu beitragen, Fachkräfte zu halten und Kontakte zwischen Absolventen und Unternehmen herzustellen. Interessenten werden gebeten, sich bei der Industrie- und Handelskammer Aachen anzumelden.

i IHK-Ansprechpartner:
Ellen Lenders
Tel.: 0241 4460-146
ellen.lenders@aachen.ihk.de
Thomas Wendland
Tel.: 0241 4460-272
thomas.wendland@aachen.ihk.de



Aachen wird in Berlin zum Mittelpunkt

Die Region präsentiert sich und ihre Vielfalt beim NRW-Fest

Fotos: Bernd Büttgens

Botschafter der Region: Neben IHK-Präsident Bert Wirtz (3. v. r.) und der lokalen Prominenz aus Politik und Wissenschaft gehörten StreetScooter und Brennstoffzelle zu den Aachener Werbeträgern in Berlin.

Mehr als 1.500 Gäste waren der Einladung von NRW-Ministerpräsidentin Hannelore Kraft nach Berlin gefolgt. Beim NRW-Fest stand in diesem Jahr die Region Aachen im Mittelpunkt: wissenschaftlich, wirtschaftlich, lukullisch, musikalisch und historisch. Die Region Aachen, das sind die Kreise Heinsberg, Düren und Euskirchen sowie Städteregion Aachen und Stadt Aachen, wo rund 1,3 Millionen Menschen und 76.000 Unternehmen ein starkes Stück NRW bilden. Das betonte auch Ministerpräsidentin Kraft: „Aachen ist eine geschichtsträchtige Stadt und Region. Sie hat aber auch die Hochschulen und den Innovationsansatz. Das hat Zukunft."

In der Tat ist „Hightech made in Aachen" weltweit hoch geschätzt. Dafür stehen die Exzellenzuniversität RWTH Aachen, das Forschungszentrum Jülich (FZJ), die FH Aachen und die zahlreichen innovativen Technologieunternehmen. Die gesamte Region versteht sich als Ideenschmiede. Als Musterbeispiel hierfür präsentiere Professor Achim Kampker, Chef des WZL-Lehrstuhls für Produktionsmanagement, das in Aachen entwickelte Elektromobil „StreetScooter", das die Deutsche Post AG bald in einem Feldversuch erprobt. Das FZJ hatte außerdem eine Brennstoffzelle und die FH einen Prüfstand für Pedelecs mit nach Berlin gebracht. IHK-Präsident Bert Wirtz und IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer nutzten die Gelegenheit und ehrten Lambertz-Inhaber Professor Hermann Bühlbecker mit einer Jubiläumsurkunde zum 325-jährigen Bestehen des Familienbetriebs. „Inhabergeführte Unternehmen sind die solide Basis unseres Wirtschaftsraums", betonte Wirtz.

Auch anderweitig punktete die Aachener Region in der Hauptstadt: Kaum eine Region bietet eine größere landschaftliche und kulturelle Vielfalt – vom Niederrheinischen bis in den Nationalpark Eifel, von Kaiser Karl bis hin zur möglichen Kulturhauptstadt Europas 2018, zu der sich die Aachener derzeit gemeinsam mit den belgischen und vor allem niederländischen Nachbarn in der grenzüberschreitenden Euregio Maas-Rhein bewerben. Aachens Oberbürgermeister Marcel Philipp und Städteregionsrat Helmut Etschenberg vertraten die Region Aachen ebenso wie eine Reihe von Unternehmern aus dem gesamten Kammerbezirk.

Bernd Büttgens

Auf den Geschmack gekommen: Christof Lang (r.) vom La Bécasse in Aachen und Robin Berben (l.) vom Café Sjiek in Maastricht sorgten mit ihrer euregionalen Kochgruppe „Crossing Borders" für Genussmomente.

BUTTER.

Wir fördern Ihr Unternehmen.

ENERGIE EFFIZIENZ LOHNT SICH

Zinsgünstige Kredite, Fördermittel zum Ausgleich mangelnder Sicherheiten und Eigenkapital-Finanzierungen: So fördern wir Ihr Unternehmen. Und mit Investitionen in mehr Energieeffizienz profitieren Sie jetzt sogar dreifach. Sie erhalten den besonders günstigen NRW.BANK.Effizienzkredit, sparen Energiekosten und schonen die Umwelt.
Fragen Sie Ihre Hausbank – oder direkt uns: Tel. 0211 91741-4800 (Rheinland) oder 0251 91741-4800 (Westfalen).
www.nrwbank.de

NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Buchstabensuppe

Warum Ihre Pressemitteilung womöglich zu den 70 Prozent gehört, die jeden Tag im Mülleimer landen – und was Sie daran ändern können

Foto: © tinlinx – Fotolia.com

II Was wurde hier bloß angerichtet? Botschaften ohne Struktur haben in der Presse keine Chance auf Veröffentlichung.

Wenn Sie mehr als zwei kurze Sätze brauchen, ist die Sache schon gegessen. Im Prinzip ist es das, was Henri Nannen gemeint hat, als der Gründer und langjährige Chefredakteur des „Stern" der Medienwelt den Begriff des „Küchenzurufs" servierte: Wer nicht in der Lage ist, die Quintessenz eines gerade im Esszimmer gelesenen Textes einem nebenan in der Küche stehenden Gesprächspartner kurz und verständlich zuzurufen, dem wurde ein schlechter Text aufgetischt. Für Unternehmer und PR-Agenturen bedeutet das: Verfassen Sie Ihre Pressemitteilung nach bestimmten Regeln, denn alles andere ist Buchstabensuppe und bringt Redakteure zum Kochen.

Rund 80 Pressemeldungen erreicht eine durchschnittliche Redaktion jeden Tag aufs Neue – und 70 Prozent davon landen sofort oder nach kurzer Ansicht im Mülleimer. Eines ist den Entsorgten mit Sicherheit gemein: Sie enthalten keine journalistisch verwertbare Botschaft oder sind unverständlich formuliert. Auch darin besteht der Unterschied zwischen Nach*richt* und Nach*tisch*: Um Erstere zu verdauen, darf nicht viel Zeit ins Land gehen.

Werbung: Fehl-Anzeige

Es ist seit jeher gutes Presserecht: Berichterstattung und Produktreklame werden strikt voneinander getrennt. Wer Werbung für sein Unternehmen machen möchte, darf jederzeit inserieren, selbstverständlich kostenpflichtig. Redakteure eines Fachmagazins oder einer Tageszeitung sind stets zur Objektivität verpflichtet – Werbung daher Fehl-Anzeige.

Wer? Was? Wie? Wo?

Eine Pressemitteilung muss also frei von Reklame sein – und dem Leser stattdessen eine echte Nachricht aus der Wirtschaftswelt vermitteln. Was der Redakteur gerne aufgabelt: Mitteilungen über Investitions- und Erweiterungsvorhaben, Geschäftserfolge und -bilanzen, Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Schulen, Neuigkeiten in punkto Betriebsstätte, soziales Engagement oder die Auszeichnung mit einem renommierten Preis (siehe Info-Kasten). Aber Vorsicht: Das Auge isst mit, und die Zeit des Redakteurs reicht oft nur für einen kurzen Texthappen. Die wichtigen „W-Fragen" müssen daher in den ersten beiden Sätzen geklärt sein: Wer hat wann wo was getan? „Die Müller GmbH & Co. KG hat am 1. April im Gewerbegebiet Entenhausen mit dem Bau einer neuen Produktionsstätte begonnen" – da ist dem Leser von Beginn an klar, worum es geht.

Optimal ist Perfekt

Wer den Journalisten die Arbeit erleichtern will, der würzt seine Pressemeldung mit einer Prise Perfekt – und zwar ausschließlich, aber unbedingt im ersten Satz. Alles Folgende steht hingegen im Imperfekt oder im Präsens. Dank dem Perfekt zu Beginn der Mitteilung kommt die wesentliche Botschaft samt ihrer Aktualität noch stärker zur Geltung. Übrigens genauso wichtig wie die Nachricht selbst: Der erste Satz enthält niemals ein Zitat.

INFO

Keine Re(d)aktion? Das lässt sich ändern

Für eine nicht veröffentlichte Pressemitteilung in der Tageszeitung oder in den „Wirtschaftlichen Nachrichten" kann es viele Gründe geben – und nicht alle lassen sich beeinflussen. Wer aber weiß, was die Redakteure interessiert, hat deutlich bessere Chancen. Mit folgenden Inhalten wird die Veröffentlichung im Lokal- oder Wirtschaftsteil der Zeitung sowie in der Rubrik „Firmenreport" der „Wirtschaftlichen Nachrichten" wahrscheinlicher:

- Investitions- und Erweiterungsvorhaben, Geschäftserfolge (zum Beispiel Umsatz/Gewinn, Beschäftigung, Geschäftsberichte)
- Kooperation mit anderen Unternehmen/Schulen/Kindergärten
- Inbetriebnahme oder Schließung von Betriebsstätten
- Veränderungen in der Geschäftsleitung (wenn Personalie mit Außenwirkung)
- Sponsoring/Großspenden/soziales Engagement; Umweltschutzmaßnahmen
- Seriöse, repräsentative Umfragen/Studien/Untersuchungen zu aktuellen Themen
- Erfolge in der Aus- und Weiterbildung, Auszeichnung mit einem renommierten Preis

Nicht bloß sprechen, auch was sagen!

„Ich freue mich sehr, dass wir mit der Kooperations GmbH & Co. KG einen so kompetenten und langfristigen Partner gewinnen konnten", sagte Peter Worthüls, Geschäftsführer der Schwafel GmbH. – Solch ein „Allerweltszitat" gehört nicht nur nicht an den Anfang eines Textes, es gehört nirgendwo hin. Sparen Sie sich besser sämtliche Floskeln und Lobhudeleien, denn sie werden vom Redakteur

ohnehin gestrichen. Der Grund liegt auf der Hand: Was sich von selbst versteht, braucht nicht erwähnt zu werden. Würden Sie das neue Partnerunternehmen nicht für kompetent halten, hätte Ihr Betrieb wohl kaum eine Kooperation gewählt. Sagen Sie stattdessen lieber etwas, das sich der Leser nicht von vornherein denken kann – und bieten Sie ihm einen konkreten Einblick in Ihr wirtschaftliches Handeln. Seien Sie sparsam im Umgang mit Zitaten und vergessen Sie nicht, dem Wortgeber einen Vornamen und eine Funktion zuzuweisen. Ein „Herr Worthüls von der Schwafel GmbH" hat keine Chance, in die Zeitung zu kommen, „Peter Worthüls, Geschäftsführer der Schwafel GmbH" hingegen schon – vorausgesetzt, er spricht nicht nur, sondern hat auch etwas zu sagen.

Werden Sie aktiv gegen das Passiv!

„Seitens der Geschäftsführung wird die Herausforderung vor allem in der CO_2-Einsparung gesehen." – Da empfindet der Leser das Passiv gleich im doppelten Sinne als Leideform. Verzichten Sie auf schwere Kost und bleiben Sie lieber aktiv: „Die Geschäftsführer sehen die Herausforderung vor allem in der CO_2-Einsparung." So kommen Sie nicht im unpersönlichen und sperrigen Bürokratenstil daher. Für Redakteure ist das Passiv sowieso ungenießbar – und kommt deshalb kaum mehr auf den Tisch. Und noch etwas, das nicht allen PR- und Unternehmenstextern schmeckt: In der Kürze liegt die Würze! Eine gute Pressemeldung vermittelt alles Wesentliche in prägnanten Worten auf höchstens einer Seite eines Word-Dokuments.

Schaumschläger

Wer sich kurzhalten muss und Appetit auf seine Botschaft machen will, sollte auf deutsche wie englische Fachbegriffe und unbekömmliche Nominalphrasen verzichten. Und wenn Sie schon auf Diät gesetzt sind: Widerstehen Sie auch der Versuchung, Ihren Text mit Adjektiven zu verfeinern! Sie sind im besseren Falle wertend, im schlechteren werbend, und beides darf ein Redakteur nicht tun. Überlassen Sie also das Urteil, ob Ihre Ware oder Ihre Dienstleistung „einzigartig", „unvergleichlich" und „innovativ" ist, lieber den Zeitungslesern und Ihrer Kundschaft. Sprechen Sie nicht von „qualitativ hochwertigen" Produkten, denn das sind „weiße Schimmel" und „schwarze Raben". Sprechen Sie ohnehin besser nicht von „hochwertigen" Produkten in Verbindung mit Ihrem Unternehmen; schließlich wollen Sie doch nicht den Eindruck erwecken, dass diese Qualität in Ihrem Betrieb gar nicht so selbstverständlich ist und deshalb der Betonung bedarf.

Wer die Qualität seiner Pressemitteilungen wahrt, hat gute Chancen, den Weg in die Medien zu finden. Man muss nur wissen, was erlaubt ist und was nicht. Am Ende ist es wie immer: Die Sprachexperten kochen auch nur mit Wasser – aber nach Rezept.

Mischa Wyboris

Foto: © Konstantyn – Fotolia.com/Fotomontage

II Zum Einprägen: Der Küchenzuruf ist das beste Rezept.

i IHK-Ansprechpartner:
Sarah Sillius
Tel.: 0241 4460-115
sarah.sillius@aachen.ihk.de
Mischa Wyboris
Tel.: 0241 4460-232
mischa.wyboris@aachen.ihk.de

INFO

Das Presse-Portal der IHK bündelt zahlreiche Tipps für Unternehmen

In der Rubrik „Presse" der IHK-Internetseite finden sich hilfreiche Hinweise zum Verfassen einer Pressemitteilung („Wege in die Medien"), PR-Tipps für Unternehmer und ein Überblick über sämtliche Medien im Kammerbezirk Aachen.

@ www.aachen.ihk.de/servicemarken/zielgruppen/Presse

„Der Imagefilm muss eine Geschichte erzählen"

Wie Unternehmen bewegte Bilder für sich nutzen können, erklären Filmschaffende aus dem Kammerbezirk

Foto: Andreas Steindl

II Mit dem Blick fürs Wesentliche: Lars Banka vom „bobureau" ermuntert Unternehmen, die Chancen des Imagefilms zu nutzen.

Nichts prägt sich mehr ein als das, was man mit dem bloßen Auge sieht, heißt es. Wenn sich die Bilder noch dazu bewegen und Emotionen beim Betrachter erzeugen, dann wird er sie so schnell nicht vergessen. Viele Unternehmen setzen deshalb auf einen Imagefilm, um sich und ihre Produkte zu vermarkten. Ist das Medium also die Botschaft? – Nicht allein. Was einen guten von einem schlechten Imagefilm unterscheidet, erklären fünf Filmschaffende aus dem Kammerbezirk im Interview mit den „Wirtschaftlichen Nachrichten". Dagmar Bona und Lisa Behnken („FilmSchliff"), Harald Steinkamp („inside Unternehmensgruppe"), Lars Banka und Andreas Ollig („bobureau") haben schon diverse Imagefilme gedreht. Ihre Erfahrungen reichen vom technischen Film über das Maschinenbau-Unternehmen bis hin zum klassischen Imagefilm für die städtische Wirtschaftsförderung. Welchen Nutzen kann ein Unternehmen oder eine Institution daraus ziehen, sich über bewegte Bilder zu präsentieren?

„Der Imagefilm ist ein Stimmungsmacher, ein proaktives Medium, das auf einen zukommt."

Harald Steinkamp, „inside Unternehmensgruppe"

Steinkamp: Ein Imagefilm ist ein ausformuliertes Statement, ein präzise abgerundetes Bild des Unternehmens. Wenn man spontan über seinen Betrieb spricht, würde man nie diesen durchkonzipierten Inhalt treffen. Wird in einer Konferenz erst der Film gezeigt, hat man direkt einen guten Einstieg für ein Geschäftsgespräch.

Bona: Vor allem, weil man einen Blick hinter die Kulissen bekommt. Man sieht, wer im Unternehmen arbeitet und wie gearbeitet wird. Bewegte Bilder erregen grundsätzlich mehr Aufmerksamkeit als ein Text.

Ollig: Das ist der Vorteil des Imagefilms gegenüber anderen Medien. Weil er audiovisuell ist, erzeugt er mehr Emotionen.

Steinkamp: Ja, genau, der Imagefilm ist ein Stimmungsmacher, ein proaktives Medium, das auf einen zukommt. Wir haben auch

schon mal interaktive Elemente in Imagefilme eingebaut. Über Buttons kann der Zuschauer dann verschiedene Ebenen anwählen, wenn ihn einzelne Inhalte besonders interessieren.

WN: Was macht einen guten Imagefilm aus?

Banka: Es gibt nicht das Rezept, die geheime Formel. Gut ist, was interessant und spannend ist und die Zielgruppe erreicht. Es ist immer die Frage, welche Botschaft man rüberbringen will. Es gibt Themen, bei denen man Humor verwenden darf, die nicht hemdsärmelig wirken sollen. Und dann wieder andere, bei denen man seriös bleiben muss.

Bona: Das Wichtigste ist, dass der Charakter des Unternehmens herausgestellt wird. Man braucht etwas Individuelles, etwas Nicht-Austauschbares. Das Konzept muss durchdacht und auf das Unternehmen zugeschnitten werden. Es dürfen nicht einfach aneinandergereihte Bilder zu sehen sein, sondern der Film muss einen roten Faden haben, eine Geschichte erzählen, eine gute Idee haben.

Ollig: Und der Film muss glaubhaft sein. Das gelingt nicht, wenn nur vorproduziertes, allgemeines Stock-Material verwendet wird, das bei Bildagenturen eingekauft werden kann. Das kann zwar technisch gut gemacht sein, passt aber nicht unbedingt auch auf das Unternehmen.

WN: Da sind wir schon bei den Negativbeispielen. Gibt es weitere „No-Gos"?

Bona: Übertrieben dynamische Musik, die gar nicht zu den Bildern passt. Damit kann man den schönsten Film verhauen. Oder ein Sprecher, der sich so anhört, als würde er aus dem Teleshopping-Kanal kommen. Das ist nicht authentisch.

Steinkamp: Die Tonbearbeitung ist oft eine Katastrophe. Es wird unterschätzt, wie wichtig das ist: der Ton macht die Hälfte der Wirkung aus.

Behnken: Ein weiteres „No-Go" ist schlichtweg auch Ideenlosigkeit – wenn immer das gleiche Verfahren angewandt wird.

WN: Den richtigen Ton zu treffen, ist bestimmt nicht einfach. Über Videos spricht man ja meistens dann, wenn sie witzig sind. Witze können aber auch nach hinten losgehen. Ist Humor ein gutes Mittel für einen Imagefilm?

Steinkamp: Wenn man mal gemeinsam gelacht hat, schließt das für ein Gespräch viel besser auf. Wir haben schon oft entsprechende Konzepte vorgelegt, aber es gibt leider nicht viele Kunden, die sich trauen, Humor reinzubringen.

Bona: Die meisten wollen lieber auf der klassischen, also der vermeintlich sicheren Seite bleiben. Das ist schade. Dann hat man ein ausgefallenes Konzept vorgestellt, für das aber der Mut fehlt.

WN: Wie finden Sie heraus, was zum Unternehmen passt?

Bona: Bevor wir ein Konzept entwickeln, fragen wir den Kunden aus. Was soll der Film vermitteln? Was ist das Besondere an dem Unternehmen? Wie soll der Film später eingesetzt werden?

Steinkamp: Ich schreibe nach dem Vorgespräch einen Text und skizziere mögliche Bildmotive. Das ist die Grundlage für das nächste Gespräch, in dem abgeglichen wird, ob man die zentralen Punkte getroffen hat oder ob eventuell noch was fehlt. Ist das Konzept abgenommen, wird gedreht. Die Produktion dauert insgesamt in der Regel etwa drei Monate.

Behnken: Wir gehen etwas anders vor. Der Text entsteht bei uns erst, wenn der Film geschnitten ist. Wir wollen über die Bilder eine Geschichte erzählen. Der Text soll nur eine Ergänzung zum Bild sein.

> *„Das Wichtigste ist, dass der Charakter des Unternehmens herausgestellt wird. Man braucht etwas Individuelles, etwas Nicht-Austauschbares."*
>
> *Dagmar Bona, „FilmSchliff"*

WN: Neben einem Voice-Over kann man auch O-Töne der Mitarbeiter verwenden. Was ist zu beachten, wenn ein Laie vor der Kamera steht?

Bona: In vielen Fällen ist es so, dass die Akteure nicht in die Kamera schauen sollten. Dann muss das erklärt werden. Und sie sollten die Fragen nicht schon vorher kennen. Sonst klingen die Antworten später wie auswendig gelernt. Aber es ist gut, die Mitarbeiter einzubinden, wenn es zum Konzept passt. Indem wir sie bei der Arbeit zeigen oder sprechen lassen, erhält der Film etwas Menschliches, Nahes.

WN: Kann solch ein Film auch dabei helfen, neue Mitarbeiter zu finden?

Bona: Ja, und in diesem Bereich steigt die Nachfrage. Aufgrund des Fachkräftemangels müssen die Unternehmen darum kämpfen, die besten Fachkräfte zu bekommen. Sich als Arbeitgeber in einem Recruiting-Video vorzustellen, ist da schon sehr gut.

Behnken: Da geht es ja auch um Emotionen. In Texten bekommt man nur die Fakten, aber die reißen einen nicht vom Hocker. Die neuen Kollegen im Film zu sehen, überzeugt einen Jugendlichen doch viel mehr.

WN: Sie haben gerade das Recruiting-Video erwähnt. Früher gab es den Industriefilm, heute viele spezielle Formen und Mischformen, die unter dieses Genre fallen. Können Sie den Unterschied kurz erläutern?

Bona: Der Industriefilm ist der Oberbegriff und befasst sich als Kommunikations- und Außendarstellungsmittel mit wirtschaftlichen Themen. Der Imagefilm ist spezieller, er stellt das Unternehmen von seiner besten Seite dar. Die vorhin angesprochene Gefühlsebene ist das wichtigste Unterscheidungsmerkmal.

Steinkamp: Der Imagefilm ist meistens der Mantel, der dem Film übergehängt wird, um ein spezielles Anliegen nahezubringen, zum Beispiel, um für ein Produkt zu werben. Man will nicht einfach nackte Zahlen und Fakten liefern, sondern zusätzlich auch die Werte des Unternehmens transportieren.

Ollig: Das Problem ist, dass viele Kunden eine „eierlegende Wollmilchsau" produzieren lassen wollen, so nach dem Motto: Den Imagefilm packen wir noch in den Produktfilm mit rein!

WN: Empfehlen Sie das?

Bona: Nein, der Film darf ja nicht zehn Minuten lang werden, sondern im Idealfall etwa drei Minuten. Da kann man also nicht alle Themen aufnehmen. Schon im Imagefilm muss man sich entscheiden. Will man dann noch eine Mischung aus Produkt- und Imagefilm, wird die Eingrenzung noch schwieriger.

WN: Mit der Produktion ist es ja noch nicht getan. Wie setzen Unternehmen ihren Imagefilm anschließend sinnvoll ein?

Bona: Da gibt es viele Möglichkeiten. Man kann ihn bei Kundenpräsentationen oder Messen zeigen. Wir empfehlen, ihn außerdem in möglichst viele Kanälen einzustellen: auf die Homepage des Unternehmens, auf „Youtube" oder in soziale Netzwerke, wenn das Unternehmen dort aktiv ist.

Steinkamp: Ich würde allerdings nicht allein aufs Internet setzen. Der Videokonsum im Internet ist so beiläufig und damit oft wertlos, weil man den Rezeptionsmoment gar nicht mehr richtig würdigt. Viel effektiver ist doch, wenn man den Film bei einem Event zeigt, zum Beispiel bei einem Jubiläum, oder im Rahmen eines Firmenevents. Dann nehmen die Zuschauer den Film als etwas Besonderes wahr. Er wird ernst genommen.

Bona: Das stimmt. Allerdings ist ein Video auch viel wert, wenn es zum Beispiel um Suchmaschinenoptimierung geht. Video-Inhalte werden von „Google" höher bewertet als Texte. Sie müssen natürlich die richtigen „Tags" erhalten, damit sie auch gefunden werden.

Ollig: Die Entscheidung für oder gegen das Internet ist aber auch sehr abhängig von der Branche, der Firma und ihrer Philosophie. Eine Bank präsentiert sich ja ganz anders als eine IT-Firma.

WN: Wie werden Imagefilme bei Unternehmen in unserer Region angenommen?

Steinkamp: Ich glaube, das Potenzial des Imagefilms wird immer noch unterschätzt. Viele investieren ihr Geld eher in eine Broschüre als in einen Film. Das ist natürlich auch eine Preis-Frage. Wir kalkulieren pro Minute etwa ab 1.000 Euro – nach oben hin offen. Das ist natürlich vom Aufwand abhängig.

Banka: Es ist immer noch Überzeugungsarbeit nötig. Viele haben Berührungsängste oder denken: Wir machen einen Film, aber den sieht ja eh keiner. Sie wissen oft gar nicht, wie sie den Film effizient nutzen können. Deshalb ist es immer gut, wenn man ein paar passende Beispiele für den Kunden dabei hat. Viele renommierte Unternehmen haben inzwischen eigene „Youtube"-Kanäle, wo so richtig die Post abgeht.

Behnken: Oft heißt es: „Wir können keinen Film drehen, wir arbeiten viel zu speziell." Aber gerade für Unternehmen, die etwas Spezielles anbieten, ist der Imagefilm eine große Chance.

Bona: Filme werden als Marketing-Instrument immer wichtiger. Ich glaube, dass es in naher Zukunft so sein wird, dass jedes Unternehmen ein Imagevideo hat – so wie heute eine Homepage.

Das Interview führte
Sarah Sillius

INFO

Das ist „fimea"

Die fünf Interviewpartner sind Mitglieder bei „fimea", einem unabhängigen Netzwerk der in der Region Aachen ansässigen Akteure der Film- und Medienwirtschaft. Das Kompetenznetz Film und Medien Aachen e.V. wurde auf Initiative der Film- und Medienschaffenden gemeinsam mit der IHK Aachen und der Stadt Aachen gegründet. Ziel ist es, Aachen als Film- und Medienstandort stärker zu profilieren. Fimea-Mitglieder sind vor allem Medienspezialisten für Filmproduktionen, Animationen oder TV-Dokumentationen. Sie sind mediale Begleiter bei Messen, Events oder Vertriebsaktivitäten. Auch Unterhaltung, Filmkultur oder Medienberatung gehören zum Spektrum einzelner Mitgliedsfirmen.

@ www.fimea.net

Foto: Andreas Steindl

Goldener Schnitt? Lars Banka (v. l.), Andreas Ollig, Dagmar Bona, Lisa Behnken und Harald Steinkamp in ihrem Element.

Alles auf dem Schirm

Wie sich Social Media allmählich in der betrieblichen Kommunikation etablieren

Foto: IHK Aachen

II Unternehmen (im) Internet, Part 1: Die team babel AG setzt bei ihrer Social-Media-Präsenz vor allem auf die Plattform Xing.

Noch bis Mitte des vergangenen Jahres machte die Alsdorfer Ultron AG hauptsächlich in Printmedien wie „Game Star" oder „Computer Bild" auf ihre High-End-PC-Systeme der Marke ultraforce aufmerksam. Doch schon vorher hatte das Unternehmen festgestellt, dass eine Online-Community der ultraforce-Nutzer Begleitung brauchte. „Unsere Zielgruppe ist im Netz zu finden, da muss man schon mitziehen", sagt Albert M. Trautmann, General Manager der PC-Marke ultraforce. Seitdem konzentrierte sich das Unternehmen aus Alsdorf auf soziale Netzwerke im Internet, die Social Media. Ein Blick in die Wirtschaftsregion zeigt, dass sich die Nutzung sozialer Medien zur betrieblichen Kommunikation gerade erst etabliert – auf ganz unterschiedliche Weise.

Die Statistik über den Einsatz sozialer Medien wie Facebook, Youtube, Twitter, Xing oder Blogs in Betrieben variiert. So haben nach einer Untersuchung der Stolberger Marketing- und Kommunikationsagentur Comuth & Partner KG 14 Prozent von 128 Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes im IHK-Bezirk Aachen eine eigene Facebook-Seite. Nach Angaben des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. BITKOM nutzt hingegen fast die Hälfte aller Unternehmen in Deutschland, exakt 47 Prozent, soziale Medien. Richtig eingesetzt können sie den Geschäftserfolg vorantreiben. Ihr Vorteil: Unternehmen können mit ihren Zielgruppen in direkten Kontakt treten. Darüber hinaus unterstützen sie Betriebe bei der Kommunikation mit Presse, Meinungsführern und Kunden sowie beim Marketing und Vertrieb bis hin zur Erschließung neuer Zielgruppen und Entwicklung neuer Produkte unter Einbeziehung der späteren Nutzer. Die wichtigste Funktion von Social Media bleibt jedoch die Kommunikation und die Interaktion. Das wiederum erhöht die Transparenz von Unternehmen, was zu größerem Vertrauen und stärkerer Kundenbindung führen kann. Dabei geschieht es häufig, dass Kunden miteinander über das Unternehmen und seine Produkte kommunizieren. Kundenempfehlungen und -meinungen sind oft glaubwürdiger als Botschaften der Unternehmenskommunikation.

„Man darf Social Media nicht als plattes Werbeinstrument verstehen. Unternehmen müssen lernen, Kritik als Chance zu begreifen."

Thorsten Helmes, Kommunikationsdirektor Dr. BABOR GmbH & Co. KG

„Wer das noch nie betrieben hat, der hat nicht den Hauch einer Ahnung, welcher Aufwand damit zusammenhängt."

Helmut Gräfen, Vorstandsmitglied der team Babel AG

Damit es überhaupt zu positiven Folgen beim Einsatz von Social Media kommen kann, ist sorgfältige Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle angesagt. Das hat auch die Ultron AG erfahren. Zu Beginn war das Unternehmen für die Teilnahme an sozialen Netzwerken personell nicht gut aufgestellt. Schnell ergab sich der Bedarf an externer Unterstützung. Nachdem Ultron schlechte Erfahrungen mit einem Beratungsunternehmen gemacht hatte, dessen Standort weit entfernt lag, orientierte sich Trautmann regional und entschied sich für das Beratungsunternehmen Conpublica aus der Gemeinde Selfkant. Gemeinsam mit dem Ultron-GM erstellte Conpublica-Chef Frank Bärmann zunächst ein Konzept für die Social-Media-Aktivitäten des Auftraggebers. Daraufhin startete das Unternehmen im Februar 2011 mit Auftritten bei Facebook und Twitter, wobei Facebook deutlich im Vordergrund stand. Anfang 2012 folgte das eigene Firmenblog.

Obwohl Berater Bärmann dem Unternehmen besonders zu Beginn viel Arbeit abgenommen hat, bedeutet die Präsenz in sozialen Netzwerken regelmäßiges Engagement für Ultron. „Für unsere 8.000 ‚Likes' bei Facebook haben wir gekämpft", sagt Trautmann. Durch die Marke ultraforce unterhalte Ultron viele Kooperationen mit anderen Betrieben, mit denen sie gemeinsame Aktionen bei Facebook starten würden. Darüber erzeuge man deutlich mehr Aufmerksamkeit.

Nachdem der Grundstein im Social-Media-Bereich gelegt war, konnte Ultron die Online-Community seiner Marke spürbar festigen. Bestes Beispiel: Als ein Außenstehender Anfang des Jahres versucht hatte, ultraforce in einen sogenannten Shitstorm mit unsachlichen Äußerungen zu verwickeln, fingen die Nutzer dies auf, ohne dass Trautmann und seine Kollegen selbst eingreifen mussten. Die Hilfe der Nutzer zeugte von deren Loyalität und war für Ultron komfortabel. Mittlerweile kümmert sich in dem Alsdorfer Betrieb ein eigener Mitarbeiter um die Auftritte bei Facebook und Twitter.

Nach wie vor tauschen sich Berater Bärmann und GM Trautmann regelmäßig über die Social-Media-Landschaft aus und beobachten neue Trends. In Zukunft möchte Trautmann Twitter anders nutzen als bisher und vor allem auf Service und Support setzen. Zudem seien sie ständig auf der Suche nach neuen Apps und anderen Ansätzen, mit denen sie Mehrwert für ihre Community generieren können. Er betrachtet die sozialen Netze vor allem als Instrument, mit dem er das Image seiner Mar-

INFO

RWTH-Umfrage: Wie kommunizieren Kleinst- und Kleinunternehmen?

Das Institut für Arbeitswissenschaft (IAW) der RWTH Aachen will mit einer noch bis zum 31. Juli laufenden Online-Umfrage Informationen zur Unternehmenskommunikation gewinnen. Im Rahmen eines von der „Initiative Neue Qualität der Arbeit" geförderten Projekts werden vor allem neue Kommunikationswege genutzt (Podcasts, Apps etc.), um den Anreiz für Unternehmen – insbesondere Kleinst- und Kleinunternehmen mit bis zu 15 Beschäftigten – zur Auseinandersetzung mit dem Thema Arbeitsfähigkeit zu erhöhen. Die Umfrage der RWTH soll eine erste Einschätzung ermöglichen, inwieweit Kleinst- und Kleinunternehmen soziale Netzwerke wie Facebook und Xing sowie interaktive Foren, Blogs und Podcasts bereits nutzen oder in Zukunft nutzen wollen. Die Beantwortung der Fragen soll rund 15 Minuten dauern, und die angegebenen Daten sollen anonym behandelt werden.

@ ww2.unipark.de/uc/akku

HEUTE beantworten,
was Ihre Kunden MORGEN von Ihnen wissen
wollen und über Sie sagen werden.

impetus.PR
Agentur für Corporate Communications

Ganzheitlich geplante Kommunikation überlässt Ihre Unternehmens- und Produktbotschaften nicht dem Zufall.

Als strategische Konzeptioner erarbeiten wir den Kern Ihrer Unternehmensidentität und übersetzen Kompetenzen in nutzbringende Aussagen.
Konzept, Beratung, Text, Kreation, Fachpressearbeit, Bewegtbild, neue Medien – gesteuert und realisiert aus einer Hand.
Wir sind Ihr Generalunternehmer mit fundierter Expertise und ausgewiesenen Spezialagenturen unter Rahmenvertrag für die gesamte Bandbreite zukunftsorientierter Kommunikation.
Eine Aufgabe für erfahrene Profis.
Überzeugen Sie sich von unseren Referenzen. Erleben Sie, wie wir Ihre Kommunikation erfolgreich machen.

Kennenlern-ANGEBOT

impetus.PR Agentur für Corporate Communications GmbH · Charlottenburger Allee 27-29
52068 Aachen · Telefon: 02 41 / 1 89 25-10 · www.impetus-pr.de

Foto: IHK Aachen

Unternehmen (im) Internet, Part 2: Die Ultron AG kommuniziert mit ihrer Online-Community über das Facebook-Portal.

INFO

Wo Disney so viele „Fans" wie Deutschland Einwohner hat

Facebook umfasst nach eigenen Angaben mittlerweile mehr als eine Milliarde Nutzer weltweit. Neben privaten Verbrauchern sind auch Unternehmen immer öfter dort aktiv. Doch wie effektiv sind die größten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und in den USA dabei unterwegs? Wie viele Facebook-Fans können sie vereinen? Diesen Fragen ist eine umfangreiche Studie des deutschen Onlineportals „netz-trends.de" nachgegangen. Über drei Monate hinweg wurden dazu rund 1.960 Facebook-Seiten weltweit überprüft. Einige Ergebnisse: Die 30 am Umsatz gemessen größten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, den USA und Großbritannien kommen insgesamt auf 167 Millionen Facebook-Fans, die 30 umsatzstärksten deutschen Unternehmen auf 48 Millionen und die 30 laut Studie „wertvollsten" Marken auf weltweit 437 Millionen.

@ www.netz-trends.de/tag/Internet

ke stärken kann. „Viele Unternehmen sind sich nicht über die enorme Präsenz bewusst, die sie auf relativ einfache Weise mit diesen Kanälen erreichen können", sagt Trautmann.

Bei allem Nutzen, den die Herzogenrather team babel AG aus dem Einsatz von Social Media zieht: Die Beratungs- und Trainingsgesellschaft wahrt nüchternes Kalkül gegenüber diesem Instrument. Das mittelständische Unternehmen ist auf die Qualitätsverbesserung von Mitarbeiterkompetenzen und Unternehmensstrukturen spezialisiert. Dazu zählen vor allem Qualitäts-, Gesundheits- und Vertriebsmanagement sowie Datenverarbeitung. Seit mehreren Jahren verfügt team babel über einen professionellen Vertrieb. Das Unternehmen merkte jedoch schnell, dass auch PR-Arbeit nötig ist. „Da stand natürlich Social Media auf dem Plan", erinnert sich Vorstandsmitglied Helmut Gräfen. Seit zwei Jahren sei das Unternehmen ernsthaft im sozialen Netzwerk aktiv, und zwar im Wesentlichen bei Xing. „Für uns haben sich vor allem Cross-Table-Events als sinnvoll erwiesen", sagt Gräfen. Dabei handelt es sich um eine Kombination aus einem mehrgängigen Dinner und einem Netzwerktreffen. Nach jedem Gang wechseln die Teilnehmer gemäß ihrer Agenda an den nächsten Tisch und lernen so auf lockere Art und Weise zwischen 20 und 50 Menschen am Abend kennen. Das sei nützlich, um sich potenziellen Kunden zu präsentieren und neue Berater kennenzulernen. Seit mehr als einem Jahr verfasst das Unternehmen außerdem einen eigenen Firmenblog und gibt einen zweiwöchentlichen Newsletter heraus. „Das Schwierige daran ist, das durchzuhalten", gibt Gräfen zu: „Wer das noch nie betrieben hat, der hat nicht den Hauch einer Ahnung, welcher Aufwand damit zusammenhängt."

> *„Viele Unternehmen sind sich nicht über die enorme Präsenz bewusst, die sie auf relativ einfache Weise mit diesen Kanälen erreichen können."*
>
> *Albert M. Trautmann, General Manager bei der Ultron AG*

Weil team babel nicht genügend Personalressourcen und internes Know-how für seine Online-Aktivitäten hatte, suchten Gräfen und seine Kollegen nach einem externen Berater. Ob das Engagement, über Social Media Präsenz zu zeigen und Reichweite zu erlangen, tatsächlich von Erfolg gekrönt sei, lasse sich jedoch nur schwer messen, sagt Gräfen. Er bewerte bei Xing deshalb eher, ob die dort geknüpften Kontakte „werthaltig" sind. So überprüfe er jedes halbe Jahr, ob sich der Einsatz im Netz noch lohne. Das jüngste Ergebnis: Sein jetziges Engagement möchte Gräfen auch weiterhin aufbringen. „Man muss sehr genau abwägen, wo man vertreten sein möchte und was wirklich Sinn für das eigene Unternehmen ergibt, sonst verschwendet man unnötig Ressourcen. Ich denke, es ist besser, wenige Kanäle und dafür geeignete zu nutzen, als überall teilzunehmen, nur weil es gerade chic ist", sagt Gräfen.

Bereits seit 2009 ist der Kosmetikhersteller Dr. BABOR GmbH & Co. KG im Bereich der Social Media aktiv. Bei dem Aachener Unternehmen stehen die beiden Plattformen Facebook und Twitter im Vordergrund. Obwohl BABOR-Kommunikationsdirektor Thorsten Helmes vom Wert dieser beiden sozialen Netzwerke überzeugt ist, behält er auch die generellen Trends in diesem Bereich permanent im Blick – sinkende User-Zahlen bei Facebook zum Beispiel. „Ich gehe davon aus, dass in Zukunft eine Mischung aus verschiedenen sozialen Netzwerken am sinnvollsten ist", sagt Helmes, in dessen Kommunikationsteam ein Mitarbeiter ausschließlich für Social Media verantwortlich ist. Er selbst kümmert sich um die strategische Ausrichtung. Weitere Kollegen stellen die redaktionellen Inhalte für die sozialen Plattformen bereit. „Wir haben zunächst herumprobiert, aber dann war es schnell an der Zeit, unser Engagement auf eine solide Basis zu stellen", erinnert sich Helmes: „Es ist wichtig, strategisch-konzeptionell und personell gut aufgestellt zu sein." Dazu gehöre auch, dass die Social-Media-Aktivitäten oft über die regulären Bürozeiten deutlich hinausgingen. Von großer Bedeutung seien kurze Reaktionszeiten im Umgang mit den Usern und ein regelmäßiger „Input", der über reine Werbebotschaften hinausginge. „Unser Ansatz beruht nicht nur auf Social Media, wir sprechen ja ganz verschiedene Zielgruppen an. Trotzdem machen die sozialen Netzwerke mittlerweile einen großen Teil unser Kommunikationsstrategie aus", sagt Helmes.

Seit Beginn der Social-Media-Präsenz von Babor haben Helmes und seine Kollegen die Anzahl der Fans auf mittlerweile rund 6.000 verdreifacht. Wichtig seien vor allem eine professionelle Herangehensweise und Kontinuität. „Man darf Social Media nicht als plattes Werbeinstrument verstehen", betont Helmes. Offenheit gegenüber den Rückmeldungen der Nutzer sei unverzichtbar: „Unternehmen müssen lernen, Kritik als Chance zu begreifen." Die Kosten, die durch Babors Social-Media-Aktivitäten entstehen, umfassen interne Personalressourcen für Konzeption und Kreation sowie externe Unterstützung für die Umsetzung der Ideen. Dazu gehöre vor allem Programmierungsaufwand für die einzelnen Plattformen. Um die Kosten dem tatsächlichen Nutzen gegenüberzustellen, überprüfen Helmes und seine Kollegen, wie viele Besucher des Babor-Onlineshops über die Facebook-Seite gekommen sind und ob diese dann auch beim Unternehmen kaufen.

Wilfried Katterbach

INFO

B2B-Online-Monitor 2013 offenbart alte Schwächen bei neuen Medien

Der aktuelle B2B-Online-Monitor von „Die Firma GmbH" und dem B2B-Marktforschungsunternehmen Consultic zeigt: Online-Kommunikation hat sich bei den Entscheidern manifestiert. Der Umfrage zufolge gewinnt sie mit Social Media als wichtigem Bestandteil an Vorsprung gegenüber der restlichen Unternehmenskommunikation. Auch ein Bemühen um ganzheitliche Strategien werde immer offensichtlicher. Die inzwischen vierte Erhebungswelle bringe aber auch Muster aus der Vergangenheit ans Licht: Viele Instrumente und Vorhaben würden von den Befragten zwar als bedeutsam gewertet, doch mangele es oft an Fachwissen, einem angemessenen Budget oder Analyseinstrumenten. An der Online-Befragung nahmen 216 Unternehmensvertreter aus Deutschland teil, die zu einer breiten Basis mittelständischer Betriebe bis hin zu Unternehmen mit konzernähnlichen Strukturen gehören, wovon 20 Prozent auf Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern entfallen. Die Umfrageergebnisse sind im Internet als kostenfreier Download erhältlich.

@ www.b2b-online-monitor.de

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION IST LEIDENSCHAFT ...

BAUER:BUCHHOLZ
kommunikation.design.projekte

KUNDEN-MAGAZINE |
JUBILÄUMS-MAGAZINE |
MITARBEITER-MAGAZINE |
FINANZ- UND GESCHÄFTSBERICHTE |
CORPORATE DESIGN |
MARKENFÜHRUNG |
...

Sie wissen, wer Sie sind und was Sie tun - Sie beherrschen Ihr Fach. Ihr Angebot ist einzigartig. Aber wissen das auch Ihre Kunden? Der Schlüssel zum Erfolg besteht in Kommunikation, die Ihre Einzigartigkeit unübersehbar macht - und Ihnen die Aufmerksamkeit und Sympathie Ihres Publikums einbringt.

Ihr Unternehmen, unsere Kreativität – zusammen können wir mehr erreichen.

BAUER:BUCHHOLZ ist ein Design-Büro für visuelle Kommunikation, Design und Unternehmenskommunikation. Wir analysieren, planen, konzipieren, gestalten und managen einzelne oder ganzheitliche Design- und Kommunikationslösungen. Unsere Kunden profitieren dabei von unserem langjährigen Know-how und der Begeisterung und Leidenschaft, die wir in jedes Projekt einbringen.

www.bauerbuchholz.de

„Storytelling“: Eine lange Geschichte

Wie das neue und doch uralte Prinzip Unternehmen beim Image-Aufbau helfen kann

Foto: © davis – Fotolia.com

II Storytelling 1.0: Die Jahrtausende alte Begeisterung der Menschen für Geschichten können sich Unternehmen in ihrer Kommunikation zunutze machen.

Ende 2012: Ein neues Phänomen erreicht uns von der anderen Seite des Atlantiks. „Content Marketing“ macht sich breit. Die individuelle Ansprache von Kunden und Interessenten mit informierenden und unterhaltenden Inhalten wurde im Internet zum Gebot der Stunde. Der Grund: Google etwa bewertete das Auftauchen sogenannter Keywords auf Unternehmens-Websites mittlerweile niedriger als einen regelmäßig erstellten, relevanten Inhalt. Mit der gestiegenen Bedeutung von Inhalt im Web kam kurz darauf das nächste Schlagwort in Umlauf: Storytelling. Ob in Text und Bild oder per Video: Es sollen Geschichten erzählt werden, dann klappt es auch mit dem Marketing 2013, so der Gedanke. Eine schnell vergessene Modeerscheinung oder eine sinnvolle Strategie für den nachhaltigen Image-Aufbau von Unternehmen?

Fachbücher der Neurowissenschaften zeigen: Das menschliche Gehirn liebt Geschichten. Zum Beispiel solche mit einer Herausforderung zu Beginn, einer Suche nach der besten Lösung, einer pointierten Wendung und einem guten Ende. Warum? Weil Geschichten anderer auch unseren eigenen Erlebnishorizont erweitern. Wir sind fasziniert von fremden Erfahrungen, möchten teilhaben und weitererzählen. Auch deshalb sind uns viele Sagen erhalten geblieben, die über Jahrhunderte hinweg rein mündlich tradiert wurden. Storytelling und unser gesteigertes Interesse daran sind also nichts Neues. Und gerade deshalb lohnt sich aus Sicht des Marketings ein Blick auf die bewährte Kulturtechnik, um sie für die Öffentlichkeitsarbeit nutzbar zu machen. Bereits das geschäftliche Vier-Augen-Gespräch funktioniert auch deshalb, weil wir uns Geschichten erzählen. Oft ist es beim Small Talk sehr Persönliches, das den Weg in die Verhandlung ebnet, und auch im weiteren Verlauf des Gesprächs erzählen wir – meist im unternehmerischen Zusammenhang. Das schafft Vertrauen, Aufträge kommen schneller zustande, Empfehlungen lassen sich generieren. All das macht das „erzählende“ Gespräch am Ende zu einem äußerst effektiven Marketinginstrument.

Warum also sollte man diese Geschichten nicht auch auf anderen Kanälen kommunizieren? Als Anwenderbericht in der Fachpresse, der aufzeigt, wie Hydraulikzylinder aus Stolberg einen wichtigen Dienst in einer Tunnelbohrmaschine in der Schweiz verrichten, zum Beispiel. Oder als Reportage in der Publikumspresse, wie ein verrotteter Gartenpool in Aachen mit Hilfe von Spezialbeschichtungen aus Aldenhoven endlich wieder Wasservergnügen für die Kinder bietet.

Das „Wie“

Jeder kennt Unternehmens-Websites mit News-Bereich. Dahinter steckt eindeutig der Wille, den Seitenbesucher mit Neuigkeiten und Informationen für das eigene Unternehmen zu interessieren. Oft ist der aktuellste Eintrag allerdings weit in der Vergangenheit datiert, beschäftigt sich mit dem Großauftrag von vor drei oder mit der Messepräsenz von vor zwei Jahren. „Bei denen passiert schon lange nichts Neues“: Diesen Eindruck könnte der unbedarfte Website-Besucher bekommen. Der Marketing-Fachmann weiß: Die Brache dürfte daran liegen, dass dem Unternehmen gar nicht klar ist, wie viele Geschichten es mit wenig Aufwand erzählen könnte, die auf eine interessierte Öffentlichkeit warten.

Hat es ein spannendes Projekt gegeben und wie hat der Betrieb die technischen Herausforderungen gelöst? Hat ein Auszubildender die Gesellenprüfung mit Auszeichnung bestanden und wie hat das Unternehmen ihn gefördert? Gibt es eine Kooperation mit der Wissenschaft und welche Effekte hat sie auf den Innovationsgrad? Gibt es einen Experten unter den Angestellten und was hätte er zu aktuellen Branchentrends zu sagen? Hat der Betrieb ein neues Produkt entwickelt und wie ist es dazu gekommen? – Jedes Unternehmen hat etwas zu erzählen, das Kunden, Journalisten und Partner interessiert. Der erste Teil der eben gestellten Fragen weist den Weg zum Anlass, der zweite führt zur Geschichte dahinter. Wichtig ist es, die richtigen Fragen zu stellen – die Antworten liegen meist auf der Hand. Oft ist der beste Fragensteller ein externer Partner, da er mit seiner Sicht von außen den Blick von innen ergänzen kann.

Das „Was“

Welche Ideen werden dann tatsächlich in Schriftform gegossen – sei es als Manuskript für die Veröffentlichung in Presse und Internet oder als Drehbuch für ein Video? Ob Kleinbetrieb oder Konzern: Diese strategischen Überlegungen sind Chefsache. Gefragt ist eine Grundsatzentscheidung darüber, mit welchen Themen das Unternehmen künftig assoziiert werden will. Die Innovation? Die Arbeitgebermarke? Der Service? Das soziale Engagement? Ist die Entscheidung getroffen, ergibt sich aus dem Fundus der Ideen schnell die konkrete Themenmatrix.

Das „Wo“

Die Wahl der Kommunikationskanäle – die eigene Website, die klassischen Medien wie Presse, Funk und Fernsehen, die Kundenzeitschrift oder die sozialen Medien im Internet – ist vor allem von der Zielgruppe abhängig. Sind es zum Beispiel Entscheider in der Industrie, die angesprochen werden sollen, ist die Fachpresse in den Fokus zu rücken. Sollen Endverbraucher erreicht werden, setzt man auf Facebook, Blog und Co.

Das „Wann“

Sind die Kanäle festgelegt, ist ein Redaktionsplan hilfreich: Welches Thema wird zu welchem Zeitpunkt auf welcher Plattform veröffentlicht?

Das „Wer“

In größeren Unternehmen ist dabei ein konzertiertes Vorgehen dreier Abteilungen nötig: Vertrieb, Marketing und Kommunikation sollten in enger Abstimmung arbeiten. Der beste Weg, um nach außen gerichtet „mit einer Stimme“ zu sprechen, ist die Schaffung einer zentralen Stelle, die alle internen Prozesse lenkt und die externen Abläufe koordiniert. In kleinen und mittleren Betrieben übernimmt dies der Marketingleiter, der Inhaber selbst oder eine externe Agentur. In jedem Fall ist sicherzustellen, dass die Geschichten gut verfasst sind. Gut heißt: medien-, zielgruppen- und unternehmensgerecht – und sprachlich wie dramaturgisch einwandfrei. Wichtig ist dabei, die Positionierung und die Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens nicht zu vernachlässigen. Aber Vorsicht: Werbesprüche machen jede Geschichte zunichte. Die Kernbotschaften müssen subtil eingebaut werden und sich über die Gesamtheit dem Rezipienten erschließen. Dann ergänzen die Geschichten aus dem Unternehmen die vorhandenen Broschüren und werblichen Kampagnen auf eine Weise, die allen Empfängern einen Mehrwert bietet: Facebook-User freuen sich über authentische Unterhaltung, Redakteure über einen verwertbaren Beitrag oder eine Anregung zur weiteren Recherche und Zeitschriftenleser über Informationen nahe an der beruflichen oder privaten Wirklichkeit.

Alles das bringt einen weiteren Effekt: die Loyalität von Kunden und Interessenten mit dem Unternehmen. Denn eine Geschichte steht nie für sich allein. Immer verbinden wir mit ihr auch ihren Erzähler.

Tim Dikmen

INFO

Wie Karl der Große aufs Fahrrad kommt

Screenshot: IHK Aachen/EWIV Eifel-Ardennen Marketing

Eines von zahlreichen Beispielen für angewendetes Storytelling findet sich auf der Internetseite der Vennbahn-Route. Dort erzählt die „EWIV Eifel-Ardennen Marketing“ Hintergrundgeschichten zu einzelnen Stationen, um den Radweg von Aachen über Belgien bis nach Luxemburg zu promoten.

@ www.vennbahn.eu/picturetrack/storytelling

Die Erleichterung macht nicht alles einfach

Nach einem Jahr mit dem Tariftreue- und Vergabegesetz NRW erläutert die IHK die nachgelegte Rechtsverordnung

Rund 13 Monate nach der Einführung des Tariftreue- und Vergabegesetzes (TVgG) NRW ist zum 1. Juni 2013 die erklärende Rechtsverordnung in Kraft getreten. Mit dem Gesetz legt das Land Nordrhein-Westfalen Mindeststandards für öffentliche Aufträge fest. Dadurch soll ein fairer Wettbewerb ermöglicht werden. Gleichzeitig sollen Sozialverträglichkeit, Umweltschutz, Energieeffizienz sowie Qualität und Innovation gesichert werden. So bindet das TVgG NRW Auftragnehmer im Land etwa an die Vorgabe eines vergabespezifischen Mindestlohns und an die Einhaltung branchenüblicher Tarifverträge. Die bislang nicht konkretisierten Festsetzungen zur umweltfreundlichen und energieeffizienten Beschaffung, zur Berücksichtigung sozialer Kriterien, zur Frauenförderung sowie zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie werden durch die Verordnung nunmehr verdeutlicht.

IHK NRW hatte mehrfach Bedenken darüber geäußert, ob sich das Vergaberecht zur Durchsetzung allgemeiner politischer Ziele eignet: Die Bindung des Vergaberechts an Kriterien, die zusätzlich zur Zuverlässigkeit, Leistungsfähigkeit und Fachkunde der Unternehmen die Vergabeentscheidung beeinflussen, laufe einer effizienten Verwendung öffentlicher Mittel entgegen und führe meist zu unerwünschten Nebenwirkungen, lautet die Kritik. Im ersten Jahr nach Inkrafttreten des Gesetzes berichteten vor allem kleine und mittlere Unternehmen von einem zusätzlichen bürokratischen Aufwand bei der Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen. Viele Betriebe zeigen sich durch die neuen Nachweispflichten verunsichert. Häufig fehlen noch Routinen – etwa, wenn Nachweise zur Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen von Lieferanten aus Drittländern eingefordert werden. Mit der Bindung an die ILO-Bestimmungen soll sichergestellt werden, dass die verwendeten Produkte unter anderem ohne den Einsatz von Kinder- und Zwangsarbeit hergestellt worden sind. Aber auch größere Unternehmen bleiben angesichts der rechtlichen Unwägbarkeiten etwa bei der noch einzurichtenden Kontrollbehörde zurückhaltend.

Rechtsverordnung führt Formulare ein

Zur Konkretisierung der Vorgaben setzt die vorgelegte Verordnung meist auf Formulare und Eigenerklärungen, die sich auf der Internet-Vergabeplattform des Landes herunterladen lassen. Die ebenfalls veröffentlichten Erläuterungen und Gesetzeshinweise dürften viele kleine und mittelständische Unternehmen davon abschrecken, sich um öffentliche Aufträge zu bemühen. Parallel zur Verordnung hat das Wirtschaftsministerium einen Praxisleitfaden erstellt, der Vergabestellen und Bietern praktische Erfahrungen mit den Anforderungen zur Einbindung der Nachhaltigkeitsaspekte des TVgG NRW verdeutlichen soll. Hier findet sich neben dem Gesetz und der aktuellen Verordnung auch ein umfangreicher Fragenkatalog zur Umsetzung des TVgG NRW.

IHK empfiehlt PQ-Verfahren

In dem Leitfaden wird das PQ-Verfahren für den Bereich VOL demjenigen nach VOB noch einmal ausdrücklich gleichgestellt. Die IHKs in NRW hatten sich für diese Erleichterung im Verordnungsverfahren eingesetzt. Hintergrund war der große Aufwand für Unternehmen, die Formulare und Eigenerklärungen speziell zum TVgG NRW grundsätzlich zu jedem Auftrag neu auszufüllen und einzureichen. Hier bietet die Rechtsverordnung jetzt eine deutliche Erleichterung für Unternehmen, die sich präqualifizieren lassen. Durch die Verordnung wird der Gesetzesrahmen zu Präqualifikationsverfahren weitgehend ausgeschöpft. So entbinden einmal erstellte Präqualifikationszertifikate den Bieter ein Jahr lang von wiederholter Nachweiserbringung und Abgabe von Eigenerklärungen. Neben dem bereits bekannten und in der VOB ausdrücklich genannten PQ-Verein für Bauleistungen bieten die IHKs für den VOL-Bereich ein bundeseinheitliches Präqualifizierungs-verfahren an. Das Zertifikat reicht ein Jahr lang als Dokument für die auftragsunabhängigen Nachweise. Die Betriebe können es zu jeder Teilnahme an einer Ausschreibung verwenden und in den öffentlichen Ausschreibungsverfahren auf die fehleranfällige Beibringung der Einzelnachweise verzichten. Die Präqualifizierungsverfahren sind im Internet zu finden. VOL-Präqualifizierungsstelle in NRW ist die IHK Mittlerer Niederrhein.

Foto: © Helder Almeida – Fotolia.com/CPICOMPARTNER – Agentur für Kommunikation GmbH/Fotomontage

II Rechtsver-Ordnung? Die IHK erklärt den knapp ein Jahr nach der Einführung des Tariftreue- und Vergabegesetzes in Kraft getretenen Rechtsrahmen.

Praxis muss Klarheit bringen

Angesichts der detailreichen Ausgestaltung steht der Praxistest der Verordnung in vielen Bereichen noch aus. Um mit Blick auf die Wirtschaftlichkeit Konflikte zu vermeiden, bleibt die Ausgestaltung der Vergaben durch den öffentlichen Auftraggeber entscheidend. Der bürokratische Aufwand lässt sich deutlich reduzieren, wenn der Auftraggeber akzeptiert, dass die Entscheidung über die Nachweisform bei den Bietern liegt.

Die geforderten Maßnahmen zur Dokumentation der Frauenförderung und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bindet das Gesetz beispielsweise an die Unternehmensgröße. Vor allem im Umgang mit Subunternehmen und Bieterkonsortien gilt: Es muss sich erst noch erweisen, ob der im Gesetz festgeschriebene Maßnahmenkatalog in allen Branchen auch sinnvoll anwendbar ist.

INFO

Die IHK informiert über den neuen Rechtsrahmen zum TVgG NRW

Die Industrie- und Handelskammern in NRW wollen mit drei Veranstaltungen über den neuen Rechtsrahmen und seine Auswirkungen informieren. Dabei gibt es über die Gesetzesinhalte hinaus auch Vorträge von Vergabestellen und Auftragnehmern beziehungsweise Bietern. Besucher können sich am Rande der Veranstaltungen über die Angebote der Vergabeplattformen kundig machen.

i IHK-Ansprechpartner:
Paul Kurth
paul.kurth@aachen.ihk.de

@ www.vergabe.nrw.de
www.pq-verein.de
www.pq-vol.de

LANDO
eurasiatransports.com

GRONAU bau
GENERALUNTERNEHMER

Wir **PLANEN** und **BAUEN** für Sie Industrie- & Gewerbebauten.

- kostenlose Beratung
- wirtschaftliche Konzepte
- individuelle Planung
- schlüsselfertige Ausführung

Internet
www.gronau-bau.de

Gronau GmbH & Co. KG • Friedrich-List-Allee 61 • 41844 Wegberg • Tel.: 02432 / 933020 • Fax: 02432 / 9330220 • info@gronau-bau.de

Wenn die Mietersuche erfolglos bleibt, streikt auch das Finanzamt

Der Bundesfinanzhof (BFH) hat in einem neueren Urteil die Grundsätze präzisiert, unter welchen Voraussetzungen Aufwendungen für langjährig leerstehende Wohnimmobilien als vorab entstandene Werbungskosten bei den Einkünften aus Vermietung und Verpachtung abziehbar sind. In dem Verfahren ging es um zwei Wohnobjekte in einem vom Kläger (teilweise) selbst bewohnten, 1983 bezugsfertig gewordenen Haus: Eine Wohnung im ersten Obergeschoss war bis August 1997 vermietet gewesen; seitdem stand sie leer. Der Kläger schaltete etwa vier Mal im Jahr Chiffreanzeigen in einer überregionalen Zeitung, in denen er die Wohnung möbliert zur Anmietung anbot. Die Miethöhe errechnete er aus dem jeweils aktuellen Mietspiegel. Nach Angaben des Klägers hätten sich jedoch keine „geeignet erscheinenden Mieter" gemeldet. Ein im Dachgeschoss des Hauses liegendes Zimmer mit Bad war zu keinem Zeitpunkt vermietet. Nach Angaben des Klägers sei eine Vermietung auch nicht (mehr) beabsichtigt. In früheren Jahren habe er aber gelegentlich (erfolglos) Aushänge in der Nachbarschaft angebracht, mit denen das Zimmer zur Anmietung angeboten wurde. Wegen des Leerstands machte der Kläger in seinen Einkommensteuererklärungen Werbungskostenüberschüsse aus Vermietung und Verpachtung geltend, die weder das Finanzamt noch das Finanzgericht unter Hinweis auf eine fehlende Vermietungsabsicht des Klägers berücksichtigten. Der BFH wies die Revision des Klägers als unbegründet zurück.

Das Gericht ging davon aus, dass der Kläger keine ernsthaften und nachhaltigen Vermietungsbemühungen entfaltet habe. Zwar stehe es dem Steuerpflichtigen frei, die im Einzelfall geeignete Art und Weise der Platzierung eines von ihm angebotenen Mietobjekts am Wohnungsmarkt und ihrer Bewerbung selbst zu bestimmen. Eine Berücksichtigung der für das Dachgeschosszimmer entstandenen Aufwendungen komme aber schon deshalb nicht in Betracht, weil der Kläger dieses Objekt gar nicht habe vermieten wollen. Aber auch die für die Wohnung im ersten Obergeschoss angefallenen Kosten könnten nicht abgezogen werden, denn die geschalteten Anzeigen seien erkennbar nicht erfolgreich gewesen. Daher hätte der Kläger sein Verhalten anpassen und sowohl geeignetere Wege der Vermarktung suchen als auch seine Vermietungsbemühungen intensivieren müssen. Zudem sei es dem Kläger zuzumuten gewesen, Zugeständnisse (etwa bei der Miethöhe oder im Hinblick auf die für ihn als Mieter akzeptablen Personen) zu machen. Da der Kläger dies nicht getan habe, sei davon auszugehen, dass er den Entschluss zur Einkünfteerzielung aufgegeben habe.

(BFH, Urteil vom 11. Dezember 2012, AZ IX R 14/12)

Wenn sich das Verfahren hinzieht, ist eine Klage oftmals aussichtsreich

Der Bundesfinanzhof (BFH) hat mit Urteil vom 17. April 2013 X K 3/12 festgestellt, dass die Dauer eines Verfahrens vor dem Finanzgericht (FG) Berlin-Brandenburg unangemessen lang gewesen ist.

Seit dem Inkrafttreten des Gesetzes über den Rechtsschutz bei überlangen Gerichtsverfahren und staatsanwaltschaftlichen Ermittlungsverfahren im Dezember 2011 haben die Beteiligten die Möglichkeit, die unangemessene Dauer eines solchen Verfahrens zu rügen und hierfür Wiedergutmachung, gegebenenfalls auch in Form einer Geldentschädigung, zu erlangen (§ 198 des Gerichtsverfassungsgesetzes). Für Entschädigungsklageverfahren aus dem Bereich der Finanzgerichtsbarkeit ist in erster und letzter Instanz der BFH zuständig.

Der Bundesfinanzhof hat nun eine erste Sachentscheidung auf der Grundlage dieser neuen gesetzlichen Regelungen getroffen und im konkreten Fall eine Verfahrensverzögerung festgestellt, dem Kläger allerdings nicht die beantragte Geldentschädigung zugesprochen. Das eher einfach gelagerte Ausgangsverfahren war mehr als sechs Jahre lang beim Finanzgericht anhängig. Während eines Zeitraums von fünfeinhalb Jahren war das Finanzgericht allerdings weitestgehend untätig geblieben.

Für die Entscheidung dieses Verfahrens konnte sich der BFH auf die Feststellung beschränken, dass sich die Verfahrensverzögerung durch das FG „in der Nähe" des vom Kläger genannten Zeitraums von vier Jahren bewegt hat. Nähere Festlegungen zu der im Regelfall noch als angemessen anzusehenden Dauer finanzgerichtlicher Verfahren brauchte der BFH noch nicht zu treffen, da er von der Festsetzung einer Geldentschädigung abgesehen und die Entschädigungsklage insoweit abgewiesen hat. Dies beruhte darauf, dass der Kläger vor dem FG in seiner eigenen, zu Beginn des dortigen Verfahrens eingereichten Klagebegründung Tatsachen vorgetragen hatte, aus denen sich zweifelsfrei ergab, dass seine Klage unbegründet war. Steht die Erfolglosigkeit eines Verfahrens für jeden Rechtskundigen von vornherein fest, ist dessen Verzögerung für den Beteiligten objektiv nicht von besonderer Bedeutung. Dies rechtfertigt es, statt der begehrten Geldentschädigung Wiedergutmachung im Wege einer entsprechenden feststellenden Entscheidung zu leisten.

Nebenkosten: Wie Mieter Steuern sparen können

Auch Mieter können eine Steuerermäßigung beanspruchen, wenn die von ihnen zu zahlenden Nebenkosten Beträge umfassen, die für ein haushaltsnahes Beschäftigungsverhältnis, für haushaltsnahe Dienstleistungen oder für handwerkliche Tätigkeiten geschuldet werden. Dies teilt der Steuerberaterverband Düsseldorf mit.

Voraussetzung ist, dass der Vermieter die Aufwendungen unbar gezahlt hat und der Anteil des Mieters aus der Jahresabrechnung oder durch eine Bescheinigung nachgewiesen werden kann. Da solche Jahresabrechnungen häufig erst spät erstellt werden, lässt das Finanzamt es zu, wenn die Aufwendungen nicht in dem Jahr geltend gemacht werden, in dem sie getätigt wurden, sondern erst in dem Jahr, in dem die Jahresabrechnung erfolgt. Eine fehlende Jahresabrechnung für 2012 bedeutet also nicht, dass mit der Abgabe der Einkommensteuererklärung 2012 gewartet werden muss.

IHR PARTNER FÜR RECHNUNGSWESEN UND CORPORATE FINANCE

- Abschlussprüfung und -erstellung
- Unternehmensnachfolge
- Transaktionen
- Finanzierung & Restrukturierung
- Interim Management

Wir sind gerne für Sie da.
Sprechen Sie uns an.

Wettstein Schmidt GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Theaterstraße 63 – 65
52062 Aachen
T 02 41 / 47 57 17-0
E info@wettstein-schmidt.de
W www.wettstein-schmidt.de

Wirtschaftsprüfer \ Steuerberater \ CISA

Wir begleiten Sie als unabhängiger und kompetenter Ratgeber bei allen steuerlichen und wirtschaftlichen Fragestellungen. Es ist unser Ziel, Ihre Interessen optimal zu vertreten und Ihren wirtschaftlichen Erfolg zu sichern und zu fördern.

Wegweisende Beratung:

- Steuerberatung
- Unternehmens- und Wirtschaftsberatung
- Buchhaltung und Lohnbuchführung
- Treuhandwesen

Schiffers & Collegen

Schiffers & Collegen
Steuerberatungsges. mbH & Co. KG
Schurzelter Straße 27
52074 Aachen
Tel.: +49 (0) 241 - 47 71 - 0
Fax: +49 (0) 241 - 47 71 - 134
kanzlei@schiffers-collegen.de
www.schiffers-collegen.de

Oliver Schneider
Dipl.-Kaufmann
Steuerberater
Fachberater f. Int. SteuerR

Anita Schiffers
Steuerberaterin
vereidigte Buchprüferin

Sven Pluymackers
Steuerberater
Fachberater f. Int. SteuerR

Verpflegungsmehraufwand: Pauschale gilt nur für drei Monate

Foto: Imago

Bei einer Auswärtstätigkeit entstehen Nebenkosten, das sind in erster Linie Aufwendungen für die Anreise und die Übernachtung, aber auch für die Verpflegung. Für letztere hat die Finanzverwaltung Pauschalen eingeführt. Trotzdem befassen sich die Gerichte immer wieder mit den sogenannten Verpflegungsmehraufwendungen. Der Bundesfinanzof hat nun festgestellt, dass ein selbstständiger Unternehmensberater, der über Monate hinweg wöchentlich zwei bis vier Arbeitstage in dem Betrieb eines Kunden auswärts tätig ist, Mehraufwendungen für seine Verpflegung nur in den ersten drei Monaten dieser Auswärtstätigkeit geltend machen kann. Eine Unterbrechung der Tätigkeit, die zum Neubeginn der Dreimonatsfrist führe, liegt grundsätzlich nur dann vor, wenn sie mindestens vier Wochen dauere. Im Streitjahr 1999 konnten Mehraufwendungen für die Verpflegung gemäß § 4 Abs. 5 Nr. 5 Satz 5 des Einkommensteuergesetzes (EStG) bei einer längerfristigen vorübergehenden Tätigkeit an derselben auswärtigen Tätigkeitsstätte nur für die ersten drei Monate als Betriebsausgaben abgezogen werden. Der Kläger meinte, die Vorschrift sei auf seinen Fall nicht anzuwenden, denn sie setze eine ununterbrochene und fortlaufende Vollzeittätigkeit voraus. Dies sei bei ihm jedoch nicht der Fall gewesen. Vielmehr sei er im Rahmen einzelner aufeinanderfolgender Aufträge tätig geworden, die zudem jeweils unterbrochen gewesen seien durch Heimarbeitstage und kurzfristige Dienstreisen für andere Kunden. Dieser Argumentation ist der Bundesfinanzhof nicht gefolgt. Eine ununterbrochene Vollzeittätigkeit sei danach nicht Voraussetzung für die Anwendung der Vorschrift. Der Kläger habe vielmehr dem Zweck der Vorschrift entsprechend seine auswärtige Verpflegungssituation an diejenige anpassen können, die an seinem Wohnort gilt. Auch eine rechtlich relevante Unterbrechung der Auswärtstätigkeit, die einen neuen Abzugszeitraum eröffnen würde, liege nicht vor. Weder die kurzfristigen Auswärtstätigkeiten für andere Kunden noch die Arbeit im heimischen Büro seien dafür ausreichend. Eine solche Unterbrechung müsste im Regelfall vielmehr mindestens vier Wochen andauern. Dies entspricht auch der ab dem Jahr 2014 anwendbaren Neufassung des Gesetzes (§ 9 Abs. 4a Satz 7 EStG).

(Bundesfinanzhof, Urteil vom 28. Februar 2013, AZ III R 94/10)

DR. LOTHMANN & PARTNER
Steuerberatungsgesellschaft • Buchprüfungsgesellschaft

Dr. Werner Lothmann
Dipl.-Kfm., StB, vBP
- Vertretung vor Finanzgerichten
- vermögensverwaltende Personengesellschaften
- steuerorientierte Gestaltungen
- Besteuerung von Unternehmensgruppen
- Besteuerung der Heilberufe
- Erb- und Nachfolgeregelungen
- Internationales Steuerrecht
- Jahresabschlussprüfung

Rudolf Winkler
Dipl.-Kfm., StB, vBP
- Existenzgründungsberatung
- Jahresabschlussprüfung
- betriebswirtschaftliche Beratung
- Einkommensteuer
- gemeinnützige Organisationen
- Vereinsbesteuerung
- Betreuung von Betriebsprüfungen

Rolf Lothmann [1)]
Dipl.-Wirtsch.-Ing., StB
- Beratung mittelständischer Unternehmen und Unternehmensgruppen
- Umwandlungen
- steuerliche und wirtschaftliche Beratung zu Familienvermögen
- Vermögens- & Unternehmensnachfolge
- Erbschaftsteuer
- Testamentsvollstreckung
- Stiftungen
- gemeinnützige Einrichtungen

1) Mitglied Arbeitsgemeinschaft Testamentsvollstreckung und Vermögenssorge, Bonn (AGT e.V.)

Hans-Böckler-Sr. 4 • Obertor-Haus • 52349 Düren
Tel. 02421-28500 • www.lothmann-partner.de • info@lothmann-partner.de

Kapitalanlage: Nicht jede Wohnung ist geeignet

Die Menschen in Deutschland werden weniger, die Gesellschaft wird älter: Laut Statistischem Bundesamt ist im Jahr 2060 jeder Dritte mindestens 65 Jahre und jeder Siebte mindestens 80 Jahre alt. Das wird sich mittel- bis langfristig auf den Wohnimmobilienmarkt auswirken. Dachgeschosswohnungen ohne Lift, kleine Bäder, enge Türen, viele Treppen: Alles das sind Kriterien, die die Vermietbarkeit in Zukunft erschweren werden. „Die Nachfrage nach barrierefreien und seniorentauglichen Immobilien wird steigen, einfach weil es irgendwann viel mehr ältere als jüngere Menschen gibt", sagt Ludwig Wiesbauer, Bereichsvorstand Immobilienvermittlung bei der PlanetHome AG: „Je mehr Menschen die Immobilie nutzen können, desto größer der potenzielle Mieterkreis." Das bedeute nicht, dass gleich alles komplett umgerüstet werden müsse. „Aber man sollte sich schon langsam an den Gedanken gewöhnen, dass sich die Anforderungen an Immobilien mit dem demografischen Wandel ändern werden."

Zustand

Der bauliche Zustand des Objekts ist ein entscheidendes Kriterium für die langfristige Ertragssicherung. In welcher Beschaffenheit Dach, Fassade, Fenster und sanitäre Einrichtungen sind, hat maßgeblich Einfluss auf Vermietbarkeit sowie auf zukünftige Investitionskosten. Die wiederum schmälern die Rendite. „Je besser der bauliche Zustand der Immobilie, desto weniger muss man hohe Reparatur- und Sanierungskosten fürchten", sagt Wiesbauer. Allerdings gebe es auch Mängel wie Schädlingsbefall, Schimmel in der Wand oder alte Wasserrohre, die der Laie nicht auf den ersten Blick erkenne. Deshalb sei es wichtig, vor einem Kauf einen Experten hinzuzuziehen. „Dies gilt übrigens auch für Verkäufer", erläutert der Experte: „Denn wenn Eigentümer schon im Vorfeld die potenziellen Mängel ihrer Immobilie kennen, stehen sie bei Verkaufsverhandlungen eindeutig besser da."

Lage

Einer der wichtigsten Punkte, die es zu beachten gilt, ist die Lage des Objektes. Denn die ist nicht veränderbar. Beim Kauf sollte man deshalb nicht nur auf eine gute Infrastruktur in der Umgebung, sondern zudem auf das Entwicklungspotenzial des Standorts achten. „Bestimmte Städte werden sich eines großen Zuzugs erfreuen, während einige Landstriche ausgedünnt werden. Dies hat Einfluss auf die langfristige Vermietbarkeit." Wiesbauer geht davon aus, dass nicht nur die ohnehin beliebten Metropolen wie Hamburg, München oder Berlin zu den Gewinnern der demografischen Entwicklung gehören, sondern auch kleinere Städte im weiteren Umkreis der Metropolen. Denn wenn die Preise steigen, werden sich dort viele Menschen nach bezahlbarem Wohnraum umsehen. Je höher die Wahrscheinlichkeit eines Bevölkerungswachstums, desto größer die Chance, immer wieder gute Mieter zu finden. „Wer in einer eher strukturschwachen Gegend lebt, sollte deshalb mit einem Verkauf nicht zu lange warten, sondern lieber den derzeitigen Boom nutzen", rät Immobilienexperte Wiesbauer.

Objektart

Zwar eignen sich Eigentumswohnungen und Häuser gleichermaßen als Kapitalanlagen, beides hat jedoch Vor- und Nachteile, die es vor einem Kauf individuell abzuwägen gilt. Wer eine Eigentumswohnung kauft, ist damit automatisch einer Wohnungseigentümergemeinschaft verpflichtet. Maßgebliche Änderungen wie beispielsweise die Erneuerung der Fenster können immer nur kollektiv entschieden werden. „Das kann sehr mühsam sein", sagt Wiesbauer. Allerdings: Reparaturen finanzieren sich aus der Instandhaltungsrücklage. Ein Hausbesitzer ist zwar autark, aber für ihn wird ein marodes Dach schnell viel teurer als für eine Eigentümergemeinschaft, die monatliche Rücklagen bildet. Anleger sollten bei beiden Objektarten vor dem Kauf das Rendite-Risiko-Profil zumindest grob kalkulieren. Immobilienbesitzern rät Wiesbauer, alle relevanten Unterlagen wie Grundbuchauszug, Baubeschreibung, Grundrisse, Nebenkostenabrechnung, Protokolle der Eigentümerversammlung, Teilungserklärungen, vor allem aber Reparaturbelege zu sammeln. *(ots)*

KANZLEI ENGELEN
Steuerberatungsgesellschaft mbH

Arnold-Sommerfeld-Ring 36
52499 Baesweiler
Telefon 0 24 01 / 80 98-0
Telefax 0 24 01 / 80 98-99
Steuer Nr. 5202/5741/0327
E-mail: info@kanzlei-engelen.de
Internet: www.kanzlei-engelen.de

Günter Engelen
Steuerberater

DR. JÖRIS - EHLEN UND PARTNER
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

- Dipl.-Kfm. Dr. Hans Jöris
  Wirtschaftsprüfer - Steuerberater
- Dipl.-Kfm. Rudolf Ehlen
  Wirtschaftsprüfer - Steuerberater
- Dipl.-Kfm. Arno Jöris
  vereidigter Buchprüfer - Steuerberater

Ihr spezieller Ansprechpartner für die Prüfung und Beratung von
- Kommunen
- kommunalen Unternehmen
- Non – Profit – Organisationen

Westpromenade 10 · 52525 Heinsberg
Tel.: +49 (0) 2452-911912 · Fax: +49 (0) 2452-911950
wirtschaftspruefer@joeris-partner.de · www.joeris-partner.de

Der Verkaufsprospekt und seine Vollständigkeit

Der Bundesgerichtshof in Karlsruhe musste sich im Urteil vom 5. März 2103 mit der Frage beschäftigen, unter welchen Voraussetzungen ein Emissionsprospekt als vollständig anzusehen ist.

Der Kläger zeichnete im Jahr 1993 auf Grundlage des Emissionsprospekts Anteile an einem geschlossenen Immobilienfonds, der in Form einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) organisiert war. In dem Prospekt heißt es zur Haftung unter anderem, dass die Gesellschafter der GbR gegenüber Gläubigern haften, „zunächst" aber das dem Immobilienfonds gehörende Grundstück verwertet werden soll. Zur Projektfinanzierung nahm die GbR Darlehen auf, die durch Grundschulden gesichert wurden. In den Darlehensverträgen mit den ausgebenden Banken wurde die persönliche Haftung der Gesellschafter in einer ihrer Beteiligung am Gesellschaftsvermögen entsprechenden Höhe vereinbart. Aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten wurde im Jahr 2009 die Fondsimmobilie verkauft und die Gesellschaft liquidiert. Der Kläger zahlte einen auf ihn entfallenen Verlustanteil von 68.000 Euro sowie im Jahr 2010 noch einmal 15.000 Euro. Er verlangte von einem der Gründungsgesellschafter nach den Grundsätzen der Prospekthaftung Schadenersatz. Gestützt wird dieser Anspruch auf einen nach Klägervortrag fehlerhaften Emissionsprospekt, da die Haftung der Anleger unzutreffend dargestellt worden sei. So werde in dem Prospekt der Eindruck erweckt, die Anleger haften nur sekundär. Außerdem werde nicht ausreichend darüber aufgeklärt, dass die Haftung der Anleger für Darlehen fixiert ist und sich nicht durch Teilzahlung der Gesellschaft verringert.

Das Berufungsgericht hat einen Schadenersatzanspruch aus Prospekthaftung im weiteren Sinne angenommen. Unter einer Prospekthaftung im weiteren Sinne versteht man die Haftung von Berufsgruppen, die ein besonderes Vertrauen ihrer Kunden in Anspruch nehmen und insbesondere für deren Vermögen Sorge tragen. Die Karlsruher Bundesrichter erteilen dieser instanzgerichtlichen Ansicht jedoch eine Absage und heben das Urteil wieder auf. Das Berufungsgericht ging davon aus, dass der Prospekt zumindest im Hinblick auf die Haftungsreihenfolge unklar und missverständlich sei. Dabei werde der Eindruck erweckt, eine persönliche Haftung des Anlegers trete erst dann ein, wenn die Gesellschaft in Liquiditätsprobleme gerate und das Grundstück bereits verwertet wurde. Diesen Ausführungen folgt der BGH nicht. Er argumentiert, dass dem Prospekt mit der Formulierung nicht entnommen werden könne, dass eine Haftung der Gesellschafter mit ihrem persönlichen Vermögen erst nach der Verwertung des Fondsgrundstücks entstehe. Dabei ist laut Bundesgerichtshof nicht die Aussage für sich allein als Formulierung zu betrachten, sondern die Systematik der Prospektdarstellung insgesamt. Der sprachliche Zusammenhang ergebe dabei nicht, dass ein Anleger erst nach Grundstücksverwertung in eine persönliche Haftung falle. Der Verwendung des Begriffs „zunächst" könne für sich

Foto: Imago

betrachtet noch nicht entnommen werden, dass eine zeitlich vorrangige Haftung gemeint sei. Auch eine bestimmte Reihenfolge könne sich nicht ableiten lassen. Begründet wird diese Ansicht des BGH mit der Gegenüberstellung des Gesellschaftsvermögens und dem der persönlichen Vermögen der Anleger in den Beschreibungen des Prospekts. Wäre eine Haftungsbeschränkung der Anleger von vornherein vorgesehen gewesen, hätte diese in den Verträgen mit den Banken Erwähnung finden müssen. Dies war allerdings nicht der Fall. Auch ließe sich kein Hinweis darauf finden, dass die Bank verpflichtet sei, das Grundstück vorrangig zu verwerten. Bei eingehender Durchsicht des Prospekts hätte nach Ansicht des Bundesgerichtshofs ein Anleger nicht davon ausgehen dürfen, eine persönliche Inanspruchnahme für die Schulden sei erst im Falle des Scheiterns der Gesellschaft und deren Liquidation zu befürchten.

Auch die Ansicht des Berufungsgerichts, dass sich aus der Aussage einer quotalen Haftung der Anleger eine Reduzierung der Teile bei Verwertung von Gesellschaftsteilen ergibt, teilt der BGH nicht. Bereits in früheren Urteilen stellte er klar, dass Zahlungen aus Gesellschaftsvermögen dem Anleger auch ohne direkte Reduzierung des Eigenanteils zugutekommen. So verringert sich im Außenverhältnis die persönliche Haftung des Gesellschafters, wenn die noch offene Darlehensschuld unter den persönlichen Haftungsbetrag sinkt. Daher scheidet ein Schadenersatzanspruch, gestützt auf Prospektfehler, aus.

Es lässt sich zusammenfassen, dass die Anfertigung eines Emissionsprospekts wohldurchdacht sein sollte, da einzelne Formulierungen im Zweifel auf die Goldwaage gelegt werden können und über die Frage einer Haftung entscheiden.

(BGH, Urteil vom 5. März 2013, II ZR 252/11)

Herausforderung Unternehmensnachfolge

Die Übergabe des eigenen Unternehmens an die nächste Generation zählt mit zu den schwierigsten Aufgaben eines Unternehmers. Das Loslassen ist für viele Unternehmer mit einer persönlichen Herausforderung verbunden. Hinzu kommt eine Reihe rechtlicher und steuerrechtlicher Aspekte, die zu klären sind. Frühzeitige und vorausschauende Nachfolgeregelungen sind unverzichtbar, damit das Lebenswerk erhalten bleibt, und sie vermeiden nicht zuletzt oft unnötigen Streit unter den Nachfolgern oder Erben.

Foto: Imago

Durch frühzeitige Nachfolgeplanung sein Lebenswerk erhalten

In zahlreichen mittelständischen Unternehmen ist der Generationswechsel ein aktuelles Thema. In einigen Fällen droht aufgrund einer fehlenden Zukunftsplanung sogar die Stilllegung des Betriebs, weil kein geeigneter Nachfolger zur Verfügung steht. Die rechtzeitige und systematische Vorbereitung der Unternehmensnachfolge ist eine wesentliche Voraussetzung für den dauerhaften Erhalt des Betriebs. Fehler bei der Übergabe können zu Unternehmenskrisen und zur Aufgabe des Betriebs führen. Viele Unternehmer können nicht auf einen Nachfolger aus der Familie zurückgreifen. Für sie ist es wichtig, frühzeitig einen geeigneten externen Nachfolger zu finden und gegebenenfalls peu à peu in die Nachfolge einzuarbeiten. Nur wenn Unternehmer ihre Nachfolge regeln, solange sie noch voll im Geschehen stecken, haben sie die Möglichkeit, alles nach ihren Vorstellungen zu gestalten und eine erfolgreiche und reibungslose Übergabe zu steuern. Nicht zuletzt besteht auch den Mitarbeitern gegenüber eine große Verantwortung.

Nachfolgeplanung – so individuell wie das Unternehmen selbst

Eine Unternehmensübergabe beziehungsweise -übernahme ist ein sehr komplexer Vorgang, der vielfältige Einflussfaktoren und individuelle Aspekte zu berücksichtigen hat. Soll das Unternehmen verkauft werden? Sind Familienmitglieder geeignete Nachfolger? Wie lässt sich der Wert des Unternehmens bestimmen? Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es? Worauf ist bei Kauf, Schenkung oder Erbschaft zu achten? Alles Fragen, die jetzt schon schwer zu beantworten sind – erst kurz vor der Übergabe (ein bis zwei Jahre vorher) wird es fast unmöglich sein.

Eine Standardlösung gibt es nicht. Vor allem sollte der Faktor Zeit nicht unterschätzt werden – fünf bis zehn Jahre sind realistische Planungszeiträume. Spätestens ab dem 55. Lebensjahr sollte die Sensibilisierung und Planung für die Nachfolge beginnen. Dann ist in der Regel noch genügend Zeit, sich umfassend zu informieren, die verschiedenen Alternativen zu prüfen, die notwendigen Entscheidungen zu treffen und erforderliche Korrekturen vorzunehmen und Strategien umzusetzen.

Steuer-, Rechts- und Wirtschaftsberatung
in einer Hand

Steuerkanzlei Bellartz
Ärzte/Apotheken
Automobilhandel
Handelsunternehmen
IT- und Medien-Dienstleister
Produktionsgewerbe
Transport- und Speditionsgewerbe

Rechtsanwaltskanzlei Siebenmorgen
Arbeitsrecht
Handels- u. Gesellschaftsrecht
Forderungsvollstreckung
Verkehrsrecht
Mietrecht
Familien- u. Scheidungsrecht

Sicherheit, Vertrauen und Nähe in jedem „Fall“

steuerkanzlei BELLARTZ
anwaltskanzlei SIEBENMORGEN

Tel.: 0 22 32/14 00 00
Fax: 0 22 32/1 40 00 14
www.steuerberater-bellartz.de
www.kanzlei-siebenmorgen.de
Am Rankewerk 7
50321 Brühl

Kapitalanlage: Die Mischung macht's

Hat man als Anleger Kapital zur Verfügung, ist die Risikostreuung des Kapitals sehr wichtig. Man bezeichnet die Verteilung des Kapitals auf unterschiedliche Anlageformen und Finanzprodukte auch als Diversifikation. Im Vordergrund steht das Vermindern des Risikos der Kapitalanlage in ihrer Gesamtheit, was durch die Verteilung des Kapitals auf unterschiedliche Finanzprodukte erreicht werden soll. Wer eine Geldanlage sucht, die angemessene Renditen und steuerliche Vorteile bietet, ist mit einem Genussschein gut beraten. Der Steuereffekt entsteht dadurch, dass die bereits angefallenen Zinsen im jeweiligen Kurs des Genussscheins enthalten sind. Durch diese Methode steigt der Kurs eines Genussscheins während einer Zinsperiode und sinkt am Tag der Zinsausschüttung um die ausgezahlten Stückzinsen. Die Zinsen werden dabei wie Kursgewinne behandelt: Hält der Anleger seinen Genussschein länger als zwölf Monate, kann er steuerfreie Erträge erzielen. Generell gewinnt ein Anleger mit dem Kauf eines Genussscheins das Recht, am Erfolg eines Unternehmens teilzuhaben. Vom Aufbau und der Funktionsweise her sind Genussscheine eine Mischung aus Aktien und Anleihen. Fast alle Genussscheine bieten eine feste jährliche Verzinsung und sind daher vergleichbar mit einer Anleihe. Ob diese Zinsen allerdings gezahlt werden, hängt vom Gewinn des Unternehmens ab. Wird in einem Geschäftsjahr kein positives Bilanzergebnis erwirtschaftet, erfolgt auch keine Zinszahlung. Dafür sind aber fast alle Genussscheine mit einem Nachzahlungsanspruch ausgestattet: Wenn das Unternehmen in den nachfolgenden Geschäftsjahren wieder positive Bilanzergebnisse erzielt, werden die ausgefallenen Zinszahlungen nachgeholt. Fast alle Genussscheine werden von Banken herausgegeben, sind also hinsichtlich der Zinszahlungen sehr sicher. Trotzdem sollte man als Anleger auch hier nur auf Genüsse von Unternehmen mit guter Bonität setzen. Das gegenüber einer Anleihe leicht erhöhte Risiko von Genussscheinen wird im Gegenzug mit einem Renditevorteil von 1 bis 1,5 Prozent belohnt. Genussrechtskapital an Immobiliengesellschaften ist mit Sachwertvermögen unterlegt und bietet damit eine höhere Sicherheit als Genussrechte an einem Produktions- oder Serviceunternehmen. Als Beimischung und zur Diversifikation eines profitablen Portfolios sind Genussscheine also ein empfehlenswertes Mittel, solange bei ihrer Auswahl auf die Bonität des herausgebenden Unternehmens geachtet wird.

(mcm)

Befreien Sie sich von versteckten Barrieren

B.O.B Betriebswirtschafts-, Organisations- und Unternehmensberatung GmbH

- Sachverständigengutachten
- Wertvermittlung
- Bilanzanalysen / Analyse U-Zahlen
- Erstellung von Businessplänen
- Gesamtcontrolling Unternehmenskennzahlen & Auswertung
- QMS & Einführung
- Nachlassregelung / Unternehmensnachfolge (Verbundleistung)
- Management for time

Beispiel: Betriebsmittel & Investitionskapital
gewünschter Kreditbetrag 200.000,00 €
Laufzeit 5 Jahre
Anfangszins monatlich 316,67 €*

*weitere Informationen auf Anfrage

B.O.B. GmbH • Mühlenstr. 1 • 52222 Stolberg Rheinland
Betriebswirtschafts-, Organisations- & Unternehmens- Beratung GmbH

www.bob-aachen.de
Tel.: 02402 - 124 71 10

kurz & bündig

NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO

Foto: Bureau VIA2018

Symbolsprache zum Auftakt: Guido Wevers (vorne r.), künstlerischer Leiter der Stiftung „Maastricht Culturele Hoofdstad van Europa 2018", eröffnet das Amateurkunstfestival.

„Lasst alle Sprachen sprechen": 3.000 Amateurkünstler feiern die „Via 2018"

Rund 3.000 Amateurkünstler aus der gesamten Euregio haben im Maastrichter Geusselt-Stadion vor mehreren Tausend Zuschauern ihre vielseitigen Talente für Gesang, Tanz, Literatur, bildende Künste und Theater präsentiert. Die 13 Partner der Kandidatur zur „Kulturhauptstadt 2018" hatten das Eröffnungsfest unter das Motto „Lasst alle Sprachen sprechen" gestellt. „Durch unser gemeinsames Fest sind viele neue Kooperationen entstanden", resümierte Huub Smeets, Vorsitzender der Stiftung „Maastricht Culturele Hoofdstad van Europa 2018". Die zuständige Jury will am 6. September bekanntgeben, wer den Titel „Europäische Kulturhauptstadt 2018" tragen darf.

Laser- und Wasserstrahl schneiden
für Werbe-/Messebau und Industrie
Edelstahl, Aluminium, Messing, Stahl, Plexiglas, Holz, Verbundwerkstoffe, Techn. Kunststoffe, Schäume, Glas, Marmor, Granit u.v.m.
prosign
PRÄZISIONSSCHNEIDEN
prosign GmbH & Co. KG
Honigmannstraße 7
D - 52146 Würselen
Fon 0 24 05 / 41 38 80
Fax 0 24 05 / 41 38 88
info@prosign.com

Keine Einigung: ARD und ZDF verschwinden aus dem belgischen Kabelnetz

ARD und ZDF sind ab sofort nicht mehr über Belgiens größten Telekommunikationsanbieter Belgacom zu empfangen. Grund ist eine unterschiedliche Auffassung bezüglich der Summe, die der Kabelbetreiber an die deutschen Sender zahlen soll. Die beiden deutschen öffentlich-rechtlichen Programme wurden durch Sat.1 und ProSieben ersetzt. RTL wird bereits seit einigen Monaten bei Belgacom ausgestrahlt. Eine Online-Petition, die rund 1.700 Menschen in kurzer Zeit unterzeichneten, soll ein Umdenken des Kabelbetreibers bewirken. Von dem Ausschluss sind nicht nur die Zuschauer in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, sondern auch die zahlreichen deutschsprachigen Brüsseler betroffen, die im Rahmen der EU dort ihren Lebensmittelpunkt haben. Die „Süddeutsche Zeitung" schrieb aus aktuellem Anlass: „Weil viele Menschen EU-affine Jobs haben, ist es für sie entscheidend, ob sie abends Deutschlands ‚Tagesthemen' oder künftige ‚Topmodels' sehen."

Lütticher „Golden Sixties"-Ausstellung geht in die Verlängerung

Eine gut besuchte Ausstellung über die 60er Jahre im Lütticher Bahnhof Guillemins ist bis Ende September verlängert worden. Im April verzeichnete die Ausstellung, die sich den politischen, gesellschaftlichen und technischen Revolutionen der 60er Jahre widmet, durchschnittlich mehr als 1.000 Gäste täglich. Jetzt sollen auch die Touristen, die in den Ferienmonaten nach Lüttich kommen, die Gelegenheit zu einem Besuch der Ausstellung bekommen. Insgesamt rechnen die Veranstalter mit rund 300.000 Gästen.

Ververser Einkaufszentrum darf gebaut werden

Kurz nachdem Bedenkenträger mit ihrer Beschwerde gegen den Bau einer City-Mall am Ververser Westufer vor Gericht gescheitert waren, haben sich die Investoren zuversichtlich gezeigt, schon vor dem Baubeginn Ende 2013 rund 60 bis 70 Prozent der 25.000 Quadratmeter großen Fläche vermietet zu haben. Weiterhin versprechen sie, das Zentrum bis zu 80 Prozent mit Marken zu beleben, die in Verviers bisher nicht angeboten wurden. Unterdessen schreibt die Tageszeitung „La Meuse", dass das „Ardennes Outlet Center" in Verviers nach seinem Konkurs Mehrwertsteuerschulden in Höhe von 1,6 Millionen Euro sowie einen geringeren Betrag an Geldern zur Sozialversicherung hinterlässt. Das Outlet-Center gehörte dem internationalen Immobilienkonzern Comer und wurde an eine neue Betreibergesellschaft verkauft.

Deutschland und Niederlande unterzeichnen Kulturabkommen

Die kulturelle Zusammenarbeit im deutsch-niederländischen Grenzgebiet soll gestärkt werden. Ein entsprechendes „Kulturabkommen" haben der Regionalminister Noel Lebens von der Provinz Niederländisch-Limburg, Regierungspräsidentin Gisela Walsken und Verbandsvorsteher Landrat Wolfgang Spelthahn vom Zweckverband Region Aachen im Dürener Leopold-Hoesch-Museum unterzeichnet. Vor allem die gemeinsame Bewerbung zur Kulturhauptstadt „Maastricht & Euregio Maas-Rhein 2018" gilt dabei als wichtiger Impulsgeber.

Euregio wird Gastgeber der Agribex 2013

Rund 125.000 Besucher und 380 Aussteller hatte die größte Landwirtschaftsmesse des Benelux-Raums auf dem Brüsseler Expo-Gelände im Jahr 2011 begrüßt. Vom 3. bis 8. Dezember will nun die Euregio Maas-Rhein den hohen Leistungsstandard der euregionalen Landwirtschaft vorstellen. Knapp 12.000 landwirtschaftliche Betriebe, fünf Prozent aller registrierten Unternehmen, sind in der Euregio Maas-Rhein angesiedelt. Die fast 25.000 Festangestellten im Landwirtschaftssektor ergeben 1,5 Prozent der arbeitenden Bevölkerung in der Euregio. In diesem Jahr haben die Veranstalter die nachhaltige Energie in der Landwirtschaft zum Thema gemacht.

Maastricht Aachen Airport beklagt Zwei-Millionen-Euro-Verlust

Dem Maastricht Aachen Airport (MAA) sind bis Ende März zum abgeschlossenen Geschäftsjahr 2012/2013 mindestens zwei Millionen Euro an Verlusten entstanden. Die Ursache für das hohe Defizit liege im Rückgang von 20 Prozent beim Frachtverkehr, heißt es. Bereits 2012 hatte die private Betreibergesellschaft, die britische Investment- und Managementgesellschaft Omniport, einen Zuschuss von einer Million Euro von der Provinzregierung Niederländisch-Limburg für zusätzliche Investitionen erhalten. Die Opposition verlangt eine Überprüfung der Unterstützung. Auch das limburgische Wirtschaftsministerium fordert die Eigentümer auf, das Defizit aufzufangen, sonst drohe dem Flughafen in vier bis fünf Monaten die Pleite.

Sie haben einen guten Grund, wir die passenden Ideen!

PLANEN | BAUEN | BERATEN
seit 1910
borgers
PLANEN | BAUEN | BERATEN
Borgers GmbH · Stadtlohn · Rödermark · Potsdam
Zentrale: Tel. 0 25 63 – 407 – 0
Mail: info@borgers-industriebau.de
Besuchen Sie unseren komplett neu gestalteten Internetauftritt.
www.borgers-industriebau.de

„Gastro Guide Euregio" führt zu 650 Restaurants

Der „Gastro Guide Euregio" ist als 134 Seiten starkes Werk in der elften Auflage erschienen. Die drei Gastronomen des diesjährigen Titelmotivs – Paul van de Bunt (De Leuf, Ubachsberg), Christof Lang (La Bécasse, Aachen) und Pierro Seccafieno (La Strada, Maasmechelen) – gehören zu einer euregionalen Gruppe von Gastronomen aus fünf Restaurants, die unter dem Motto „Crossing Borders" füreinander wirbt. Wie aus früheren Ausgaben gewohnt, können kulinarische Genießer aus mehr als 650 aktualisierten Restaurantprofilen und 130 Tests wählen. Die „Top 5" bietet eine Auswahl in sieben verschiedenen Kategorien von der Spitzenküche über Italienisch und Asiatisch bis hin zu Bürgerlich/Regional. Ein beigefügtes Booklet mit dem Titel „Feste feiern!" stellt 180 Locations und Catering-Adressen in der Euregio für Hochzeiten oder Familienfeiern vor. Der „Gastro Guide Euregio" ist für 6,40 Euro im Buch- und Zeitschriftenhandel erhältlich.

Coverfoto: Peter Hinschläger

Appetitanreger: Der „Gastro Guide Euregio" ist in der elften Auflage erschienen.

Luftbild: Stadt Aachen

Bayern im Grenzgebiet: Eine Logistik-Gruppe aus Neu-Ulm will auf Avantis 20 Millionen Euro in ein neues Zentrum investieren.

Logistikunternehmen investiert in ein neues Zentrum auf Avantis

Die bayerische Honold-Logistik-Gruppe aus Neu-Ulm investiert rund 20 Millionen Euro in ein neues Logistikzentrum auf dem grenzüberschreitenden Gewerbegebiet Avantis zwischen Aachen und Heerlen. Auf einer Flächengröße von knapp zehn Fußballfeldern soll noch in diesem Jahr gebaut werden. In der Folge sollen rund 100 neue Arbeitsplätze entstehen. Die Aachener Wirtschaftsförderung verspricht sich von der Ansiedlung eine Signalwirkung auf andere Unternehmen, sich im deutsch-niederländischen Grenzgebiet anzusiedeln.

DRAUFODERDRAN.

Alles, was durch eine Druckmaschine geht, können wir mit Farbe, Text und Struktur versehen...
Alles, was sich bekleben lässt, können wir folieren oder beschriften...

printproduction
Die Agentur für Druck-Management.

Theaterstraße 82 I 52062 Aachen I Tel. 0241.470 14-0 I **www.printproduction.de**

Eine euregionale Ratssitzung diskutiert angeregt über die „Sexy City" in Aachen

Foto: Andreas Herrmann

„Sexy City": Professor Günther Schuh (v. l.), Lüttichs Bürgermeister Willy Demeyer, Aachens Oberbürgermeister Marcel Philipp und Maastrichts Bürgermeister Onno Hoes diskutieren über den euregionalen Fachkräftebedarf.

Seit 1989 finden sich die Bürgermeister der Städte Maastricht, Aachen, Hasselt, Heerlen und Lüttich zu regelmäßigen Treffen zusammen und bilden das Netzwerk „MAHHL". Seit 2001 finden auch gemeinsame Ratssitzungen und Sicherheitskonferenzen statt, außerdem hatten sich Arbeitsgruppen zu verschiedenen Themen wie Kultur, Mobilität und Klima unter anderem auf der Ebene der Fachverwaltungen gegründet. Im Aachener Krönungssaal haben sich die MAHHL-Partner jetzt wieder ausgetauscht: Rund 70 Ratsvertreter aus drei Ländern diskutierten über „The sexy city – was junge Fachkräfte im 21. Jahrhundert in die Städte zieht". Auf der Agenda standen der demografische Wandel, die Mobilität und die Verkehrsentwicklung. „Ein Drittel der Unternehmen kann seinen Fachkräftebedarf nicht decken. Wir brauchen in vielen Bereichen junge, gut ausgebildete Fachkräfte, um unsere Rolle als Motoren der Euregio in Zukunft erfüllen zu können", sagte Aachens Oberbürgermeister Marcel Philipp. „Viele niederländische Unternehmen wissen nicht, welche Möglichkeiten sie kurz hinter der Grenze vorfinden", sagte Heerlens Bürgermeister Paul Depla: „Selbst die Bedeutung der RWTH Aachen ist in den Niederlanden noch nicht überall bekannt."

Auf dem Boden der Tatsachen: Maastricht Airlines hebt nicht ab

Eigentlich sollte die neugegründete „Maastricht Airlines" ab dem 25. März regelmäßig von Maastricht nach München, Berlin und Amsterdam fliegen. Wegen diverser Probleme mit Maschinentechnik und Personal ist die Fluggesellschaft jedoch in die Insolvenz geraten, bevor das erste Flugzeug abgehoben hat. Das definitive Aus des Unternehmens kam, als ein Großanteilseigner absprang. Käufer von mehr als 4.000 Flugtickets erhalten nun ihr Geld zurück.

Die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens wirkt im neuen Verein „Lit.Eifel" mit

14 Städte und Gemeinden sowie die Deutschsprachige Gemeinschaft (DG) Belgiens haben in Nettersheim den Verein „Lit.Eifel" gegründet. Für die Zukunft ist ein gemeinsames Literaturfestival geplant. Bis 2015 stehen dem Verein 130.000 Euro als „Anschubfinanzierung" aus dem sogenannten Leader-Programm des Landes NRW zur Verfügung. Die Förderung soll ländliche Regionen dabei unterstützen, eigene Entwicklungsstrategien zu konzipieren und umzusetzen. Im Sommer will „Lit.Eifel" sein Programm rund um preisgekrönte Autoren sowie Schriftsteller aus der Region vorstellen, das auch nach Ostbelgien hineinreichen soll.

DELHEID SOIRON HAMMER
RECHTSANWÄLTE

HOCHSPEZIALISIERTES ANWALTSTEAM

Unser Kompetenz-Team Wirtschaftsrecht

Friedhelm Hammer
Fachanwalt für IT-Recht
Fachanwalt für Transport- und Speditionsrecht

Dr. Johannes Delheid
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Lehrbeauftragter für Gesellschaftsrecht an der KatHO NRW

Carlo Soiron
Bankrecht, Gesellschaftsrecht

Markus Friedland
Transportrecht, Internetrecht
Wettbewerbsrecht

WETTBEWERB · INFORMATIONSTECHNOLOGIE
INTERNET · RECHT DER GESCHÄFTSFÜHRER UND
VORSTÄNDE · BANKRECHT · GESELLSCHAFTSRECHT
HANDELSRECHT · GEWERBLICHER RECHTSSCHUTZ

Friedrichstraße 17-19 · 52070 Aachen
tel +49.(0)241.946 68-0 · **www.delheid.de**

LEX-EUREGIO
AACHEN·HASSELT·HEERLEN
LIÈGE·MAASTRICHT

FH vermarket weltweit erstes „eCarSharing"-Fahrzeug

Ein Jahr lang hat die FH Aachen das von ihr konzipierte „eCarSharing"-Fahrzeug „ec2go" mit rund 200 Testfahrten erforscht, jetzt begibt sie sich mit dem Ergebnis auf die „Roadshow 2013", um das neue Fahrzeug und seinen Verwendungszweck verschiedenen Automobilherstellern in Deutschland vorzustellen. Der erste Prototyp des 2,48 Meter langen „Selbstfahrerbusses", wie die FH das „Personal Public Vehicle" (PPV) nennt, verbindet eine umweltfreundliche Antriebstechnik mit einem innovativen, an öffentliche Verkehrsmittel angelehnten Design. „Wir hoffen, dass wir die Fachwelt überzeugen und gemeinsam mit einem Automobilhersteller das erste ‚eCarSharing'-Fahrzeug der Welt bauen können", sagt Professor Dr. Thilo Röth vom Fachbereich Luft- und Raumfahrttechnik der FH Aachen.

Foto: FH Aachen/W. Jung

Begibt sich auf „Roadshow": Das von der FH Aachen eigens für den Carsharing-Gebrauch entwickelte Elektrofahrzeug „ec2go".

Jülicher Direktmethanol-Brennstoffzellen erzielen Laufzeit-Weltrekord

Mit der neuen Bestmarke von mehr als 20.000 Stunden im Dauereinsatz haben Jülicher Direktmethanol-Brennstoffzellen (DMFC) einen Weltrekord aufgestellt. Der Brennstoffzellentyp eignet sich insbesondere zum Antrieb kleiner Fahrzeuge, galt aber lange Zeit als wenig ausfallsicher. DMFC arbeiten mit flüssigem Methanol, das sich deutlich einfacher speichern lässt als reiner Wasserstoff, heißt es seitens des Forschungszentrums Jülich. Das Jülicher System im Dauertest ist speziell für den Einsatz in elektrischen Hubwagen konzipiert, wie sie in großen Umschlagzentren, den Knotenpunkten globaler Warenströme, zum Einsatz kommen.

RWTH: Frauenanteil bei Neuhabilitierten steigt

An den 17 nordrhein-westfälischen Hochschulen mit Habilitationsrecht wurden im vergangenen Jahr insgesamt 292 Habilitationsverfahren erfolgreich abgeschlossen. Wie Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) als Statistisches Landesamt mitteilt, waren das 5,8 Prozent mehr als 2011 (276). Der Frauenanteil bei den Neuhabilitierten stieg im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte auf 23,3 Prozent. Die RWTH verzeichnete von 2011 auf 2012 zwar einen Rückgang bei der Gesamtzahl der Habilitationen (um zehn auf 28), jedoch stieg der Frauenanteil bei den Neuhabilitierten von neun im Jahr 2011 auf 15 im vergangenen Jahr.

Campus Jülich feiert 50-jähriges Bestehen

Im September 1963 nahm die Staatliche Ingenieurschule für Maschinenwesen Jülich ihren Betrieb auf, die im Zusammenhang mit der Errichtung der Kernforschungsanlage (KFA) im Stetternicher Forst die akademische Ausbildung in den Bereichen Kerntechnik und Strahlenschutz gewährleisten sollte. 1971 ging die Ingenieurschule in der neu gegründeten FH Aachen auf, und aus der KFA wurde das Forschungszentrum. Jetzt hat der Campus Jülich sein 50-jähriges Bestehen gefeiert, und es gilt immer noch: Wer in Jülich einen der 24 Bachelor- und neun Masterstudiengänge erfolgreich absolviert, hat beste Berufsaussichten. Derzeit sind mehr als 3.300 Studenten am Campus Jülich der FH Aachen eingeschrieben. Beim Festakt zum Jubiläum gratulierte die regionale Prominenz. „Jülich wird führend sein", prophezeite FH-Rektor Marcus Baumann.

FIR veröffentlicht Forschungsergebnisse zum Ausbau der E-Mobilität

Wie sich Elektrofahrzeuge in intelligente Stromnetze und Infrastrukturen von Stadtwerken integrieren lassen, hatte das Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen gemeinsam mit der FEV GmbH, der STAWAG, der Stadtwerke Duisburg AG, der regio IT Aachen GmbH, der Mennekes Elektrotechnik GmbH & Co. KG, der DB AG und der RWTH Aachen im Forschungsprojekt „Smart Wheels" untersucht. Die Ergebnisse der durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Forschungsarbeiten hat das Institut jetzt veröffentlicht. Die Edition gibt detaillierte Antworten zu organisatorischen, technischen und wirtschaftlichen Fragen rund um das Thema Elektromobilität. Im Mittelpunkt der Untersuchungen stand das intelligente Aufladen der Elektrofahrzeuge mit Hilfe moderner Informations- und Kommunikationstechnologien.

@ www.smartwheels.de
www.fir.rwth-aachen.de

Nachhaltigkeitsforschung: RWTH und Hochschule in Madras arbeiten zusammen

Foto: Bundesministerium für Bildung und Forschung

Gemeinsam für Nachhaltigkeit: RWTH-Rektor Schmachtenberg (r.) und IITM-Direktor Bhaskar Ramamurthi besiegeln die Forschungspartnerschaft.

Die Rektoren von RWTH Aachen und der Hochschule Madras haben in Berlin eine Absichtserklärung zur Zusammenarbeit unterzeichnet. Beide Universitäten leiten seit 2010 das „Indo-German Centre for Sustainability", das am „Indian Institute of Technology Madras" (IITM) gegründet wurde, um gemeinsam interdisziplinär im Bereich der Nachhaltigkeit zu forschen. Der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) fördert dieses Projekt, das mit dem jetzt unterzeichneten Memorandum bis 2016 in die zweite Phase geht. Nach der Vertragsunterzeichnung besuchte IITM-Direktor Professor Bhaskar Ramamurthi die RWTH Aachen und das Forschungszentrum Jülich.

JUQUEEN bleibt Spitze in Europa

Der Jülicher Superrechner JUQUEEN ist erneut der leistungsstärkste Supercomputer Europas. Auf der neuen „TOP 500"-Liste der schnellsten Supercomputer der Welt belegt das „Blue Gene/Q-System" von IBM den siebten Platz. Vertreter des Betreibers Forschungszentrum Jülich und des Herstellers IBM nahmen die entsprechende Auszeichnung im Rahmen der „International Supercomputing Conference" in Leipzig entgegen. JUQUEEN wurde im Laufe des vergangenen ausgebaut und kommt auf eine maximale Rechenleistung von 5,9 Petaflops. Der Jülicher Spitzenrechner erreicht damit als erster Supercomputer Europas eine Rechenleistung von mehr als fünf Petaflops. Aufgrund seiner vergleichsweise niedrig getakteten Prozessoren gilt das System mit rund zwei Gigaflops pro Watt gleichzeitig als besonders energieeffizient.

Aachen und Japan forschen zusammen

Um die universitäre Forschung zwischen Japan und Deutschland zu fördern, haben die RWTH Aachen und das Kyoto Institute for Technology (KIT) einen Kopperationsvertrag geschlossen. Professor Thomas Gries vom RWTH-Institut für Textiltechnik (ITA) hatte die Zusammenarbeit vorangetrieben. Demnächst sollen neue Projekte entstehen, in die das KIT und die RWTH ihr jeweiliges Know-how einbringen. Künftige Themengebiete sollen Bio-Polymere, Composites, Textilien und die Zusammenarbeit in weiteren Ingenieursdisziplinen umfassen. Erste Kooperationen zwischen KIT und ITA gibt es bereits im Bereich der Bio-Polymere. Diese sowie Composites und Textilien verbinden eine Reihe von Eigenschaften, die für die Industrie von Interesse sind.

Uniklinik plant umfassende Erweiterung

Die Uniklinik RWTH Aachen steht vor den größten Veränderungen ihrer Geschichte. Das geht aus einem Bericht von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten hervor. Die auffälligste Neuerung ist demnach die für die nächsten zehn Jahre geplante bauliche Erweiterung, die einen neuen zentralen Operationssaal, ein Mutter-Kind-Zentrum sowie ein Herzzentrum vor dem heutigen Kerngebäude vorsieht. Intern soll es außerdem eine bislang nicht dagewesene Anpassung von Krankenversorgung und Forschung geben. Alle klinischen Fächer sollen erhalten bleiben, die Zukunft liege in der Altersmedizin. Zudem werde die Notaufnahme neu organisiert. Wirtschaftlich sei das Unternehmen nach erheblichen Defiziten derzeit stabiler als viele andere Universitätskliniken in Deutschland, schreiben die beiden Tageszeitungen.

„Es wird eng“: FH-Studenten starten Aufruf im Kino

Studenten des Fachbereichs Gestaltung der FH Aachen haben einen Kino-Spot produziert, der in Aachener Filmhäusern auf die akute Wohnungsknappheit aufmerksam gemacht hat. Der 20 Sekunden lange „Extraraum“-Trailer thematisierte die steigende Zahl der Studenten aufgrund des doppelten Abiturjahrgangs und der Aussetzung der Wehrpflicht. Um dennoch genügend Wohnraum anbieten zu können, hatten die Stadt Aachen, RWTH, FH, die Asten und das Studentenwerk Aachen die Initiative „Extraraum“ ins Leben gerufen.

RWTH errichtet hochdynamischen Fahrsimulator

Gefördert durch das Bundesforschungsministerium geht das Institut für Kraftfahrwesen (ika) der RWTH derzeit der Frage nach, wie die Menschheit in den kommenden Jahrzehnten Auto fahren wird. Dazu soll in den nächsten beiden Jahren eine „Zeitmaschine“ errichtet werden, die interdisziplinären Teams einen Blick in die Zukunft ermöglichen soll. Als wichtigstes Werkzeug gilt dabei ein hochdynamischer Fahrsimulator, der die realistische Abbildung des Fahrverhaltens bis in den fahrdynamischen Grenzbereich ermöglichen soll.

Bund und NRW stärken die Bioökonomieforschung

Das von RWTH Aachen, Forschungszentrum Jülich und den Universitäten Bonn und Düsseldorf getragene „Bioeconomy Science Center“ (BioSC) erhält 58 Millionen Euro. Mit der Förderung soll Nordrhein-Westfalens größtes Forschungscluster auf dem Gebiet in den nächsten zehn Jahren Wege zur integrierten Bioökonomie erforschen. Bund und Land hatten vereinbart, dass die Jülicher Biotechnologie dauerhaft in die Helmholtz-Gemeinschaft überführt wird und das Land NRW ein europaweit einmaliges Projekt zur Erforschung der integrierten Bioökonomie am BioSC fördert.

Neues Oxid-Cluster soll zum Rechner der Zukunft führen

In einem neuen Labor im Peter-Grünberg-Institut wollen Jülicher Wissenschaftler elektronische Materialien für eine neue Generation von Datenspeichern und Prozessoren entwickeln. Hierzu ist jetzt das Oxid-Cluster am Forschungszentrum Jülich eingeweiht worden. Der Aufbau des 3,7-Millionen-Euro-Projekts dauerte drei Jahre. Im neuen Labor sollen Wissenschaftler die empfindlichen Oxid-Schichten erstmals während des Wachstums und unmittelbar nach verschiedenen Schaltvorgängen untersuchen können.

Foto: Forschungszentrum Jülich

Eingeweihte und Einweihende im Oxid-Cluster: Professor Rainer Waser (v. l.), Forschungsstaatssekretär Thomas Rachel, Professor Regina Dittmann und Professor Sebastian M. Schmidt.

„Famos“: RWTH-Professoren werden für Familienfreundlichkeit geehrt

Professor Janos L. Urai und Klaus Reicherter sind mit dem RWTH-Preis „Famos für Familie“ ausgezeichnet worden. Die Ehrung wurde zum sechsten Mal an Führungspersönlichkeiten der Aachener Hochschule verliehen, die sich besonders für familienfreundliche Arbeitsbedingungen einsetzen. In den Räumen der beiden Lehr- und Forschungsgebiete der Professoren wurde ein Babyraum eingerichtet, den Mitarbeiter etwa bei kurzfristigen Problemen mit der Kinderbetreuung nutzen können. Beide Professoren wollen das Preisgeld von 500 Euro zur weiteren Ausstattung des Raumes verwenden.

PURSUIT gilt als europäisches Musterprojekt

Das EU-geförderte Projekt „PURSUIT“ beschäftigt sich mit der Untersuchung neuer informationszentrischer Paradigmen, die dazu geeignet sind, die gestiegenen Anforderungen an Datenmengen, Multimedia-Anwendungen und Sicherheit in Computernetzwerken zu bewältigen. In Dublin wurde das Projekt, an dem auch das RWTH-Institut für Vernetzte Systeme (iNETS) beteiligt ist, jetzt mit dem „FI Award“ der „Future Internet Assembly“ (FIA) ausgezeichnet. PURSUIT wurde dabei als eines der führenden Beispiele für künftige Forschung zu Computernetzwerken in Europa gewürdigt.

„Smart Life Support 2.0“ erhält zwei Millionen Euro

Der Paketantrag „Smart Life Support 2.0“ der RWTH Aachen wird von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) für drei Jahre mit zwei Millionen Euro gefördert. Bei der Initiative zur intelligenten technischen Unterstützung der Organ- und Vitalfunktionen auf Intensivstationen verfolgen mehrere medizinische Lehrstühle das Ziel, Verfahren und Konzepte für die modellbasierte Automatisierung von lebensunterstützenden Systemen zu entwickeln. „Eine optimale, individuelle Therapie für Patienten auf Intensivstationen kann wegen des steigenden Kostendrucks und der zunehmend angespannten Personalsituation künftig nur mit Hilfe von intelligenten technischen Assistenzsystemen realisiert, standardisiert und optimiert werden“, erklärt Professor Steffen Leonhardt, Leiter des Philips-Lehrstuhls für Medizinische Informationstechnik und Sprecher des Konsortiums.

@ www.medit.hia.rwth-aachen.de

Unikliniken aus Aachen und Maastricht kooperieren

Chronisch entzündliche Darmerkrankungen wie Morbus Crohn sind derzeit nicht heilbar. Um die bisherigen Therapien zu verbessern, müssen die noch unbekannten Ursachen und Mechanismen der Erkrankungen untersucht werden. Im Rahmen des Forschungsverbundes „SysMedIBD“ entwickeln Wissenschaftler der Medizinischen Klinik III an der Uniklinik RWTH Aachen aktuell mit ihren niederländischen Kollegen der Universität Maastricht neue Biomarker. Das Vorhaben, an dem weltweit zwölf Institutionen beteiligt sind, wird von der Europäischen Union fünf Jahre lang mit zwölf Millionen Euro gefördert. Maastricht und Aachen erhalten insgesamt zwei Millionen Euro, um die diagnostischen Schritte zu vereinheitlichen und neue Biomarker für die Therapie zu entwickeln.

RWTH-Professoren beraten die Landesregierung zur Forschungsförderung

Unter den 18 neuen Mitgliedern der „Nordrhein-Westfälischen Akademie der Wissenschaften und der Künste“ befinden sich auch drei RWTH-Vertreter. Die Professoren Jochen Kreusel, Jun Okuda und Stefanie Reese beraten die Landesregierung künftig in Fragen der Forschungsförderung. Okuda ist seit 2003 Professor für Metallorganische Chemie, Reese ist seit 2009 Professorin für Angewandte Mechanik, und Kreusel ist seit 2000 Lehrbeauftragter für „Energiewirtschaft in liberalisierten Elektrizitätsmärkten“ sowie seit 2008 Honorarprofessor der RWTH Aachen.

Foto: NRW Akademie der Wissenschaften und der Künste

Willkommen im „Club“: Professor Hans Hatt (r.), Präsident der NRW-Akademie für Wissenschaften und Künste, begrüßt die RWTH-Professoren Jochen Kreusel (v. l.), Stefanie Reese und Jun Okuda als neue Mitglieder.

FIR sucht Unternehmen für gemeinsame Benchmarking-Studie

Das Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen sucht nach Partnerunternehmen, die sich an einer Benchmarking-Studie zum Thema „Lean Services“ beteiligen. Die Unternehmen bilden mit dem FIR ein Konsortium und vergleichen im Rahmen der Studie die Leistungsfähigkeit von 3.000 ausgesuchten Firmen im Bereich „Lean Services“. Dabei verfolgen sie das Ziel, bis September 2014 praktisch erprobte Erfolgskonzepte des Lean-Service-Managements aufzudecken. Basierend auf den Ergebnissen der breit angelegten Vergleichsstudie kürt das FIR fünf der besten Unternehmen, die von dem Konsortium einen Tag lang besucht werden.

i Ansprechpartner:
Projektleiter Maximilian Lukas
maximilian.lukas@fir.rwth-aachen.de

Ausgezeichnet: Leuchtende Bakterien machen Unbekanntes sichtbar

Zwei Biotechnologen des Forschungszentrums Jülich haben einen mit 2.000 Euro dotierten „Innovationspreis der BioRegionen in Deutschland“ verliehen bekommen. Georg Schendzielorz und Stephan Binder vom Institut für Bio- und Geowissenschaften wurden für ihre anwendungsorientierte Idee zum Thema „Sensoren für effizientere Biokatalyse“ ausgezeichnet. Hierbei können hochproduktive Mikroorganismen mittels Fluoreszenz zum Leuchten gebracht werden. Damit sind sie dann unter Milliarden von unproduktiven Zellen eindeutig zu erkennen. Sie lassen sich zudem in Hochgeschwindigkeit, das heißt mit einem Tempo von rund 50.000 Zellen pro Sekunde, analysieren und isolieren. Die neuen Technologien wurden zum Patent angemeldet, und verschiedene Industriepartner haben bereits ihr Interesse an der Nutzung des Verfahrens bekundet. Im Herbst 2013 wollen die beiden Preisträger die Firma „SenseUp“ als Start-up-Unternehmen aus dem Forschungszentrum Jülich heraus gründen.

Talfahrt mit Auftrieb

Aachener IT-Unternehmer finden im Silicon Valley neue Wagniskapital-Ideen – und ein anderes Unternehmerbild

Foto: © Michael Kaskin – Fotolia.com

Ab ins Tal: Aachener IT-Unternehmer haben im Silicon Valley Impulse für die deutsche Branche bekommen.

Nicht jede Talfahrt bedeutet gleichzeitig auch den Abschwung. Das haben die Aachener IT-Unternehmer Andera Gadeib und Dr. Oliver Grün bei ihrer Delegationsreise ins Silicon Valley erlebt. Für die Vorständlerin des Aachener Online-Marktforschungsinstituts Dialego AG und für den Präsidenten des Bundesverbands IT-Mittelstand e.V. (BITMi), Vorstand der GRÜN Software AG, war es weniger der technische Einblick in den Unternehmensalltag bei Google und Facebook oder bei Start-ups wie Jawbone oder Adroll, den sie als Ergebnis ihres fünftägigen USA-Trips mitbringen: Beide sprechen vor allem von einer ganz anderen Risikobereitschaft und einem fortschrittlichen Unternehmerbild aus Übersee, das auch Deutschland gut zu Gesicht stünde.

„Es gibt brauchbare Impulse für den IT-Mittelstand aus dem Silicon Valley", sagt Grün: „Besonders die neuartigen Finanzierungsmöglichkeiten ohne Abgabe der Firmenkontrolle bei Einstieg von Venture-Capital-Gebern sind auch für Deutschland sehr vielversprechend." Beeindruckt zeigte sich Grün vor allem aber vom „kreativen Geist der Vernetzung" und von der „Art und Weise, wie Chancen statt Probleme gesehen werden". Für den wirtschaftlichen Erfolg müsse es auch in Deutschland mehr Risikofreude geben: „Deutsche Unternehmer gelten als risiko-avers", ergänzt Gadeib: „Das ist ein Wirtschaftshemmnis, das wir uns auf Dauer nicht leisten können." Für mehr Offenheit habe man sich außerdem auf die Fahnen geschrieben, „in Deutschland die Erfahrung der etablierten Unternehmen mit den jungen besser zu vernetzen".

> *„Besonders die neuartigen Finanzierungsmöglichkeiten ohne Abgabe der Firmenkontrolle bei Einstieg von Venture-Capital-Gebern sind auch für Deutschland sehr vielversprechend."*
>
> *Dr. Oliver Grün, Präsident des Bundesverbands IT-Mittelstand e.V. und Vorstand der GRÜN Software AG*

Die Einblicke in US-Betriebe hätten gezeigt, dass starke Netzwerke ein Erfolgsgarant seien. „Wir Deutsche sind da leider immer noch sehr verhalten", sagt Gadeib: „Dabei hätten wir im Rheinland und speziell in Aachen doch das Talent dazu, auch viel stärker zu netzwerken. Ich bin überzeugt davon, dass unsere Region noch viel mehr Potenzial besitzt. Ich wundere mich, dass wir nicht mehr Digital-Gründungen hervorbringen."

Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler, der die Delegationsreise in die USA mit insgesamt 45 deutschen Start-up-IT-Unternehmen initiierte, hatte Gadeib und Grün zu Beginn des Jahres in den Beirat „Junge digitale Wirtschaft" des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) berufen. Grün steht als Präsident des Bundesverbands IT-Mittelstand an der Spitze des einzigen IT-Fachverbands, der ausschließlich mittelständische Interessen vertritt. Im BITMi sind neben direkten Mitgliedern auch dem BITMi assoziierte Verbände zusammengeschlossen. Der Verband repräsentiert damit die Interessen von mehr als 800 mittelständischen IT-Unternehmen in Deutschland mit einem Umsatzvolumen von mehreren Milliarden Euro.

NACHGEFRAGT

„Zum Wagnis gehört auch die Möglichkeit des Scheiterns"

Foto: Dialego AG

Andera Gadeib, Vorstand der Dialego AG

WN: Delegationsreisen gelten nicht immer als fruchtbar. Haben Sie für sich etwas Brauchbares aus den USA mitgebracht?

Gadeib: Ein erklärtes Ziel der Reise war es, Kontakte zur US-Szene für Risikokapital herzustellen. Spricht man mit Kapitalgebern vor Ort, dann kommt als erste Assoziation: Deutschland ist schwierig – zu viele Regularien, komplizierte Steuergesetze. Aber gleich danach kommt auch: Produkte oder Software „Made in Germany" stehen für ausgesprochen gute Qualität. In den USA gibt es die „Goldrush"-Mentalität – die Goldgräber-Stimmung. Hier glaubt jeder daran, dass er es schaffen kann. Das würde auch uns Deutschen gut tun, und aus dieser Erkenntnis lässt sich eine Menge mitnehmen.

WN: Dabei muss sich die Region Aachen ja nicht gerade verstecken, wenn es um „Vorreiterrollen" geht.

Gadeib: Das stimmt. Es gibt positive Beispiele in unserer Region. Ohne die ehrgeizigen Teams, die immer daran geglaubt haben, hätten wir keine Elite-Universität und kein Elektro-Auto in Aachen. Und der Gründerwettbewerb AC² zeigt Jahr für Jahr, welche spannenden Unternehmensgründungen aus der Region kommen. Zum Wagnis gehört aber auch das Scheitern. Und hier brauchen wir noch mehr Toleranz. In den USA genießt ein Unternehmer, der schon mal gescheitert ist, ein höheres Ansehen als bei uns. Man glaubt ihm, dass er es beim nächsten Mal schafft, weil er aus dem Scheitern gelernt hat. Hierzulande sind gescheiterte Unternehmer viel zu schnell „unten durch". Das muss sich ändern.

WN: Ein Plädoyer für mehr Zuversicht?

Gadeib: Auf jeden Fall. In unserem Beirat „Junge Digitale Wirtschaft" haben wir uns bereits eine Aktion vorgenommen: eine Tour junger Unternehmer in die Schulen, um Mut zu machen. Wir wollen von den Unternehmensgründungen erzählen und ein wenig „Du kannst es schaffen"-Mentalität verbreiten. Das Beste an der Delegationsreise war die Verbundenheit, die wir in fünf gemeinsamen Tagen entwickelt haben, der gemeinsame Stolz auf die vielen Unternehmen, die auch Deutschland schon hervorgebracht hat. Daran müssen wir anknüpfen!

VALERES
Industriebau GmbH

International 500.000 m² pro Jahr…
Das heißt für Sie: beste Preise
und ein erfahrener Partner.

Kostenbewusstsein, garantierte Qualität und schnelle Umsetzung machen uns zum idealen Partner für den Bau Ihrer Gewerbe-Immobilie. Gerne erstellen wir Ihnen unverbindlich ein maßgeschneidertes Angebot. Rufen Sie uns an!

VALERES Industriebau auch in den Niederlanden, Frankreich, Luxemburg und Belgien

VALERES Industriebau GmbH
Karl-Carstens-Straße 11
52146 Würselen
Fon 02405-449 60
Fax 02405-938 23
info@valeres.de
www.valeres.de

Förder-Werk: Nach 25 Jahren und 150 Finanzierungen zieht die S-UBG eine positive Bilanz

Die S-UBG Gruppe, Beteiligungsgesellschaft der Sparkassen im Raum Aachen, Krefeld und Mönchengladbach, feiert ihr 25-jähriges Bestehen. 1988 steckte das Beteiligungsgeschäft in Deutschland noch in den Kinderschuhen. „Wir hatten zehn Millionen D-Mark, die investiert werden sollten", sagt S-UBG-Vorstand Harald Heidemann, „aber wir alle mussten das Geschäft erst lernen." Das sei auch auf Seiten der Unternehmer der Fall gewesen: „Wer damals einen Investor zu sich holte, galt als schwach – heute ist es umgekehrt", sagt Heidemann: „Beteiligungen sind für den Mittelstand ein alltägliches Finanzierungsinstrument." In einem Vierteljahrhundert hat die S-UBG-Gruppe in mehr als 150 Unternehmen investiert. Einige der finanzierten Bertriebe sind heute eng mit der regionalen Wirtschaftsgeschichte verbunden – etwa die 2002 mitgegründete devolo AG, die Dr. Babor GmbH & Co. KG, die mit Expansionskapital der S-UBG zum deutschen Marktführer für die Herstellung professioneller Kosmetik wurde, und die Quip AG, die jüngst durch die Übernahme des Bombardier-Werks 270 Arbeitsplätze in der Region gesichert hat. Neben den etablierten mittelständischen Betrieben realisieren auch immer mehr junge Unternehmen und Gründungsvorhaben ihre Pläne mit Beteiligungskapital der S-UBG-Gruppe – zum Beispiel die Vimecon GmbH aus Herzogenrath, Gewinner der internationalen Auszeichnung „The World's Most Promising Life Science Technology Company", und die antibodies-online GmbH als international führender Internetmarktplatz für Wissenschaftler. Heute erwirtschaften die 40 Partnerunternehmen der S-UBG-Gruppe mit rund 4.000 Mitarbeitern einen Umsatz von zirka 500 Millionen Euro.

Foto: S-UBG AG

II **Bringen Bewegung in die Wirtschaftsregion: Die S-UBG-Vorstände Bernhard Kugel (l.) und Harald Heidemann (2. v. r.), Gastredner und Verhandlungsexperte Matthias Schranner (2. v. l.) und S-UBG-Aufsichtsratsvorsitzender Professor Dr. Herbert Schmidt.**

Hans H. Süthoff feiert seinen 60. Geburtstag

Hans Henri Süthoff, langjähriges Vollversammlungsmitglied der Industrie- und Handelskammer Aachen, hat sein 60. Lebensjahr vollendet. Seit 2006 gehört er diesem Gremium ebenso wie dem Industrie- und Technologieausschuss der IHK Aachen an. Nach Abschluss seines Studiums an der RWTH Aachen blieb der diplomierte Bauingenieur der Region treu. Zunächst war er vier Jahre lang im Ingenieurbüro Dr.-Ing. Karl Kutsch GmbH Aachen/Düren tätig. Süthoff absolvierte in dieser Zeit ein berufsbegleitendes Aufbaustudium der Wirtschaftswissenschaften an der RWTH Aachen. Als Gründungsgesellschafter des Planungsbüros BFT GmbH vollzog er 1983 den ersten Schritt in die Selbstständigkeit. Zunächst war Süthoff von 1984 bis 1986 Gesellschafter und Prokurist. Seit 1986 ist er geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Außerdem ist er seit 2000 geschäftsführender Gesellschafter der BFT COGNOS GmbH. Darüber hinaus ist Süthoff Mitglied der Ingenieurkammer des Landes Nordrhein-Westfalen und des Landes Brandenburg.

Die Euregio-Wirtschaftsschau zieht vom Bendplatz in die Soers

Die jedes Jahr mit rund 150.000 Gästen gut besuchte „Euregio Wirtschaftsschau" findet in ihrer 28. Auflage ein neues Zuhause. Vom 14. bis 23. März 2014 zieht die Messe auf das CHIO-Gelände. Als Grund für den Wegfall des bisherigen Standorts der Wirtschaftsschau auf dem Aachener Bendplatz gilt der Verlust der Pkw-Parkplätze auf dem Areal des Westbahnhofs. Das neue Veranstaltungsgelände soll den Besuchern und den rund 400 Ausstellern neben den vielen Parkmöglichkeiten auch eine bessere Verkehrsanbindung bieten. Neu soll im kommenden Jahr nicht nur der Standort der Messe sein: Laut eigenen Angaben wollen die Veranstalter künftig die Aachener Wirtschaft stärker als Aussteller einbeziehen und die Messe mit neuen Sonderthemen, einem Bühnenzelt und dem großen Freigelände aufwerten.

Öffentliche Finanzierung: Banken beraten Existenzgründer

Experten der „NRW.Bank" und der Bürgschaftsbank NRW beraten Existenzgründer und Jungunternehmer zu individuellen Fragen rund um das Thema öffentlicher Förderprogramme. Der nächste Termin findet am Mittwoch, 21. August, von 9.15 bis 17 Uhr in der IHK Aachen statt, die auch die Anmeldungen entgegennimmt.

i IHK-Ansprechpartnerin:
Lydia E. Kim
Tel.: 0241 4460-104
recht@aachen.ihk.de

Regionalmarke Eifel entwickelt Online-Karte

Die Regionalmarke Eifel hat eine neue interaktive Karte online gestellt. Mit ihrer Hilfe sollen Verbraucher, Urlauber und alle sonstigen Eifel-Interessierten mit wenigen Klicks Gastgeber, Produzenten und Marketing-Kooperationspartner lokal und regional aufspüren können. Auf Wunsch visualisiert die Karte das Suchergebnis auch nach Landkreisen.

„Aufbruch"-Stimmung für Gründermesse

Foto: GründerRegion Aachen

II **In „Aufbruch"-Stimmung: Die Organisatoren der Gründermesse um Helmut Etschenberg (Städteregion Aachen) (v. l.), Ingo Klein (Stadt Herzogenrath), Nicole Tomys (Handwerkskammer Aachen), Michael F. Bayer (GründerRegion Aachen und Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen), Gerti Steffens (Städteregion Aachen), Axel Friese (TPH GmbH) und Monika Hennes (GründerRegion Aachen).**

Für die diesjährige Gründermesse „Aufbruch – Das Forum für junge Unternehmen" öffnet der Technologie-Park Herzogenrath (TPH) am Freitag, 12. Juli, von 14 bis 19 Uhr seine Pforten. Das Programm richtet sich sowohl an Existenzgründer und junge Unternehmer, die sich zunächst unverbindlich informieren wollen, als auch an Gäste, die eine konkrete Finanzierungsfrage klären, einen Vortrag zum Thema Unternehmensnachfolge besuchen oder Kontakte knüpfen möchten. Ein Beratungsparcours wartet mit Kurzberatungsterminen für individuelle Fragen, und mehr als 40 Einrichtungen informieren zu allgemeiner Gründungsberatung, Netzwerken, Standort, Gründungen aus der Hochschule, Branchen, Marketing, Personal, Recht und Steuern, Finanzierung und Förderung sowie Versicherung und Vorsorge. Die Besucher erwartet neben insgesamt neun Fachvorträgen auch eine Visitenkartenbörse, die neue Geschäftskontakte vermitteln soll. Neu im Programm: Mehrere Schülerfirmen aus der Region stellen ihre jungen Geschäftsideen vor. „Angesichts der Auswirkungen des demografischen Wandels müssen wir das Thema Unternehmertum und Existenzgründung möglichst früh als attraktive berufliche Alternative etablieren", sagt IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer in seiner Rolle als Geschäftsführer der GründerRegion Aachen. Ein Messekatalog bietet einen Überblick über die Aussteller, Referenten, Vortragsinhalte und Kurzberatungen.

@ www.gruenderregion.de/aufbruch

i Information und Anmeldung:
GründerRegion Aachen
Tel.: 0241 4460-350

Mitgliederzahl im Verband der regionalen Einkäufer steigt

Der Aachener Regionalverband des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) hat in den vergangenen fünf Jahren einen großen Mitgliederzuwachs erfahren. Aus dem Bezirk der IHK Aachen sei die Zahl der BME-Mitglieder um 30 auf mittlerweile 140 Unternehmen aller Größenordnungen angestiegen, teilt der Verband mit. Die Aachener Gruppe leiste einen entscheidenden Beitrag zur Zusammenarbeit mit belgischen und niederländischen Kollegen in der Euregio. Angesichts des Potenzials der Region etwa durch RWTH-Ausgründungen erwartet der örtliche Verband einen weiteren Anstieg seiner Mitgliederzahlen. Der Aachener BME-Regionalverband wurde vor 25 Jahren mit dem Ziel gegründet, ein Branchennetzwerk zur gemeinsamen Interessendurchsetzung, Qualifikation und Weiterbildung aufzubauen. Geleitet wird er seit 2006 von Hardy Creutz aus Stolberg-Breinig, Abteilungsleiter Einkauf/Materialwirtschaft bei Regionetz, einem Tochterunternehmen der EWV Energie und Wasserversorgung Stolberg. Das BME-Programm sei offen für Nichtmitglieder, betont der Verband.

@ www.bme.de/aachen

Verschiedene Blickrichtungen, gemeinsame Ziele

IRR-Beirat will Existenzgründer, Verkehrs- und Bildungsprojekte fördern

Foto: IRR/Frank Hormann

II Engagiert in jede Richtung: Die IRR um Geschäftsführer Jürgen Drewes (r.) und Beiratsvorsitzenden Dr. Günther Horzetzky hat Projekte für zentrale Entwicklungspfade des Rheinischen Reviers beschlossen.

Der Beirat der Innovationsregion Rheinisches Revier (IRR) unter Vorsitz von Staatssekretär Dr. Günther Horzetzky hat Projekte für zentrale Entwicklungspfade des Rheinischen Reviers beschlossen. Dazu zählen ein Handlungskonzept zur Stärkung der rheinländischen Aktivitäten bei der Gründungsförderung, ein Forderungskatalog zu Verkehrs- und Infrastrukturmaßnahmen im Rheinischen Revier und eine Pilotstudie zur internetbasierten Vernetzung von Berufsschulen, Schülern und Unternehmen – die sogenannte Bildungscloud. „Diese Beschlüsse zeigen, dass wir in der Strukturpolitik über Partei-, Institutions- und Regionsgrenzen hinweg gemeinsame Ziele erreicht haben", sagte IRR-Geschäftsführer Jürgen Drewes.

Die hohe Dynamik der Existenzgründer soll durch rheinlandweit gebündelte Gründungsaktivitäten, einen Fonds zur Frühphasenfinanzierung und spezialisierte Technologie- und Innovationszentren verstärkt werden. In diesen „Inkubatoren" sollen besonders wachstumsstarke Gründungsvorhaben aus dem Rheinland von der sehr frühen Entwicklungsphase bis hin zur Marktreife Unterstützung finden. „Das Rheinland kann sich damit weiter als Gründungshochburg und Hightech-Mittelpunkt Europas positionieren", sagte Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen. Im Hinblick auf den Bundesverkehrswegeplan 2015 hat der Beirat ein Maßnahmenpaket mit den wichtigsten Verkehrs- und Infrastrukturprojekten im Rheinischen Revier verabschiedet. Dazu zählen die Ertüchtigung des Kölner Eisenbahnknotens und der Lückenschluss der A1 zwischen Blankenheim und Kelberg.

Pilotstudie „Bildungscloud"

Im Rahmen der Pilotstudie „Bildungscloud" will die IRR die Schulträger dabei unterstützen, Lernprogramme und IT-Dienstleistungen „in einer sicheren Wolke" im Internet zur Verfügung zu stellen. „Das Projekt soll vor allem Berufskollegs im ländlichen Raum dabei helfen, einen hochwertigen Unterricht zu gestalten", erklärte Regierungspräsidentin Gisela Walsken. Zudem solle das Projekt den Unternehmen des Rheinischen Reviers eine wohnortnahe Beschulung ihrer Auszubildenden sichern.

@ www.rheinisches-revier.de

INFO

Verwaltungsrat und Beirat der IRR bekommen Verstärkung

Im Rahmen der IRR-Frühjahrssitzung ist Hans-Jürgen Petrauschke (Landrat Rhein-Kreis Neuss) zum stellvertretenden Vorsitzenden der Innovationsregion gewählt worden. Er tritt die Nachfolge von Werner Stump an, der Ende Juni als Landrat des Rhein-Erft-Kreises zurücktreten wird. Als neue Beiratsmitglieder wurden Jürgen Nimptsch (Oberbürgermeister der Bundesstadt Bonn), Michael F. Bayer (Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen), Peter Knitsch (Staatssekretär im NRW-Umweltministerium), Dr. Gregor Bonin (Dezernent für Planen und Bauen in der Landeshauptstadt Düsseldorf), und Kurt Vetten (Geschäftsführender Gesellschafter der SME Management GmbH) berufen. Ende 2012 waren bereits Dr. Beate Wieland (Leiterin der Abteilung „Forschung und Technologie" im NRW-Wissenschaftsministerium), Gunther Adler (Staatssekretär im NRW-Verkehrsministerium), Karl-Heinz Merfeld (Leiter der Kölner Wirtschaftsförderung) und Oliver Bayer (Mitglied des NRW-Landtags) in den Beirat aufgenommen worden.

Wann sich Leasing lohnt

Wer in regelmäßigen Abständen einen neuen Wagen fahren will, aber nicht die volle Summe auf einen Schlag aufbringen kann oder möchte, weil etwa das Haus abbezahlt werden und der Lebensstandard nicht zu sehr eingeschränkt werden soll, für den ist neben der Finanzierung das Auto-Leasing interessant. Immerhin ist der durchschnittliche Neuwagenpreis in Deutschland im vergangenen Jahr auf knapp 26.000 Euro geklettert. Warum also nicht den Traumwagen, die schmucke Limousine, den praktischen Kombi oder das flotte Cabrio nur für den Zeitraum der Nutzung leihen?

Die schon in den 50er Jahren des vorherigen Jahrhunderts in den USA eingeführte Form der Fahrzeugnutzung ist in den vergangenen Jahren immer beliebter geworden. Und das nicht nur bei Firmen, die beim Kfz-Leasing in den Genuss steuerlicher Vorteile kommen, sondern auch bei Privatpersonen.

Zu diesem Verfahren gehören in der Regel drei Beteiligte: der Leasingnehmer, der das Fahrzeug „mietet", der Leasinggeber (eine Bank) und das Autohaus, das das Leasing-Auto bereitstellt. Leasing wird in der Regel nur für Neufahrzeuge angeboten. Dabei kann die Ausstattung individuell zusammengesetzt werden. Da Leasing-Autos in großen Mengen eingekauft werden, werden große Rabatte eingeräumt, die dann durch günstige Leasing-Raten an den Endkunden weitergegeben werden können. Zudem gibt es inzwischen eine Reihe von individuellen Leasing-Paketen, die bestimmte Gegebenheiten besser berücksichtigen als nur ein Leasing-Modell. Bei vielen Händlern gibt es noch zusätzliche Service-Leistungen wie etwa die Übernahme der Inspektionskosten oder eine spezielle Mobilitätsgarantie, die für mehr Sicherheit beim Autofahren sorgt. Bei einem Neuwagen kann sich der Kunde zudem sicher sein, dass der Wagen unfallfrei ist.

Beim Leasing gibt es große Preisunterschiede – also gehört auch hier wie bei jeder größeren Anschaffung der Vergleich von mehreren Angeboten zu den selbstverständlichen Pflichten des Interessenten. Dass die Angebote so stark differieren können, ergibt sich auch aus der komplizierteren Berechnung der Leasing-Rate. Während zum Beispiel bei der Finanzierung zur Ermittlung der Kreditrate nur Zins und Tilgung herangezogen werden, weist die Leasing-Rate einige Komponenten mehr auf: Monatlicher Anteil des Anschaffungspreises minus Anzahlung und Restwert, Wertverlust-Ausgleich während der Laufzeit plus Zinsen, Verwaltungskosten, Gewerbeertragssteuer und Gewinn des Vertragspartners. Schon die Höhe der Anzahlung führt zu großen Unterschieden bei den Raten. Hier gilt: je höher die Anzahlung, desto günstiger die monatlichen Leasing-Raten. Grundsätzlich gibt es zwei Arten des Leasings: Am genauesten sind Kilometerverträge. Sie legen Laufzeit und voraussichtliche Kilometerleistung fest. Danach kann das Auto ohne weitere Zuzahlungen zurückgegeben werden. Mehr oder weniger zurückgelegte Kilometer werden zu einem im Voraus festgelegten Satz abgerechnet. Der Händler trägt das Risiko des Restwertes, er muss den Wagen unabhängig vom Zeitwert annehmen. Während diese Variante heute von den Hersteller-Leasinggesellschaften überwiegend angeboten wird, gibt es noch eine zweite Möglichkeit: Dabei wird ein bestimmter Restwert festgelegt, der aber deutlich vom Zeitwert abweichen kann, der am Ende der Laufzeit ermittelt wird. Die Differenz muss vom Leasingnehmer ausgeglichen werden. Gerade in Zeiten stark sinkender Gebrauchtwagenpreise kann das teuer werden.

Kraftaufwand im Schlagloch-Land

NRW-Verkehrskongress: IHKs drängen bei Politikern auf eine baldige Lösung

Foto: DIHK

II Die Infrastruktur verliert an Struktur: Beim NRW-Verkehrskongress haben die nordrhein-westfälischen IHKs deshalb die Politik in die Pflicht genommen.

Sie sind massenhaft marode: Straßen, Brücken und Bahnlinien in NRW müssen dringend saniert werden. Das aber kostet viele Milliarden Euro. Woher soll dieses Geld kommen? Die nordrhein-westfälische Wirtschaft will „unter allen Umständen verhindern, dass die dringend notwendige Sanierung der Verkehrsinfrastruktur auf die lange Bank geschoben wird". Paul Bauwens-Adenauer, Präsident der IHK NRW, appellierte beim IHK-Verkehrskongress in Düsseldorf an die anwesenden Bundes- und Landespolitiker, die Finanzierungsfrage trotz der anstehenden Bundestagswahl nicht für parteipolitisches Gerangel zu nutzen. „Dafür ist die Situation zu ernst", betonte der Unternehmer vor mehr als 200 Teilnehmern und drängte auf einen „Rettungspakt zum Erhalt der Verkehrsinfrastruktur". Nach der Sommerpause rechne er mit einem konkreten Handlungs- und Finanzierungskonzept von Seiten der Politik. NRW-Verkehrsminister Michael Groschek will indes den Güterverkehr stärker in die Pflicht nehmen.

„Der Güterverkehr muss mehr zur Finanzierung seiner Verkehrswege beitragen."
Michael Groschek, NRW-Verkehrsminister

Auch der Minister sieht die Infrastruktur „heute in einem Zustand, der die Leistungsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland gefährdet". Unter dem Motto „Wir reparieren Deutschland" wolle er deshalb „alle Kräfte bündeln, um die zusätzlichen Mittel für unsere Hauptaufgabe in den kommenden Jahren" aufzubringen. „Nach Feststellung der Verkehrsministerkonferenz sind das 7,2 Milliarden Euro jährlich", sagte Groschek. Bei der Finanzierung wolle der Minister aber „dem Verursacherprinzip mehr Wirkung verschaffen": Je nach Bauart und Gewicht verschleiße ein einziger Lkw die Straße bis zu 40.000 Mal stärker als ein Pkw. Zudem werde der Internet-Handel zu wachsenden Lieferverkehren führen. „Der Güterverkehr muss deshalb mehr zur Finanzierung seiner Verkehrswege beitragen", sagte Groschek.

„Das Verkehrsgewerbe wird auch weiterhin seinen Beitrag zur Finanzierung der Infrastruktur leisten", erwidert Michael F. Bayer: „Es ist aber in keiner Weise zielführend, diese Branche zum Sündenbock für unsere marode Verkehrsinfrastruktur zu machen", betont der Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen. Zum einen transportiere das Gewerbe die Waren, die der Verbraucher bestelle, „und zum anderen hat die Politik die Bedeutung der Infrastruktur leider viel zu spät wahrgenommen: Wir sind jahrelang auf Verschleiß gefahren – dadurch wird es jetzt viel teurer." Derzeit würden zusätzliche Finanzmittel in Milliardenhöhe benötigt. Die Wirtschaft werde eine etwaige Mauterhöhung jedoch nur akzeptieren, wenn die Mittel ausschließlich zweckgebunden verwendet würden und zusätzliche Mauteinnahmen nicht durch Kürzungen an anderer Stelle des Verkehrshaushalts wieder verlorengingen. „Der Verkehrshaushalt muss endlich in angemessener Höhe aufgestockt werden. Anderenfalls gefährden wir den Wirtschaftsstandort Deutschland – und diese Quittung wird dann noch viel teurer", mahnt Bayer.

„Das Verkehrsgewerbe wird auch weiterhin seinen Beitrag zur Finanzierung der Infrastruktur leisten. Es ist aber in keiner Weise zielführend, diese Branche zum Sündenbock für unsere marode Verkehrsinfrastruktur zu machen."
Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen

Vor allem der besorgniserregende Zustand vieler Straßen und Brücken erfordere einen „schnellen Schulterschluss zwischen Bund und Ländern bis in die Chef-Etage", sagte Bauwens-Adenauer beim Verkehrskongress. Von den rund 50 Milliarden Euro, die der Bund jedes Jahr durch die Mineralöl- und Mehrwertsteuer plus Lkw-Maut einnehme, fließe nur ein kleiner Teil von knapp zehn Milliarden Euro zurück in Reparatur und Ausbau der Bundesverkehrswege – „und dies, obwohl die Gesamtsteuereinnahmen des Staates in den vergangenen zehn Jahren fast durchgängig gewachsen sind".

„Nordrhein-Westfalen hat eine hervorragend ausgebaute Infrastruktur. Aufgrund der hohen Belastung benötigt NRW neben dem Ausbau vor allem für den Erhalt der bestehenden Infrastruktur mehr Mittel. Dafür wird der Bund sorgen."
Enak Ferlemann, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesverkehrsministerium

Experten schätzen den über die bereits bekannten Planungen hinausgehenden Aufwand allein für Ersatz und Reparatur in den kommenden 15 Jahren auf 7,2 Milliarden Euro jährlich. Wie groß der Bedarf ist, habe man verkannt, räumt Enak Ferlemann als Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesverkehrsministerium ein. Immerhin investiere der Bund aber jedes Jahr zehn Milliarden Euro in Unterhalt, Ausbau und Neubau von Verkehrswegen. „Nordrhein-Westfalen hat eine hervorragend ausgebaute Infrastruktur. Aufgrund der hohen Belastung benötigt NRW neben dem Ausbau vor allem für den Erhalt der bestehenden Infrastruktur mehr Mittel", sagte Ferlemann: „Dafür wird der Bund sorgen."

Derzeit werden die Weichen für den neuen Verkehrswegeplan gestellt, der den Zeitraum von 2015 bis 2030 abdecken soll. Der Staatssekretär geht davon aus, dass die jährlichen Bundesmittel für die Infrastruktur dann auf 15 Milliarden Euro aufgestockt werden. Das wäre ein Drittel an regulären Mitteln mehr als bislang. Der neue Plan lege den Schwerpunkt auf Ersatzinvestitionen und Lückenschlüsse. „Nordrhein-Westfalen", sagt Ferlemann, „zählt dann zu den Gewinnern."

Unter Mitwirkung von Jürgen Grosche

IHK-Ansprechpartnerin:
Monika Frohn
Tel.: 0241 4460-102
monika.frohn@aachen.ihk.de

INFO

„Wege für morgen": Das IHK-Jahresthema befasst sich mit dem Erhalt der Infrastruktur

Mit dem Jahresthema „Infrastruktur – Wege für morgen" setzt sich die IHK unter anderem für die Sanierung von Straßen und Brücken für den Personen- und Güterverkehr ein, da die für Verkehrswege eingesetzten Finanzmittel weit hinter dem Bedarf zurückliegen. Zwar nimmt der Bund aus dem Straßenverkehr über Steuern und Lkw-Maut jährlich rund 47 Milliarden Euro ein, die Mittel für den Ausbau und den Erhalt der Verkehrsinfrastruktur sind aber seit vielen Jahren unzureichend. Die Substanz verfällt, und die Erweiterung der Kapazität hält nicht mit dem Verkehrswachstum Schritt. Die Infrastruktur wird damit den Anforderungen von Wirtschaft und Bevölkerung immer weniger gerecht. Das Aufschieben von Reparaturen und Sanierungsarbeiten führt am Ende sogar zu höheren Kosten.

www.wege-fuer-morgen.de

Erfolgreicher Führungsstil im Grünen

Nationalpark-Umfrage ergibt: Viele Übernachtungsgäste, mehr Besucher aus Benelux und gute Noten für die Ranger

II Gut gegangen: Die Ranger des Nationalparks Eifel haben für ihre Kompetenz und Freundlichkeit Bestnoten bekommen.

Foto: Nationalparkverwaltung Eifel

Die Gäste des Nationalparks Eifel haben den Rangern der Parkwacht für deren fachliche und soziale Kompetenz Bestnoten erteilt. Das ist eines der Resultate einer Besucherbefragung zu den Ranger-Touren im Nationalpark Eifel aus dem vergangenen Jahr. 441 von insgesamt 9.612 Gästen, die bei einer der neun regulären Ranger-Touren oder bei einer speziellen Thementour das Großschutzgebiet kennengelernt hatten, nahmen an der standardisierten Online-Befragung teil.

Die Besucher beschrieben die Ranger als „informativ, freundlich, kompetent und engagiert". Darüber hinaus empfanden 99 Prozent die Existenz des Nationalparks Eifel als wichtig oder sehr wichtig. Bei der Abfrage nach der Herkunft der Gäste zeigte sich, dass sich die Zahl der Teilnehmer aus den Beneluxländern seit 2008 – wenngleich auf niedrigem Niveau – nahezu verdoppelt hat. Mit 82 Prozent stammen die meisten Gäste aber noch immer aus Nordrhein-Westfalen; elf Prozent kommen aus dem übrigen Deutschland. Zudem steigt der Anteil der Teilnehmer, die in der Nationalparkregion wohnen: 2005 waren es sieben Prozent, im vergangenen Jahr 44 Prozent. Nahezu jeder zweite Teilnehmer der Ranger-Touren ist laut der Statistik außerdem ein Übernachtungsgast. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 3,5 Tage. Mit den Befragungen verfolgt die Nationalparkverwaltung das Ziel, ihre Angebote zu verbessern. Neben dem Wunsch nach mehr Spezialthementouren und Tourenbeschreibungen wurde auch der Bedarf nach verbesserten ÖPNV-Anbindungen zu den Angebotsorten deutlich.

Insgesamt befragte die Nationalparkverwaltung die Besucher zum fünften Mal nach deren Zufriedenheit. Füllten die Befragten von 2004 bis 2006 und im Jahr 2008 noch Erhebungsbögen im Anschluss an Führungen aus, gibt es seit 2012 ein Online-Formular. Nach ihren Touren verteilen die Ranger Postkarten mit einem Hinweis auf die Befragung und bitten die Besucher zur Teilnahme.

@ www.nationalpark-eifel.de

NRW-Tourismus: Eifel und Region Aachen zählen zu den Gewinnern im ersten Quartal des laufenden Jahres

Im ersten Quartal des Jahres 2013 haben mehr als 4,3 Millionen Gäste die nordrhein-westfälischen Beherbergungsbetriebe (mit mindestens zehn Gästebetten und auf Campingplätzen) besucht. Die Betriebe zählten in dieser Zeit insgesamt rund 9,9 Millionen Übernachtungen. Wie Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) als Statistisches Landesamt mitteilt, nahm die Besucherzahl damit im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres um 2,6 Prozent und die Zahl der Übernachtungen um 1,5 Prozent ab.

Bei den Gästen aus dem Ausland stieg die Zahl der Ankünfte um 1,5 Prozent auf 960.000, während die der Übernachtungen um 1,6 Prozent auf zwei Millionen zurückging. Einen Rückgang gab es auch bei den Gästen aus dem Inland (minus 3,7 Prozent auf 3,4 Millionen) und deren Übernachtungen (minus 1,5 Prozent auf 7,9 Millionen). Die Eifel und die Region Aachen verbuchten im Gegensatz zu den meisten anderen Regionen jedoch positive Zahlen: Hier stieg die Summe der Gäste um 0,5 Prozent und die Statistik der Übernachtungen um 1,7 Prozent.

Ausgezeichnet: Die Nordeifel Tourismus GmbH bietet auch weiterhin „ServiceQualität Deutschland"

Die Nordeifel Tourismus GmbH mit ihrem Geschäftssitz in Kall und dem Nationalpark-Tor Gemünd als Außenstelle ist erneut als Qualitätsbetrieb „ServiceQualität Deutschland" ausgezeichnet worden. Das vom Tourismus NRW e.V. verliehene Siegel ist bei jährlicher Kontrolle für weitere drei Jahre bis April 2016 gültig. Ziel der Initiative ist es, die touristischen Anbieter und Dienstleister dabei zu unterstützen, die eigene Servicequalität zu verbessern. Die Nordeifel Tourismus GmbH hat daraufhin unter anderem ihr Beschwerdemanagementsystem überarbeitet und stellt sich Betrieben – touristischen Leistungsträgern und sonstigen Dienstleistern, die sich für die Initiative „ServiceQualität Deutschland" interessieren – als Ansprechpartner zur Verfügung.

Weg-Ruf aus alten Zeiten: Römerstraßen sollen zu Freizeitrouten wiederbelebt werden

Die früheren römischen Transportwege „Via Belgica" von Köln über Heerlen und Maastricht an die französische Kanalküste und Agrippa-Straße von Köln über Trier nach Lyon sollen auf deutschem Terrain zu einer Wander- und Fahrradroute ausgebaut werden. Das berichten Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten. Daran, dass die Römer dort einst ihre Waffen und Waren beförderten, sollen künftig 80 archäologische Baudenkmäler und entsprechende Info-Punkte entlang der insgesamt rund 170 Kilometer langen Strecke erinnern, von der 70 Kilometer auf die „Via Belgica" entfallen, berichten die beiden Zeitungen. Rund 7,5 Millionen Euro soll die historische Wander- und Fahrradroute kosten; sechs Millionen Euro kommen aus dem europäischen Fonds für regionale Entwicklung und aus dem Städtebauprogramm des Landes NRW, und 1,5 Millionen Euro sollen die 18 beteiligten Kommunen aufbringen, darunter aus dem IHK-Bezirk Übach-Palenberg, Baesweiler, Herzogenrath, Aldenhoven, Jülich und Niederzier entlang der „Via Belgica" sowie Zülpich, Mechernich, Kall, Nettersheim, Blankenheim und Dahlem entlang der Agrippa-Straße. Koordinator des Projekts ist der Landschaftsverband Rheinland (LVR). In Nettersheim beispielsweise ist ein archäologischer Landschaftspark geplant, und Ausflugsziele wie das Zülpicher Museum für Badekultur und der Stadtkern von Bad Münstereifel sollen in den Blickpunkt gerückt werden. Alle Maßnahmen an der Erlebnisroute Römerstraße zwischen Dahlem und Herzogenrath sollen im Frühjahr 2014 abgeschlossen sein.

II Lang ist's Heer: Wo die Römer einst Waffen und Waren transportierten, sollen auf der „Via Belgica" und der Agrippa-Straße bis zum kommenden Jahr Freizeitrouten entstehen.

JUBILÄEN - 25 Jahre

- Klaus Peter Ahrens, Aachen
- Mauritius Apotheke Anneliese Frings, Weilerswist
- Bernhard Josef Hammers, Aachen
- Horst Hausmanns, Selfkant
- KSK Industrielackierungen GmbH & Co. KG, Geilenkirchen
- Rolf Walter Steven, Eschweiler
- Roger Franz Josef Thomas, Hotel Buschhausen, Aachen

„Kohl automobile" ist neuer Jaguar-Partner in Aachen

Aachen. Die „KOHL automobile GmbH" ist neuer Handelspartner der britischen Traditionsmarke Jaguar für den Großraum Aachen und Düren. Zum Start der Kooperation schafft das Unternehmen nach eigenen Angaben sechs neue Arbeitsplätze in Verkauf und Service. Mittelfristig erwarte das Autohaus weiteres Wachstum. Zudem ist die KOHL-Gruppe in München für herausragende Ergebnisse im Werkstatttest der BMW-Group ausgezeichnet worden. Mit den Filialen in Eschweiler, Heinsberg, Bergheim und Grevenbroich gehört die KOHL-Gruppe zu den 134 Service-Betrieben, die im vergangenen Jahr mit einem Gesamtergebnis von 100 Prozent überzeugten. Die BMW-Group testet jedes Jahr die Service- und Werkstattqualität der BMW-Handelsbetriebe und Service-Stützpunkte. Der Service-Test 2012 wurde dabei an den ADAC, die DEKRA und den TÜV Süd übertragen.

Saint-Gobain-Personaldirektor wird Verbandspräsident auf Bundesebene

Aachen. Reinhard C. Runte ist zum Präsidenten des Bundesarbeitgeberverbandes Glas und Solar e. V. ernannt worden. Der Personaldirektor Deutschland der Saint-Gobain Glass Deutschland GmbH folgt damit auf Thomas Kretschmann. Der HR Director North & Central Europe bei NSG Pilkington hatte das Amt für die Zeit der vergangenen sechs Jahre inne.

Wirtschaftstag in Hamburg: Vimecon-Chef gewährt betriebliche Einblicke in US-Expansion

Hamburg/Aachen. Dr. Kai Markus hat als Geschäftsführer der Vimecon GmbH mit Hauptsitz in Aachen beim Deutsch-Amerikanischen Wirtschaftstag in Hamburg über die Erweiterung seines Unternehmens in die USA berichtet. Die Gemeinschaftsveranstaltung der „Germany Trade and Invest" (GTAI), der Handelskammer Hamburg und der Deutsch-Amerikanischen Auslandshandelskammern (AHK USA) richtet sich an deutsche Unternehmen, die Wirtschaftsbeziehungen zu den USA auf- und ausbauen möchten. Vimecon-Geschäftsführer Markus referierte dabei über die Herausforderungen des US-amerikanischen Medizintechnikmarktes und die Unterstützung durch spezielle öffentliche Institutionen. „Bei unserem Markteintritt hatte uns unter anderem die Deutsch-Amerikanische AHK mit Rat und Tat unterstützt", sagte Markus. Vor einem Jahr hatte das als „The World's Most promising Life Science Technology Company 2012" ausgezeichnete Medizintechnik-Unternehmen ein eigenes Büro im texanischen Houston eröffnet.

Sparkasse Aachen fördert die Städteregion mit 35,5 Millionen Euro

Aachen. Die Sparkasse Aachen hat ihre achte Wirtschafts- und Gesellschaftsbilanz veröffentlicht. Demnach hat das Kreditinstitut im Jahr 2012 auf unterschiedliche Weise rund 35,5 Millionen Euro in die Städteregion Aachen investiert. Der Bericht zeigt, wie die Sparkasse regionale Unternehmen unterstützt und wie sie sich für die Umwelt, Vereine, Initiativen und Bildungseinrichtungen engagiert. Stadt und Städteregion Aachen erhielten als Gesellschafter 14,3 Millionen Euro Gewinnausschüttung, zudem flossen 15,2 Millionen Euro an Gewerbesteuer. Darüber hinaus vergab das Institut im vergangenen Jahr 474 gewerbliche Förderkredite mit einem Investitionsvolumen von insgesamt 81,6 Millionen Euro. 118 Existenzgründungen und -festigungen unterstützte die Sparkasse außerdem mit einem Gesamtbetrag von 11,4 Millionen Euro. Im Rahmen der Mittelstandsoffensive der Sparkasse stellte die Bank zudem Finanzierungsmittel für drei Bereiche in Höhe von je 20 Millionen Euro bereit. Darüber hinaus beteiligte sich die Sparkasse an den Unternehmen der S-UBG-Gruppe mit mehr als 28 Millionen Euro. Rund 3,1 Millionen Euro spendete die Sparkasse, die außerdem Stipendien in Höhe von 31.000 Euro vergab und 12.000 Euro für eine RWTH-Juniorprofessur zum Thema der Unternehmensgründung zur Verfügung stellte. Kunst- und Kultureinrichtungen sowie Veranstaltungen unterstützte das Institut mit 187.000 Euro, Sportvereine mit insgesamt 631.000 Euro.

Stocko will Produktionsfläche ausweiten

Hellenthal. Die Stocko Contact GmbH & Co. KG möchte nach Angaben der Tageszeitung Kölner Stadt-Anzeiger ihre Produktion ausweiten. Dafür will das rund 300 Mitarbeiter große Eifeler Unternehmen eine „stark siebenstellige Euro-Summe" investieren und eine neue Halle an den bestehenden Produktionsbereich anbauen, schreibt das Blatt. In weiteren Plänen sieht Stocko vor, seinen Auszubildenden im kommenden Jahr ein duales Studium zu ermöglichen. Die neue Halle mit einer Grundfläche von rund 1.000 Quadratmetern und Raum für 20 Montagelinien soll bis zum Spätherbst dieses Jahres fertiggestellt sein.

Dialego erforscht die globale Kundenmeinung zur Marke Bayer

Aachen. Das internationale Marktforschungsinstitut Dialego AG und das Traditionsunternehmen Bayer setzen ihre bereits seit vielen Jahren bestehende Zusammenarbeit auch im Jahr 2013 fort. Zum 150-jährigen Bestehen der Marke Bayer soll das Aachener Unternehmen Dialego wieder das globale Brandtracking, also die weltweite Feststellung der Kundenmeinung, zur Kontrolle der Markenstärke vornehmen. Im vergangenen Jahr hatte Dialego das Markenerlebnis und die Produkt-Images von 37.000 Konsumenten in 40 Ländern gemessen und mit 139 relevanten Wettbewerbern verglichen.

Mehr Forschung und Entwicklung: Grünenthal GmbH steigert ihren Umsatz

Foto: Grünenthal GmbH

Erkenntnisgewinn: Grünenthal hat mit 251 Millionen Euro acht Prozent mehr als im Vorjahr in die Forschung und Entwicklung investiert.

Aachen. Die Grünenthal GmbH hat im vergangenen Jahr sowohl ihren Umsatz und ihre Bilanzsumme als auch ihre Erlöse gesteigert. Nachdem sich das Aachener Pharmaunternehmen explizit auf die Herstellung von Antischmerzmedikamenten, die Stärkung der Marktpräsenz in Lateinamerika und Investitionen in Forschung und Entwicklung konzentriert hatte, gelang ein Umsatz von 973 Millionen Euro. Nach einem Bericht von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten stiegen die „bereinigten Umsatzerlöse" um 13 Prozent. Wachstumstreiber seien vor allem das Antischmerzmittel Palexia (plus 36 Millionen Euro) und das Lidocain-Pflaster Versatis (plus 28 Millionen Euro) gewesen. Der Anteil der Antischmerzprodukte am Gesamtumsatz von Grünenthal habe sich von 68 auf 73 Prozent erhöht. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen habe sich im vergangenen Jahr deutlich auf 79 Millionen Euro verbessert. Das Unternehmen habe mit 251 Millionen Euro acht Prozent mehr als im Vorjahr in die Forschung und Entwicklung investiert. Der Anteil dieser Aufwendungen am Umsatz liege mit 26 Prozent des Umsatzes deutlich über dem Branchendurchschnitt. Die Bilanzsumme von Grünenthal habe sich um rund 134 Millionen auf 1,188 Milliarden Euro erhöht, die Eigenkapitalquote von 64 auf 70 Prozent. Derweil ist der Aachener Pharmakonzern auf der Suche nach einem neuen Geschäftsführer, der auf den zurückgetretenen Harald Stock folgen soll. Vorübergehend hat sein Stellvertreter Eric-Paul Pâques den Posten übernommen.

Philips plant Ausbau der Xenon- und Halogenlampenproduktion in Aachen

Aachen. Philips investiert am Standort Aachen bis 2014 einen zweistelligen Millionenbetrag. Das melden Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten. Das Unternehmen plant, im Werk für Automobilbeleuchtung die Produktion hochwertiger Xenon- und Halogenlampen auszubauen. Im Gegenzug soll die Herstellung herkömmlicher Halogenlampen schrittweise nach China verlagert werden, berichten die beiden Zeitungen.

Stadt und Stadtwerke Düren stellen Solarkataster ins Netz

Düren. Die Stadtwerke Düren (SWD) und die Stadt Düren haben in einem Gemeinschaftsprojekt analysieren lassen, für welche Dächer in der Stadt sich der Aufbau einer Photovoltaik- oder Solarthermieanlage lohnt. Das Ergebnis ist ein Solarkataster, das jetzt auf den Internetseiten der Stadt Düren und der SWD bereitsteht. Damit können sich Hauseigentümer kostenfrei informieren, welches Potenzial auf ihrem Dach existiert. Daneben hält das Kataster einen Solarstromrechner zur Kalkulation der Kosten und Wirtschaftlichkeit einer Photovoltaik- oder Solarthermieanlage bereit. Rund 85 Quadratkilometer Dürener Oberflächenstruktur und Dächer wurden bei der Erstellung des Katasters analysiert und bewertet; gut zwei Quadratkilometer der Dürener Dachflächen sind demnach für entsprechende Anlagen geeignet und könnten mit Photovoltaik fast 135.000 Tonnen CO_2 einsparen.

@ www.dueren.de ww.stadtwerke-dueren.de

Nach 15 Jahren: S-UBG steigt aus der Beteiligung am Weltmarktführer LemnaTec aus

Aachen. Die S-UBG veräußert nach 15-jähriger erfolgreicher Partnerschaft ihre Anteile an der LemnaTec GmbH aus Aachen. Das Portfolio-Unternehmen des Venture-Capital-Fonds der S-UBG ist auf dem Gebiet der Pflanzengenomforschung aktiv und mittlerweile zum Weltmarktführer unter den Anbietern für Systeme im Bereich der Pflanzenphänotypisierung avanciert. Die S-UBG war 1998 als „Lead Investor" bei LemnaTec eingestiegen, um den Aufbau des Unternehmens zu finanzieren.

Die zweite Finanzierungsrunde im Jahr 2000 hatte den Grundstein für die Erschließung neuer Märkte gelegt. Künftig will LemnaTec mit dem neuen Investor „Deutsche Effecten- und Wechsel-Beteiligungsgesellschaft AG" (DEWB) weitere Märkte erschließen. In der Finanzierungrunde, an der sich neben der DEWB auch das Management der LemnaTec beteiligt, sollen dem Unternehmen mindestens zwei Millionen Euro an frischem Kapital bereitstehen.

Nach der Kapitalerhöhung hält die DEWB einen Anteil von 43,6 Prozent an der Lemna-Tec GmbH, die seit dem Jahr 2004 profitabel gewachsen ist und im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund zehn Millionen Euro erzielt hat. Zu den Kunden des Aachener Unternehmens zählen international renommierte Unternehmen wie DuPont-Pioneer, BASF, Bayer Cropscience und Monsanto sowie internationale Forschungseinrichtungen und Universitäten.

Kronenbrot bekommt Bundesehrenpreis für hohe Produktqualität verliehen

Würselen. Die Bäckerei Kronenbrot KG Franz Mainz ist mit dem Bundesehrenpreis in Gold vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ausgezeichnet worden. Das Würselener Unternehmen habe sich durch ein konsequentes Qualitätsstreben über das gesamte Sortiment hinweg für die renommierte Auszeichnung empfohlen, hieß es in der Begründung. Im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Prüfung durch unabhängige Experten standen Tests in den Bereichen Lebensmittelsensorik, Analytik und Verpackung. Ausgezeichnet wurde Kronenbrot aufgrund seiner hervorragenden Testergebnisse bei Vollkorn-, Mehrkorn- und Toastbroten sowie Christstollen. Der Bundesehrenpreis ist die höchste deutsche Qualitätsauszeichnung für Bäckereien und Konditoreien.

Automobilzulieferer AGC expandiert mit Hilfe der Wirtschaftsförderungsgesellschaft

Wegberg. Der Automobilzulieferer Asahi Glass Corporation (AGC) hat in Wegberg-Wildenrath die Weichen für weiteres Wachstum gestellt. Das Unternehmen investiert mehr als eine Million Euro in die Erweiterung seiner Fertigungskapazitäten und hat sich mit einem neuen Mietvertrag für das Gesamtobjekt über weitere zehn Jahre zum Standort bekannt. Ihre beiden Produktions- und Lagerhallen hatte die AGC bis Ende 2012 von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Heinsberg (WFG) und von der insolventen MKF GmbH gemietet. Im Wegberger Werk bringt die WFG im Auftrag renommierter Automobilhersteller unter anderem Regensensorhalter, Heiz- und Kamerasysteme auf Front- und Heckscheiben auf. Seit der Ansiedlung durch die WFG im Jahr 2004 wächst die AGC kontinuierlich. Mit gut 1,2 Millionen konfektionierten Autoscheiben im laufenden Jahr hält das Unternehmen nach eigenen Angaben einen Marktanteil von rund 25 Prozent. Die WFG hatte mit einem Investitionsvolumen von rund 1,3 Millionen Euro Anfang des Jahres die zweite Halle aus der Insolvenzmasse der Firma MKF erworben und den Außenbereich nach den Anforderungen der AGC umgebaut. Im Zuge neuer Aufträge hatte das Unternehmen kürzlich 50 neue Mitarbeiter in der Fertigung und weitere 15 für andere Betriebsbereiche eingestellt. Insgesamt beschäftigt AGC derzeit rund 200 Mitarbeiter in Wegberg-Wildenrath.

Foto: AGC Glass Germany GmbH

Stehen mit für das Wachstum der AGC in Wegberg: Werksleiter Marek Borgstedt (l.) und einer der vielen Mitarbeiter in der Produktion.

Kerschgens stärkt Standort Stolberg mit größerem Verwaltungsgebäude

Stolberg. Nach der Inbetriebnahme des rund eine Million Euro teuren Blechbearbeitungszentrums plant das Unternehmen Kerschgens den Um- und Ausbau seines Verwaltungsgebäudes für rund 500.000 Euro. Der Bau soll im Herbst beginnen und im späten Frühjahr 2014 abgeschlossen sein. Das geht aus einem Bericht von Stolberger Zeitung und Stolberger Nachrichten hervor. Demnach will das Unternehmen sein 2002 übernommenes Gelände in Würselen mittelfristig aufgeben und das Geschäft samt einem Großteil der 50 Beschäftigten nach Stolberg verlagern. Kerschgens hatte über den Zeitraum von drei Jahren zuletzt rund elf Millionen Euro in den Standort Stolberg investiert.

Deutschlandstipendium: Brunel GmbH fördert E-Technik-Student der FH Aachen

Aachen. Im dritten Jahr in Folge beteiligt sich die Brunel GmbH am Deutschlandstipendium und fördert bundesweit Studenten an 27 Hochschulen mit insgesamt rund 50.000 Euro. Auch an der FH Aachen profitieren angehende Fachkräfte aus technischen und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen vom Stipendienprogramm. In diesem Jahr unterstützt Brunel den Aachener Elektrotechnik-Studenten Bernd Wielens mit 1.800 Euro jährlich. „Hoch qualifizierte Mitarbeiter sind unser Kapital – das gilt für unser Unternehmen wie für die gesamte deutsche Wirtschaft", sagt Brunel-Geschäftsführer Dr. Ralf Napiwotzki: „Das Deutschlandstipendium ist deshalb eine lohnende Investition in den Fachkräftenachwuchs." Der Stipendiat bekommt im Rahmen des Programms auch die Möglichkeit eines Praktikums und einer betreuten Abschlussarbeit beim Unternehmen.

Foto: Dr. Bernd Geropp Unternehmensberatung, Führungstrainings, Coaching

„Ich coache Geschäftsführer mittelständischer Unternehmen im industriellen Umfeld insbesondere in Vertrieb und Mitarbeiterführung. Da ist mir die Lektüre der ‚Wirtschaftlichen Nachrichten' wegen der aktuellen Berichte über euregionale B-to-B-Entwicklungen eine gute Unterstützung: Ich bin jederzeit darüber informiert, was sich Neues in der Aachener Technologieszene tut. Besonders freue ich mich auf die kommende Ausgabe, wenn der ‚Mehrwert Mitarbeiter' im Mittelpunkt steht."

Dr. Bernd Geropp
Unternehmensberatung,
Führungstrainings, Coaching,
Aachen

Michael Müller wechselt von Rosen Eiskrem zur Dalli-Group

Waldfeucht/Stolberg. Der langjährige Rosen-Eiskrem-Geschäftsführer Michael Müller verstärkt seit 1. Juni die Geschäftsleitung der Stolberger Dalli-Werke GmbH & Co. KG. Einem Bericht von Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten zufolge verantwortet der 56-Jährige künftig die Vertriebsbereiche der Dalli-Group, in deren Segment mehr als 70 Marken betreut und weiterentwickelt werden. Müller kann Erfahrungen aus der Markenartikel- und der Handelsmarken-Industrie vorweisen und gilt als Vertriebsspezialist. Nach Stationen bei Knorr, Unilever und Mars war der Lebensmittel-Ingenieur seit 2007 als Geschäftsführer der Rosen Eiskrem GmbH in Waldfeucht tätig. Zur Stolberger Dalli-Gruppe gehören die Firmen Dalli-Werke, Mäurer & Wirtz sowie die 4711 Cologne GmbH.

Jahrhundert-Ranking deutscher Weltmarktführer: Lambertz findet sich ganz weit oben wieder

Aachen. Einem Artikel des Magazins „Wirtschaftswoche" zufolge gehört die 1688 gegründete Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG zu den wenigen deutschen Unternehmen, die über Jahrhunderte hinweg jede Krise gemeistert und es dabei zur Weltmarktführerschaft gebracht haben. Die von Alleininhaber Dr. Hermann Bühlbecker geführte Lambertz-Gruppe befindet sich dabei in einer Liste mit Unternehmen wie Mannesmann, MAN oder der Deutschen Post und ist in der deutschen Ernährungsbranche das bestplatzierte Unternehmen. 85 Prozent im 50 Betriebe umfassenden Ranking sind Familienunternehmen. Laut dem Bericht sind nur 1,5 Prozent der aktiven deutschen Unternehmen älter als 100 Jahre. Der Weg für Lambertz an die Weltmarktspitze begann 1978, als Bühlbecker den Betrieb übernahm. Seitdem stieg der Umsatz von ursprünglich 16 Millionen DM auf heute rund 553 Millionen Euro.

StreetScooter GmbH soll für die Deutsche Post jetzt auch Pedelecs entwickeln

Aachen. Die Deutsche Post DHL hat die Aachener E-Mobil-Schmiede StreetScooter GmbH jetzt auch mit der Entwicklung neuer Pedelecs beauftragt. Das berichten Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten. Demnach sollen die StreetScooter Research GmbH und das Werkzeugmaschinenlabor (WZL) der RWTH Partner bei dem Auftrag sein. Zur Ermittlung der spezifischen Anforderungen hatten die StreetScooter-Macher bereits zahlreiche Postzusteller nach deren Ausstattungswünschen befragt. Professor Achim Kampker, Chef des WZL-Lehrstuhls für Produktionsmanagement und Geschäftsführer der StreetScooter GmbH, geht laut dem Zeitungsbericht davon aus, dass sein Team bereits im kommenden Herbst zehn Prototypen des neuen Elektrofahrrads an die Post überreichen kann. Im Erfolgsfall rechnet Kampker damit, dass neben den ebenfalls von der Post beauftragten StreetScooter-Autos auch die Serienfertigung der Pedelecs in Aachen vonstattengeht. Dafür müsse man jährlich rund 5.000 Pedelecs produzieren, wird Kampker zitiert. Unterdessen hat die DHL mit dem Bau einer neuen Zustellanlage am Aachener Autobahnkreuz in Würselen begonnen. Investor und Bauherr des rund 17.000 Quadratmeter großen Projekts, das am 1. November fertiggestellt sein soll, ist die Unternehmensgruppe Hellmich.

Die P3 Group zieht es zum Kraftversorgungsturm

Aachen. Die P3 Ingenieurgesellschaft mbH mit rund 2.000 Mitarbeitern bundesweit und 300 in Aachen hat ihren neuen Firmensitz bezogen. Das Unternehmen hat seine neuen Bürogebäude in unmittelbarer Nachbarschaft zum Kraftversorgungsturm des alten Schlachthofareals im Aachener Norden eröffnet. Das Spin-off des Fraunhofer-Instituts wurde 1996 von vier Aachener Studenten gegründet.

Austausch auf Augenhöhe

Das erste IHK-Netzwerktreffen „WerteBildung“ führt Weiterbildner und Personaler zusammen

Fotos: Andreas Steindl

II Austausch unter Fachkollegen: IHK-Mitarbeiter Frank Finke (Mitte) bringt Personaler und Weiterbildner an den Info-Ständen verschiedener Anbieter zusammen.

Wenn Randall Birnberg spricht, dann ist ihm die Aufmerksamkeit seiner Zuhörer von der ersten Sekunde an sicher. „Close your eyes!“, fordert er seine Zuhörer auf und lässt sie an drei positive Erlebnisse des abgelaufenen Arbeitstages zurückdenken. So will er ihnen zeigen, wie sich eine positive Psychologie auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter und den Erfolg eines Unternehmens auswirkt. Am Beispiel Birnberg wird klar: Kein Weiterbildungstrainer ist wie der andere. Wie unterschiedlich die Persönlichkeiten und wie vielfältig die Methoden sind, hat sich beim ersten Netzwerktreffen „WerteBildung“ in der IHK Aachen gezeigt. Die Kammer hatte Personaler und Weiterbildner eingeladen, um aktuelle Themen vorzustellen und einen fachlichen Austausch anzuregen.

„Es ist wichtig, dass der Trainer und seine Inhalte zu den Bedürfnissen des Unternehmens passen“, sagt Organisator Frank Finke von der IHK-Abteilung Weiterbildung: „Mit dem Netzwerktreffen wollen wir den Prozess des Kennenlernens abkürzen.“ Das Vortragsprogramm habe die IHK auf Basis einer Umfrage unter 150 Personalverantwortlichen der Region zusammengestellt. Entstanden ist eine bunte Mischung aus Themen, die von „Work-Life-Balance“ über „Gesundes Führen“ und „Bindung ans Unternehmen“ bis hin zu „Faktoren der Arbeitgeberattraktivität“ und Coachings für Ausbildungsverantwortliche reichen.

„Es ist wichtig, dass der Trainer und seine Inhalte zu den Bedürfnissen des Unternehmens passen.“

Frank Finke, „WerteBildung“-Organisator aus der Abteilung Weiterbildung der IHK Aachen

Wie viele andere Mitglieder des IHK-„Qualitätsverbunds berufliche Weiterbildung“ hat sich auch Dr. Paul Fuchs-Frohnhofen, Geschäftsführer der MA&T Sell & Partner GmbH aus Würselen, mit einem eigenen Vortrag eingebracht. Er erläutert den Zuhörern, wie Mitarbeiter als Botschafter und Werbeträger bei der Personalgewinnung dienen können. Der Beratungsbedarf sei groß, sagt er: „Ich habe erfahren, dass viele IT-Betriebe aus der Region Schwierigkeiten beim Recruiting haben.“ Gemeinsam mit seinem Team will er den Nachmittag aber auch nutzen, um neue Kunden zu gewinnen und sich auszutauschen. „Es ist gut, wenn man mit Kollegen spricht, die ähnliche Angebote haben.“ Von Konkurrenz-Gedanken also gar keine Spur? – „Doch, natürlich“, sagt Fuchs-Frohnhofen: „Aber das erzeugt auch Dynamik.“

Dynamisch geht es an dem Nachmittag auch bei Ellen Lenders zu, der neuen Fachkräfteberaterin der IHK Aachen. Sie unterstützt Unternehmen, die sich auf den demografischen Wandel vorbereiten wollen. „Weiterbildung und lebenslanges Lernen sind zentrale Bausteine der Fachkräftesicherung“, sagt Lenders: „Ob zur Nachwuchsqualifizierung oder zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit älterer Angestellter: Das Thema betrifft alle Lebensphasen der Beschäftigten.“ Anja Doerenkamp, Personalreferentin der 3PAGEN Versand und Handelsgesellschaft mbh aus Alsdorf, nimmt das neue Beratungsangebot wahr. „Gerade im gewerblichen Bereich ist der demografische Wandel ein großes Thema“, erklärt Doerenkamp: „Hier geht es nicht allein darum, den Nachwuchs zu sichern, sondern auch darum, die älteren Kollegen im Unternehmen optimal zu betreuen und einzubinden.“ Einen kurzfristigen Plan hat die Personalerin schon nach dem ersten Gespräch gefasst: „Den Austausch werden wir in Zukunft fortsetzen.“ Apropos Fortsetzung: Auch die „WerteBildung“ soll bald in die nächste Runde gehen.

Sarah Sillius

INFO

IHK-„Qualitätsverbund berufliche Weiterbildung“

Im „Qualitätsverbund berufliche Weiterbildung“ der IHK Aachen arbeiten Weiterbildungsanbieter aus der Region Aachen als Interessengemeinschaft zusammen. Ziel des Verbundes ist es, die Qualität von Weiterbildungsmaßnahmen zu sichern und zu verbessern. Die Mitgliedschaft ist kostenfrei.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 84102)

i IHK-Ansprechpartner: Frank Finke Tel.: 0241 4460-139 frank.finke@aachen.ihk.de

UMFRAGE

Dreimal Meinungsbildung zur „WerteBildung“

„Ich will herausfinden, was wir als Arbeitgeber tun können, damit sich mehr Schüler bei uns bewerben. Aus diesem Grund interessiert mich der Vortrag über Mitarbeiter als Werbeträger beim Recruiting ganz besonders.“

Ulrike Thiele, Leiterin AWO service GmbH

„Das ist eine gute Gelegenheit, neue Anbieter und Dienstleister zu treffen und mit Kollegen ins Gespräch zu kommen. Außerdem lassen sich hier neue Tendenzen in der Weiterbildung aufgreifen und Impulse für neue Aufträge sammeln.“

Mustafa Yaman, Ausbildungsleiter Aker Wirth GmbH

„Ich bin hier, um Ideen für Seminare zu sammeln, aber auch, um neue Dozenten kennenzulernen, mich auszutauschen und Kontakte zu knüpfen.“

Adrienne Leffin, Weiterbildungskoordinatorin ZAWM Eupen

Anmeldung zur kaufmännischen und zur gewerblich-technischen Abschlussprüfung 2013/2014

An der Abschlussprüfung Winter 2013/2014 nehmen alle Auszubildenden teil, die ihre Ausbildungszeit abgeschlossen haben oder bis zum 31. März 2014 beenden werden. Auszubildende werden dann zur Prüfung zugelassen, wenn die Ausbildungszeit zurückgelegt ist und sie an der vorgeschriebenen Zwischenprüfung teilgenommen haben, ihr Ausbildungsverhältnis in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse eingetragen ist oder aus einem Grund nicht eingetragen ist, den weder die Auszubildenden noch deren gesetzliche Vertreter zu verantworten haben. Zugelassen werden auch Teilnehmer, die nachweisen, dass sie mindestens das Eineinhalbfache der Dauer, die als Ausbildungszeit vorgeschrieben ist, im Beruf tätig sind, in dem sie die Prüfung ablegen wollen. Den Anträgen auf Zulassung im Ausnahmefall sind entsprechende Beschäftigungsnachweise beizufügen. Eine weitere Möglichkeit ist eine vorzeitige Zulassung zur Abschlussprüfung, die nach § 45 Abs. 1 Berufsbildungsgesetz nur nach Anhören der Ausbildenden und der Berufsschule erfolgen kann, wenn die Leistungen des Auszubildenden dies rechtfertigen.

Zulassungsmitteilung

Alle Prüfungsteilnehmer, die zur Abschlussprüfung Winter 2013/2014 vorgesehen sind, erhalten eine entsprechende Aufforderung zur Anmeldung. Prüfungsanmeldungen sind durch den Ausbildungsbetrieb unter Verwendung des vorgeschriebenen Anmeldevordrucks vorzunehmen; die Kammer bittet, darauf zu achten, dass die Vordrucke vollständig und richtig ausgefüllt der Berufsbildungsabteilung der Kammer zugeleitet werden. In den Anmeldungen ist das ordnungsgemäße Führen der Ausbildungsnachweise zu bescheinigen. Die Vorlage des Ausbildungsnachweises (Berichtsheft) ist Zulassungsvoraussetzung für die Prüfung; eine Bewertung erfolgt nicht. Der Ausbildungsnachweis muss dem Prüfungsausschuss vom Prüfling vorgelegt werden. Die Kammer empfiehlt den Auszubildenden, ihren Urlaub nicht in die Prüfungszeit zu legen. Aufgrund der zentral durchgeführten Datenerfassung bittet die Kammer, die Anmeldefrist unbedingt einzuhalten. Später eingehende Anmeldungen können aus organisatorischen Gründen nicht mehr berücksichtigt werden. Ausbildungsbetriebe, die zur Winterprüfung 2013/2014 anstehende Auszubildende, aber keine Aufforderung der Kammer erhalten haben, werden um Mitteilung unter Angabe der Eintragungsnummer des Berufsausbildungsvertrags gebeten.

INFO

Die Prüfungstermine

Gewerblich-technische Prüfungen:
Schriftliche Prüfung: 3. und 4. Dezember 2013;
praktische Prüfungen: Januar bis Februar 2014

Kaufmännische Prüfungen sowie IT-Berufe und Matse:
Schriftliche Prüfung: 26. und 27. November 2013;
mündliche/praktische Prüfungen: 8. bis 31. Januar 2014

Versand Aufforderung für alle Prüfungen:
August 2013

Anmeldeschluss für alle Prüfungen:
10. September 2013

AIXhibit AG kooperiert mit belgischem Zentrum für Weiterbildung

Die Aachener Internetagentur AIXhibit AG ist vor kurzem eine Partnerschaft mit dem belgischen Zentrum für Aus- und Weiterbildung im Mittelstand (ZAWM) eingegangen. Unter dem Motto „So wird Ihr Onlineshop zum Erfolg" startete das Unternehmen mit dem ZAWM eine Fortbildungsveranstaltung zum Thema eCommerce im belgischen St. Vith. Die Kooperation der Aachener Agentur mit dem belgischen Zentrum ist das Ergebnis aus dem Zusammenwirken im „Qualitätsverbund berufliche Weiterbildung" der IHK Aachen. Die AIXhibit AG wurde 1998 in Aachen gegründet; ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen eCommerce, Online-Marketing und Social Media. Zudem richtet die Agentur die jährliche Aachener Internetkonferenz webcon aus.

IHK verabschiedet 14 Geprüfte Personalfachkaufleute

Foto: Andreas Steindl

Feier-Tag für die Lehrgangsabsolventen: IHK-Geschäftsführerin Heike Krier (r.) verabschiedet 14 erfolgreich Geprüfte Personalfachkaufleute.

Die IHK Aachen hat 14 erfolgreich Geprüfte Personalfachkaufleute verabschiedet. IHK-Geschäftsführerin Heike Krier überreichte den Absolventen ihre Prüfungszeugnisse und würdigte sowohl deren Einsatz beim berufsbegleitenden Lehrgang als auch das ehrenamtliche Engagement der Prüferinnen und Prüfer. Die Fortbildung eröffnet den Absolventen neue Perspektiven für die fachliche Karriere und den beruflichen Aufstieg. Die Glückwünsche gelten Aikanysh Bazarova (Aachen), Elke Berns (Stolberg), Sabine Biermann (Würselen), Pia Esser (Langerwehe), Björn Giebeler (Aachen), Thorsten Golla (Alsdorf), Verena Handels (Herzogenrath), Stefan Hensellek (Alsdorf), Marlene Krüger (Raeren), Birgit Martschenke (Aachen), Sylvia Nießen (Stolberg), Vanessa Paulus (Aachen), Silke Reinartz (Jülich) und Sandra Siekmeier (Würselen).

30 JAHRE
Bechtle
1983-2013

Virtualisierung ist die moderne Kunst des Weglassens in der IT. Wenn Server, Storage, Clients oder Applikationen nicht mehr physisch, sondern „nur" virtuell verfügbar sind, werden Betriebskosten gesenkt und die Flexibilität gesteigert. Unsere 330 zertifizierten Experten zeigen für Sie auf, wie viel weniger Ihrem Unternehmen am meisten bringt und setzen das beste Virtualisierungskonzept für Sie um. Denn Minus mal Bechtle macht Mehrwert.

Virtualisierung:
Freiraum durch Weglassen.

Bechtle ist die unabhängige Größe für Ihre IT-Lösungen. Beratungsstark und vor Ort. Vernetzt und leistungsfähig. Mit 65 IT-Systemhäusern und 6.000 Mitarbeitern, die immer geradlinig auf Ihre Ziele zusteuern. Sprechen Sie mit uns, wie wir sie erreichen.

Bechtle GmbH, IT-Systemhaus Aachen
Monnetstraße 24, 52146 Würselen
Telefon: 02405 455720
E-Mail: aachen@bechtle.com

Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.

BECHTLE

Citrix Solution Seminar am 10.09.2013 von 08.30 Uhr bis 13.30 Uhr im Novotel City, Aachen.

Enabling Mobile Workstyles: Flexibler arbeiten mit Citrix Mobility-Lösungen der nächsten Generation.

Verwandeln Sie Ihre Organisation mit mobilen Arbeitsstilen. Wenn Menschen selbst entscheiden können, wie, wo und wann Arbeit erledigt wird, erhalten die einzelnen Mitarbeiter größere Freiheiten und die Unternehmen bislang ungeahnte Innovationsmöglichkeiten.
www.citrix.de/go/mobile-workstyles.html

CITRIX®

Das Citrix Solution Seminar bietet folgende Themen:

08.30 Uhr	Anmeldung und Begrüßung.
	Aufbruch in eine neue, mobile Arbeitswelt – Herausforderungen von Workshifting bis zu BYOD.
	Die Basis für mehr Mobilität und Flexibilität. So stellen Sie heute Desktops, Applikationen und Daten als On-Demand-Services bereit.
13:30 Uhr	Mittagessen und anschließend Ausklang.

Underway in the UK

Die Auszubildende Maike Jakobs hat im Rahmen des EU-Programms „Leonardo da Vinci" ein Praktikum in England absolviert

How's it going? Im Rahmen ihres Leonardo-da-Vinci-Praktikums hat Maike Jakobs Einblicke in englische Betriebe bekommen.

Foto: Privat

Maike Jakobs aus Aachen hat das Abenteuer Ausland gewagt: Die Auszubildende hat ein vierwöchiges Praktikum beim Unternehmen Melting Solutions in Sutton Coldfield in der Nähe von Birmingham absolviert. Praktika wie diese werden vom Programm „Leonardo da Vinci" der Europäischen Union finanziell unterstützt. „Auslandsaufenthalte bieten Auszubildenden die Möglichkeit, sich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln und Erfahrungen fürs Leben zu sammeln", sagt Cornelia Barth, Mobilitätsberaterin der IHK Aachen: „Dank der Förderung halten sich auch die Kosten in Grenzen." Cornelia Barth unterstützt Auszubildende wie Maike Jakobs bei allen Fragen rund um Auslandsaufenthalte während der Ausbildung und begleitet sie bei der Vor- wie Nachbereitung und der Organisation.

„Zu Beginn war ich schon sehr aufgeregt", gesteht Maike Jakobs. Die Nervosität sei nach dem freundlichen Empfang in England aber schnell verflogen. Sowohl in ihrer Gastfamilie als auch im Praktikumsbetrieb sei sie sehr gut integriert worden und pflege noch heute den Kontakt per E-Mail und Facebook. „Ich habe die Menschen als sehr freundlich und zuvorkommend kennengelernt", erzählt die angehende Kauffrau für Bürokommunikation, die den Aufenthalt im Rückblick für eine große Bereicherung hält – sowohl beruflich als auch persönlich: „Ich bin dadurch ein Stück erwachsener geworden und konnte mir beweisen, dass ich mich auch in einem fremden Land zurechtfinden kann." Während ihres Praktikums erhielt Maike Jakobs einen Einblick in ganz neue Arbeitsbereiche. Das wiederum hat sich auch auf ihre Arbeit in Deutschland ausgewirkt: In ihrer Ausbildungsstätte, dem Rechen- und Kommunikationszentrum der RWTH Aachen, hat sie nun ebenfalls neue Aufgaben erhalten, bei denen sie vor allem die neu gewonnenen sprachlichen Kenntnisse sehr gut anwenden kann.

IHK-Ansprechpartnerin:
Cornelia Barth
Tel.: 0241 4460-354
cornelia.barth@aachen.ihk.de

INFO

Was ist das EU-Programm „Leonardo da Vinci"?

„Leonardo da Vinci" ist ein Bestandteil des Programms für lebenslanges Lernen der Europäischen Union und fördert die internationale Mobilität junger Menschen in der beruflichen Bildung. Es richtet sich an Auszubildende in der Erstausbildung, junge Fachkräfte und Berufsbildungspersonal. Neben Angeboten von Berufsschulen besteht auch die Möglichkeit, individuell an einem Förderprojekt teilzunehmen und sich um ein Stipendium zu bewerben.

Weiterbildungsveranstaltungen

Industrie- und Handelskammer Aachen

Arbeitstechnik – Zeitmanagement		
17.09.2013	Schneller lesen – nichts vergessen	300 Euro
Arbeitstechnik – Sekretariat		
24.09.2013	Moderne Korrespondenz im Personalwesen	200 Euro
Ausbildung		
05.08.2013	Schüler fit für die Wirtschaft: Wirtschaftsenglisch – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	180 Euro
Außenwirtschaft		
03.07.2013	Exportkontrollrecht in der Praxis	240 Euro
Besondere Branchen und Zielgruppen		
05.09.2013	Kundenmanager – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	1.600 Euro
Einkauf – Materialwirtschaft		
12.09.2013	Verhandlungstraining im Einkauf	450 Euro
24.09.2013	Recht im Einkauf	240 Euro
Immobilien		
24.09.2013	Immobilienmakler – Einführungsseminar	450 Euro
26.09.2013	Die Verwaltung von Mietwohnungen und Gewerbeflächen erfolgreich organisieren und abwickeln	450 Euro
28.09.2013	Die Abrechnung von Betriebskosten bei der Vermietung von Immobilien	220 Euro
IT-Technologien		
09.09.2013	Office-Grundkurs: Word, Excel, PowerPoint – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	360 Euro
Kommunikation – Rhetorik		
09.07.2013	Reden vor Publikum	220 Euro
11.09.2013	Ich freue mich aufs Telefon	150 Euro
12.09.2013	Der Umgang mit schwierigen Zeitgenossen	220 Euro
Marketing – Verkauf		
17.09.2013	Nachfassaktionen – Angebote in Bestellungen umwandeln	220 Euro
Mitarbeiterführung		
18.09.2013	Mitarbeiterführung I: Delegieren – Loben – Kritisieren	450 Euro
Personalmanagement – Arbeitsrecht		
09.09.2013	Arbeitsrecht – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	450 Euro
23.09.2013	Personalauswahlgespräche erfolgreich führen	200 Euro
Rechnungswesen – Controlling		
03.07.2013	Liquiditätsmanagement	220 Euro
10.09.2013	Grundlagen des Steuerrechts – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	380 Euro
10.09.2013	EDV – Finanzbuchführung – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	440 Euro
11.09.2013	Einführung in die Buchführung – Lehrgang mit IHK-Zertifikat (Euskirchen)	320 Euro
12.09.2013	Einführung in die Buchführung – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	320 Euro
20.09.2013	Controlling – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	580 Euro
Sprachen		
04.09.2013	Französisch für den Beruf: Briefe, Faxe, E-Mails, Telefon – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	450 Euro
Unternehmensführung – Strategie		
19.09.2013	Die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens mit Hilfe der DATEV-Auswertungen erkennen und beurteilen	240 Euro
Unterrichtungsverfahren		
15.07.2013	Unterrichtung für Beschäftigte im Bewachungsgewerbe (§34a GewO) (Aachen)	405 Euro
17.07.2013	Gaststättenunterrichtung nach § 4 Absatz 1 Nr. 4 Gaststättengesetz	51 Euro
12.08.2013	Unterrichtung für Beschäftigte im Bewachungsgewerbe (§34a GewO) (Düren)	405 Euro
14.08.2013	Gaststättenunterrichtung nach § 4 Absatz 1 Nr. 4 Gaststättengesetz	51 Euro
Vorbereitungslehrgänge auf Prüfungen		
22.07.2013	Vorbereitungslehrgang auf die Sachkundeprüfung (§ 34a GewO)	190 Euro
05.08.2013	Ausbildung der Ausbilder – Vorbereitungslehrgang auf die Ausbildereignungsprüfung (Aachen)	450 Euro
05.08.2013	Ausbildung der Ausbilder – Vorbereitungslehrgang auf die Ausbildereignungsprüfung (Hückelhoven)	450 Euro
04.09.2013	Vorbereitungslehrgang auf die IHK-Prüfung „Geprüfte/r Industriefachwirt/-in"	2.700 Euro
01.10.2013	Vorbereitungslehrgang auf die IHK-Prüfung „Geprüfte/r Personalfachkauffrau/-mann"	2.400 Euro

Unsere Lehrgangsklassiker:

Arbeitsrecht – Lehrgang mit IHK-Zertifikat

Dieser Lehrgang richtet sich an Unternehmer, Führungskräfte sowie Mitarbeiter des Personalwesens, die grundlegende Kenntnisse im Arbeitsrecht erlernen möchten. Es werden – unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung – die Grundlagen des Arbeitsrechts umfassend und anhand praktischer Beispiele erläutert. Die Teilnehmer erwerben konzeptionelles und anwendungsorientiertes Fachwissen.

Termin: 09.09.2013
Dauer: 40 Unterrichtsstunden

Controlling – Lehrgang mit IHK-Zertifikat

Der Lehrgang richtet sich an Unternehmer, Führungskräfte und Mitarbeiter, die wissen wollen, was Controlling ist, welche Aufgaben damit verbunden sind und mit welchen Instrumenten und Methoden des Controllings sich in der täglichen Praxis Lösungen erarbeiten lassen. Dabei sind Grundkenntnisse aus dem Rechnungswesen von Vorteil. Auch diejenigen, die bereits erste Erfahrungen in Kostenrechnung und Controlling gesammelt haben, können in diesem Lehrgang weitere wichtige Impulse für ihre tägliche Arbeit erhalten.

Termin: 20.09.2013
Dauer: 60 Unterrichtsstunden

Jetzt Leser werben und unsere beliebte Bargeld-Prämie sichern

Nennen Sie uns einen neuen Leser und Sie erhalten **60,- €** in bar!

Rufen Sie uns an: 0241 5101-701

AZ AN Aachener Zeitung Aachener Nachrichten

Redaktionelle Beiträge

IHK Aachen, Mischa Wyboris
Tel.: 0241 4460-232, Fax: 0241 4460-148
mischa.wyboris@aachen.ihk.de

*Wir weisen darauf hin, dass auch andere Weiterbildungsveranstalter im Kammerbezirk Aachen Vorbereitungslehrgänge auf IHK-Prüfungen anbieten. Eine Liste dieser Weiterbildungsanbieter ist im Internet unter http://www.aachen.ihk.de/avbl abrufbar.

Unternehmensbörse

In der Unternehmensbörse veröffentlicht die IHK Aachen – kostenfrei – Anzeigen von Gewerbetreibenden, die einen Nachfolger oder aktiven Teilhaber suchen, sowie von potenziellen Existenzgründern. Ausgeschlossen sind rein finanzielle Beteiligungen, Immobilien- und Unternehmensofferten sowie die Einschaltung Dritter (Makler, Berater etc.). Die Chiffre-Nummer beginnt mit dem Kfz-Kennzeichen des jeweiligen Kammerbezirks. Eingehende Zuschriften leitet die IHK Aachen mit der Bitte um Kontaktaufnahme an Inserenten weiter. In diesen Schreiben sollten neben der Chiffre-Nummer auch Angaben für den Empfänger enthalten sein. Weitere sind bei der Kammer einsehbar oder im Internet zu finden.

@ www.nexxt-change.org
www.aachen.ihk.de (Stichwort: Existenzgründung und Unternehmensförderung)

i René Oebel, Tel.: 0241 4460-227,
Gitta Wilden, Tel.: 0241 4460-275,
recht@aachen.ihk.de

Angebote

Kleines, markenfreies Autohaus, Region DN/EU/BM, sucht aktiven Teilhaber oder Nachfolger. Seit 2005 sind wir als markenfreies und ungebundenes Autohaus auf dem Markt und haben eine sehr solide und gute Kundenbasis aufgebaut. Wir verkaufen überwiegend Gebrauchtfahrzeuge, jedoch auch Neufahrzeuge auf Vermittlung von deutschen Vertragshändlern oder als EU-Fahrzeug im freien Markt. Als Besonderheit bieten wir die Fahrzeugsuche im Kundenauftrag an, indem wir uns nach genauer Abstimmung mit dem Kunden auf die Suche nach dessen Wunschfahrzeug begeben – der Verkaufsanteil liegt mittlerweile bei 30 Prozent. Intensive Beratung, kritisches Hinterfragen und zielgerichtete Empfehlungen führen dazu, dass diese Kunden ungesehen ihr neues Auto über uns kaufen. Wir verfügen über eine Ausstellungshalle für zirka acht Fahrzeuge und einen Außenplatz für 30 bis 40 Fahrzeuge. Unser Gebäude beherbergt eine Fach- und Meisterwerkstatt einer großen und renommierten Marke, die jedoch vermietet ist und mit der wir harmonisch kooperieren. Unsere Kunden lassen dort reparieren, und deren Kunden kaufen bei uns ihre Autos. Wir suchen einen aktiven Teilhaber mit einer ausgeprägten kaufmännischen und automobilen Ader, der uns finanziell unterstützt, mitarbeitet, eigene Ideen einbringt und mit uns den Betrieb weiter ausbaut. Eine spätere vollständige Übernahme wird nicht ausgeschlossen und ist im Gegenteil sogar erwünscht. Auch eine direkte Übernahme schließen wir nicht aus. Details sollten in einem persönlichen Gespräch geklärt werden.

AC-A-1120-EX

Aktive Beteiligung eines Unternehmers oder eines Unternehmens (z. B. IT-/Internet-/Software-Unternehmen oder Internet-/Multimedia-Agentur) für die gemeinsame Realisierung einer Crowdfunding-Plattform gesucht. Für ein junges, innovatives Start-up-Unternehmen wird zeitnah ein langfristiger qualifizierter Partner (Privatperson oder Unternehmen) in Form einer aktiven Beteiligung gesucht, der an der geplanten dynamischen Unternehmensentwicklung (Etablierung einer – auf Sicht auch international ausgerichteten – Crowdfunding-/Crowdinvesting-Plattform) partizipieren möchte. Im Falle einer aktiven Unternehmensbeteiligung liegt ein besonderes Augenmerk auf den Kernqualifikationen IT-/Internet-Programmierung sowie Social-Media-Kompetenz. Aktive Beteiligungsmöglichkeiten (direkte Beteiligung oder partiarisches Darlehen) bestehen ab 50.000 Euro gegen entsprechenden Kapitalnachweis. Das kurzfristig hoch profitable Start-up-Unternehmen, das zum Markteintritt bereits fünf interessante Projekte anbieten wird, kann auch langfristig einen attraktiven Deal-Flow im Umfeld Crowdfunding/Crowdinvesting über ein hochwertiges Kontaktenetzwerk dauerhaft sicherstellen. Entsprechende Finanz- und Vertriebskompetenz (Bank-Know-how, M&A, Unternehmensbewertung, Controlling, Finanzierung, Marketing/Vertrieb etc.) sowie ein renommierter juristischer Partner (international tätige Anwaltskanzlei mit Fokussierung auf das Beteiligungsgeschäft, Vertragsgestaltungen etc.) sind bereits vorhanden. Weitere interessante Umsatzerlösquellen aus Cross-Selling-Leistungen sind für das Start-up-Unternehmen bereits von Beginn an möglich. Seriöse Interessenten (bitte keine Makler oder reine Vermittler), denen absolute Diskretion und Vertraulichkeit zugesichert wird, melden sich bitte über den Regionalpartner unter den Kontaktdaten bei nexxt-change.

AC-A-1119-EX

Nachfolger für ein Bistro in einer multifunktionalen Sportanlage (7.500 Quadratmeter) im Nordkreis Aachen gesucht. Städteregion Aachen, Braureifrei, zirka 70 Sitzplätze, Sieben-Tage-Woche, komplette Einrichtung vorhanden. Flexibilität und Teamfähigkeit werden vorausgesetzt.

AC-A-1118-EX

Gut eingeführtes Sport- und Gesundheitszentrum zu verkaufen. Mit einem gesundheitlich orientierten Angebot haben wir ein absolutes Alleinstellungsmerkmal in einer etablierten Einrichtung. 1.000 Quadratmeter großes, 2011 erbautes Haus, fünf mal acht Meter großes Schwimmbad, zwei Gymnastikräume, ein Fitnessbereich mit Bistro, PLZ-Bereich 4. Ideal für Ehepaare. Unsere Schwerpunkte liegen im Kurssystem, im Bereich der Fitness und in einem großen Reha-Bereich. Mit Blickrichtung auf die Generation 40+. Ausbaufähiges Potenzial ist in jedem Bereich vorhanden.

AC-A-1117-EX

Flächennutzungsplan

Gemäß § 3 Baugesetzbuch (BauGB) liegen die nachstehend aufgeführten Flächennutzungs- und Bebauungspläne öffentlich aus. Während der angegebenen Zeit können Bedenken und Anregungen schriftlich oder mündlich zur Niederschrift vorgebracht werden. Wir bitten darum, uns von diesen Bedenken und Anregungen in Kenntnis zu setzen.

@ www.aachen.ihk.de/de/standortpolitik/regional_u_bauleitplanung.htm

Stadt Bad Münstereifel

- 4. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 37 „Kirspenich-Flettenberg"
- Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 86 „Houverath, Zufahrt Mehrzweckhalle"

bis einschließlich 19.07.2013

Stadt Bad Münstereifel, Marktstraße 11,
2. OG, vor Zimmer 29, 53902 Bad Münstereifel

Gemeinde Nörvenich

- 1. Änderung des Bebauungsplanes Nr. W 17 – Ortsteil Wisserheim –

bis einschließlich 10.07.2013

Gemeinde Nörvenich, Rathausstraße 2,
Zimmer 47, 52388 Nörvenich

Preisindex

Verbraucherpreisindex für Deutschland (VPI) *)

Basisjahr		2010
2013	Mai	105,5
	April	105,1
	März	105,6
	Februar	105,1
	Januar	104,5

Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden

Weitere Informationen zum Preisindex für Lebenshaltung und zur Berechnung von Wertsicherungsklauseln sind einsehbar unter

@ https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/logon?language=de&sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=61111-0002

Verbraucherpreisindex für NRW (VPI) *)

Basisjahr		2010
2013	Mai	105,6
	April	105,2
	März	105,6
	Februar	105,1
	Januar	104,5

*) Seit dem Berichtsmonat Januar 2013 wurde der Verbraucherpreisindex für Nordrhein-Westfalen und Deutschland auf das neue Basisjahr 2010 = 100 umgestellt. Bereits veröffentlichte Indexwerte früherer Basisjahre wurden mit Beginn des neuen Basisjahres (Januar 2010) unter Verwendung des aktualisierten Wägungsschemas neu berechnet.

Alle Angaben ohne Gewähr

Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Düsseldorf

Ergebnisse für das neue Basisjahr („lange Reihen") gibt es im Internet unter

@ http://www.it.nrw.de/statistik/q/daten/eckdaten/r323preisindex_aph.html

wirtschaftliche NACHRICHTEN 07/08 | 2013

IHK-Kooperationsbörse

Auf der bundesweiten Internetplattform können Betriebe kostenlos Partner suchen oder ihr Know-how für eine Kooperation anbieten. Egal, ob es sich dabei um kurzfristige, rein projektbezogene Gesuche oder um längerfristige Partnerschaften handelt. Die IHK-Kooperationsbörse gestaltet die Suche so einfach wie möglich. Die Themen können dabei von Forschung und Entwicklung oder Produktion und Fertigung über Service und Kundendienst, Logistik und Materialwirtschaft, IT und Kommunikation oder Vertrieb und Marketing bis hin zu Personalentwicklung reichen. Das kostenlose Angebot der Börse richtet sich gleichermaßen an Unternehmen sowie Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Nach Ansicht der IHK können vor allem kleine und mittelständische Unternehmen von der Kooperationsbörse profitieren.

@ www.kooperationsboerse.ihk.de
Besuchen Sie auch unsere internationale Geschäftskontaktbörse e-trade-center, die Internet-Börse der IHKs und AHKs:
www.e-trade-center.com

i Ina Weyerts, Tel.: 0241 4460-235,
ina.weyerts@aachen.ihk.de

101-1042
Kooperationspartner im Bereich Garten- und Landschaftsbau gesucht

Für ein neuartiges Konzept suchen wir Kooperationspartner aus den Bereichen Landschafts- und Gartenarchitektur beziehungsweise -bau sowie Hersteller von Produkten zur Ausstattung von Wintergärten (zum Beispiel Mobiliar, Beleuchtung etc.), Gewächshäusern oder Teichanlagen.

101-982
Partner für die Produktion eines elektronischen Backgammon-Spielbretts gesucht

Unser Unternehmen ist auf der Suche nach Partnern, die gemeinsam mit uns ein innovatives elektronisches Brett sowohl für Backgammon als auch für andere Brettspiele produzieren möchten und dafür ihr Know-how zur Verfügung stellen.

101-844
Fertigung und Lohnarbeiten für Möbel-, Laden- und Messebau

Schreinerei im Kreis Heinsberg bietet Zulieferung/Lohnfertigung/Endmontage für den Möbel-, Laden- und Messebau. Individual- und Serienfertigung ist möglich. 1.000 Quadratmeter Produktionshalle mit aktuellem Maschinenpark (Plattensäge, Fünf-Achs-CNC, Furnierpressen, Kantenautomat, Breitbandschleifer, Lackraum, Bankraum für Endmontage vorhanden).

101-819
Vertrieb für Unternehmens-Webseiten

Wir sind auf der Suche nach Kooperationspartnern für den Vertrieb unserer Produkte im Bereich Webseiten und Webshops. Wir haben ein offenes Content-Management-System entwickelt, mit dem sich viele Bereiche des Internetauftritts einfach und sicher verwalten lassen.

101-617
HPL/CPL-Profile gesucht

Wir sind auf der Suche nach HPL/CPL-beschichteten MDF-I-Profilen mit abgerundeten Kanten. Gern übersenden wir Ihnen auf Anfrage genauere Informationen.

101-549/101-548
Produktions- und Vertriebspartner für Kleinwindenergieanlagen gesucht

Unser Unternehmen ist auf der Suche nach Partnern, die mit uns ein Pilotprojekt in Vorbereitung auf die spätere Serienfertigung von Kleinwindenergieanlagen durchführen möchten.

Recyclingbörse

Die Recyclingbörse soll dazu beitragen, gewerbliche Produktionsrückstände einer Wiederverwertung zuzuführen. Die Veröffentlichung von Angeboten oder Nachfragen erfolgt für die Unternehmen des Kammerbezirks kostenlos. Wir bitten, Anfragen schriftlich unter Angabe der Inseratsnummer an die Kammer zu richten, die sie an die inserierenden Firmen weiterleitet. An der Recyclingbörse interessierte Unternehmen erhalten auf Wunsch monatlich ein Verzeichnis aller in Nordrhein-Westfalen angebotenen bzw. nachgefragten Abfallstoffe.

i Doris Napieralski, Tel.: 0241 4460-119 @ www.ihk-recyclingboerse.de

Inserats-Nummer	Stoffgruppe	Bezeichnung des Stoffes	Häufigkeit	Menge/Gewicht	Anfallstelle
Angebote					
AC-A-2145-1	Chemikalien	PEG 300	unregelmäßig	45 t	Düren
AC-A-3972-2	Kunststoffe	Gemisch aus Titandioxid und Kreide	einmalig	20 t in 25-kg-Säcken	Niederzier, NRW
AC-A-2416-12	Sonstiges	Hydrolan CS (Proteinhydrolisat)	wöchentlich	10 bis 15 t	Wegberg
AC-A-2313-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
AC-A-3497-9	Verbundstoffe	Papier mit GF-Anteil LDPE-Folie/PES-Vliesverbund	regelmäßig	1.000 kg bis 1.200 kg	Übach-Palenberg
Nachfragen					
AC-N-2294-2	Kunststoffe	ABS, LDPE, HDPE, PA, PBT, PC, PP, PVB, PVC, TPE, TPU	regelmäßig	20 t	Aachen/EU-weit
AC-N-1795-12	Sonstiges	Elektroschrott, Elektronikschrott, PC-Schrott aller Art, weiße Ware	regelmäßig	jede	Aachen, NRW
AC-N-1797-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit

Für die Richtigkeit der angegebenen Maße, Gewichte oder Eigenschaften und Beschaffenheit übernimmt die Kammer keine Gewähr.

Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge

IHK Aachen, Mischa Wyboris, Tel.: 0241 4460-232, Fax: 0241 4460-148, mischa.wyboris@aachen.ihk.de

THEMENVORSCHAU

Mehrwert Mitarbeiter

Foto: © Jakub Jirsák – Fotolia.com

Ausgabe September

Titelthema: Mehrwert Mitarbeiter

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:
- Betriebsfeste & Weihnachtsfeiern
- Ratgeber Recht: Handelsrecht

Anzeigenschluss: 14.08.2013

Ausgabe Oktober

Titelthema: Ausbildung

Anzeigenschluss: 12.09.2013

Anzeigenberatung:
Tel.: 0241 5101-254
Fax: 0241 5101-253

E-Mail: wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de

Die IHK Aachen stellt sich vor: Beitragsveranlagung

Foto: Andreas Herrmann/© Butch – Fotolia.com

Team: Andreas Odinius, Gabriele Scheidtweiler, Sarah Nießen
Abteilung: Zentrale Dienste
Aufgabe: Hoheitliche Aufgabe
Statistik pro Jahr:
- Rund 35.000 Beitragsbescheide

IMPRESSUM

Die Zeitschrift wird herausgegeben seit 1919.

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungstermin: jeweils am 1. des Monats
verbreitete Auflage: 30.009 (Stand IVW I/2012)

Herausgeber:
Industrie- und Handelskammer Aachen
Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-0, www.aachen.ihk.de,
E-Mail: wn.redaktion@aachen.ihk.de

Verantwortlich für den Inhalt: Fritz Rötting
Redaktion: Mischa Wyboris, Sarah Sillius
Redaktionssekretariat: Katia Fuchs
Industrie- und Handelskammer Aachen
Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-268

Redaktionelle Mitarbeit:
Bernd Büttgens, Felicitas Geßner, Wilfried Katterbach, Richard Mariaux

Verlag:
Zeitungsverlag Aachen GmbH, Postfach 500 110, 52085 Aachen

Anzeigen:
Thomas Pelzer, Tel.: 0241 5101-273, Fax: 0241 5101-281

Anzeigenberatung:
Timo Abels, Tel.: 0241 5101-254, Fax: 0241 5101-253,
E-Mail: wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de
Anzeigenpreisliste Nr. 34 gültig ab 1. Januar 2013
www.aachen.ihk.de/mediadaten

Layout:
Daniel Pestel

Druck:
M. Brimberg Druck und Verlag GmbH, Aachen

Bezugsgebühr:
Die Zeitschrift ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer Aachen.

Ansprechpartnerinnen für Bestellungen und Kündigungen des Abonnements:
KGTs: birgit.egeling@aachen.ihk.de / HR-Firmen: rita.sacher@aachen.ihk.de

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Im freien Verkauf beträgt die Bezugsgebühr jährlich im Inland 20,–€ inkl. Portokosten und 7 % MwSt., im Ausland 36,81€ inkl. Portokosten.
Preis des Einzelheftes 1,89€, Inland; 3,07€, Ausland.

Fotomechanische Vervielfältigung von Teilen aus dieser Zeitschrift sind für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind und als solche kenntlich gemachte Zitate geben nicht immer die Meinung der Industrie- und Handelskammer wieder.

Sparkassen-Finanzgruppe

Der perfekte Partner für Ihren Erfolg.

Das Sparkassen-Finanzkonzept.

Managen Sie Ihre Finanzen clever mit dem Sparkassen-Finanzkonzept. Als größter Mittelstandsfinanzpartner der Region bieten wir unseren Kunden kompetente und umfassende Beratung. Von Finanzierungslösungen über Risikomanagement bis hin zur Nachfolgeregelung: Wir finden für jedes Anliegen die maßgeschneiderte Lösung. Testen Sie uns jetzt! Mehr Infos bei Ihrem Sparkassenberater oder auf www.sparkasse.de. **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**