WIRTSCHAFTLICHE
NACHRICHTEN
der Industrie- und Handelskammer Aachen

03
März 2017
www.aachen.ihk.de

In Hülle und Fülle: IHK hilft Land NRW bei „Fortschritt gestalten“
Seite 8

Im Großen und Ganzen: Die Metropolregion Rheinland ist gegründet
Seite 10

Mit Rat und Tat: Heike Krier übernimmt die Abteilung Berufsbildung
Seite 11

Publik gemacht

Wie Pressearbeit in den klassischen und in den Sozialen Medien funktioniert

FRISCH VOM TABLET(T)

Der Newsletter der IHK Aachen

Jetzt kostenfrei anmelden:
www.aachen.ihk.de/newsletter

Industrie- und Handelskammer Aachen

IHK

Kein schnelles Geschäft mit dem Wort!

Jetzt haben wir es schwarz auf weiß: Unternehmenskommunikation wird zwar zunehmend digital – aber professioneller wird sie nicht. Egal, welcher Kanal, die Studie „Mittelstandskommunikation 2016" führt uns deutlich vor Augen: Nach wie vor fehlen vielen Betrieben klare Strategien, übergreifende Ziele und fachkundige Kommunikationsabteilungen. Außerdem behindert die Zurückhaltung vieler Unternehmer in Sachen „PR" jegliche Weiterentwicklung in der Öffentlichkeitsarbeit. Dabei haben wir genügend gute Gründe, gelegentlich Gesicht zu zeigen! Wir erzielen echte Erfolge in der Ausbildung von Fachkräften, die die Zukunft unserer Betriebe sichern – auch im internationalen Wettbewerb. Wir bieten zahlreiche Arbeitsplätze und engagieren uns für den Wohlstand und die Menschen unserer Region. Und wir bereichern das alltägliche Leben mit interessanten Ideen und wichtigen Waren. Reden wir darüber!

Und denken wir daran: Pressearbeit ist etwas anderes als Marketing! Bislang zielt Kommunikation im Mittelstand größtenteils immer noch allein auf die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen ab – für 86 Prozent der Betriebe ist das heute der Fall. Ihre „Strategie" nimmt deshalb kurzsichtig nur eines in den Blick: die Positionierung der eigenen Marke. Doch Medien wollen neutrale Nachrichten, keine weichgespülte Werbung. Das Unternehmen Kommunikation ist kein schnelles Geschäft mit dem Wort! Aber der Aufwand lohnt sich – dann nämlich, wenn Wissenswertes aus unseren Betrieben nicht mehr schlecht verpackt in die Papierkörbe der Redaktionen wandert, sondern gut aufbereitet dorthin, wo es jeder sehen kann: in die zahlreichen Medienberichte der gesamten Region. Sinnvoll ist dafür ein Konzept, das früh festlegt, welche Themen zu welcher Zeit über welche Kanäle verbreitet werden. Holen wir uns hierzu Hilfe: bei Experten, die wissen, wie Worte wirken – und wie klassische und soziale Medien „ticken".

Wenn wir uns bedeckt halten und uns in unseren Hallen und Büros verstecken, tritt in den Medien eines immer häufiger zutage: ein fragwürdiges Image der Wirtschaft, das „die Anderen" bestimmen. Die wenigen schwarzen Schafe, die am ehrlichen Kunden und am ehrbaren Kaufmann vorbeiwirtschaften und damit den Nachrichtensprechern genauso wie den Krimi-Autoren ein verzerrtes Weltbild in die Feder diktieren: das einer zurückgezogenen Unternehmer-Elite, die allein auf ihren Vorteil bedacht ist. Wenn wir das Bild zurechtrücken wollen, müssen wir unsere Türen und Tore öffnen. Dabei brauchen wir keine Geheimnisse preiszugeben – aber wir sollten auch nicht so tun, als hätten wir etwas zu verbergen. Im Gegenteil: Ein positives Bild in der Öffentlichkeit ist die beste Werbung – für die ganze Wirtschaft!

Bert Wirtz,
Präsident der Industrie- und Handelskammer Aachen

Von Fakten und Fake-News

TITELTHEMA

Foto: © Microgen – Fotolia.com

Wem glauben Sie in diesen Tagen etwas? Donald Trump? – Der vertraut sich womöglich nicht einmal selbst. Facebook? – Nicht umsonst als „Fakebook" verspottet. Den Medien? – Manche Menschen hierzulande bezeichnen sie als „Lügenpresse". Dortzulande hat Donald Trump – um den kleinen Kreis zu schließen – die Medien vor Kurzem zu Staatsfeinden erklärt. Der eine unglaublich? Die anderen unglaubwürdig? Und tatsächlich dreht sich alles im Kreis: Da beruft sich der US-Präsident zur Erklärung seiner abenteuerlichen Thesen immer wieder auf „the media" – wie zuletzt bei seinen skurrilen Äußerungen über Schweden –, und anschließend verbreitet er über „social media", dass er über „alternative Fakten" verfüge...

Vielleicht ist es gerade die in diesen Zeiten so „verkehrte Welt", die uns zeigt: Auf Transparenz kommt es an. Das gilt auch für Unternehmen, denn oft wird heutzutage gewaltig am Image der Wirtschaft gekratzt. Vieles beginnt mit einer einfachen Pressemitteilung. Wie sie aussehen sollte, damit sie nicht zu den 70 Prozent der Meldungen gehört, die Redakteure in den Mülleimer werfen, zeigen wir ab Seite 22. Zeitungsverlags-Chef Andreas Müller spricht im Interview ab Seite 24 über „Fake-News", medienscheue Unternehmen, die komplexe Wirtschaftswelt und die Auswirkungen auf die Presse, und ein Gastbeitrag ab Seite 29 zeigt, wie PR mit Social Media gelingt. Außerdem verrät ein PR-Stratege aus der Region ab Seite 32, wie auch die nüchternste Pressemeldung zu einer unterhaltsamen Geschichte für die Medien werden kann.

Eine wahrheitsfindende Lektüre wünscht Ihnen

Mischa Wyboris

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

Foto: © Minerva Studio – Fotolia.com

Bitte beachten Sie in dieser Ausgabe die Beilage der Fa. Schultz

KOMMENTAR

03 Kein schnelles Geschäft mit dem Wort!

06 **SPOTLIGHTS**

IHK AKTUELL

08 IHK Aachen formt das „Memorandum NRW gestalten" mit

10 Die „Metropolregion Rheinland" ist offiziell gegründet

11 Heike Krier übernimmt die IHK-Abteilung Berufsbildung

FORUM

17 „Ohne Neugier geht nichts!" – Ein IHK-Innovationsexperte erklärt, wie er Betriebe bei Zukunftsthemen unterstützt

19 Der AC²-Gründungswettbewerb kürt zehn aussichtsreiche Ideen

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG

20 Industrie- und Gewerbeimmobilien

TITELTHEMA

22 Der Blick fürs Wesentliche: Wie eine Pressemitteilung aussehen sollte, damit sie nicht im Papierkorb der Redaktionen landet

24 „Für Journalisten kann und darf es nur eine Wahrheit geben": Zeitungsverlags-Chef Andreas Müller spricht über „Fake-News", medienscheue Unternehmen, die komplexe Wirtschaftswelt und die Auswirkungen auf die Presse

29 Wie funktioniert PR mit Social Media?

32 „Nur wer aktiv kommuniziert, ist und bleibt im Gespräch!" – Wie auch die nüchternste Pressemeldung zu einer unterhaltsamen Geschichte für die Medien werden kann, erklärt „timtomtext"-Gesellschafter Thomas Bünten

INTERNATIONAL

36 kurz & bündig

FORSCHUNG & TECHNOLOGIE

38 Hochschulspots

Foto: Heike Lachmann

Offen für Neues – Teil 1

Warum können Flugzeuge fliegen? Und wie kommen Raketen zum Mond? – Fragen, die Thomas Wendland schon als jungen Mann bewegt haben. Kein Wunder also, dass er sich nach der Schule für ein Studium der Luft- und Raumfahrttechnik entschied. Seit 15 Jahren arbeitet der Ingenieur als Experte für Technologie und Innovation in der IHK Aachen. Wie er Betriebe und Hochschulen auf ihrem Weg zu neuen Ideen unterstützt, verrät er ab

▸▸ *Seite 16*

Foto/Grafik: Landmarken AG/Gatermann + Schossig

Offen für Neues – Teil 2

Rund 2.500 Aussteller, mehr als 5.000 Investoren und 22.000 Besucher aus 90 Ländern: Hiermit gehört der „Marché International des Professionnels de l'immobilier" – kurz: MIPIM – zu den größten Immobilienmessen der Welt. Wenn sich die einflussreichsten Experten der Branche vom 14. bis 17. März in Cannes treffen, reisen sieben Aachener Betriebe mit der IHK ein weiteres Mal nach Frankreich, um für ihre Projekte und die Region zu werben.

▸▸ *Seite 44*

Foto: Franz Küpper

Offen für Neues – Teil 3

Er war gerade einmal elf Jahre alt, als er mit seinen Eltern nach Deutschland kam. Seine damalige Heimat: Aserbaidschan. Große wirtschaftliche Not veranlasste die Familie damals, den beschwerlichen Weg auf sich zu nehmen. Danach: eine fremde Sprache, eine andere Kultur. Das neue Leben des Fuad Kerimov hat im Landhotel Kallbach berufliche Gestalt angenommen. Teil 5 unserer Serie „Geflüchtete in Ausbildung" beginnt auf

▸▸ *Seite 56*

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

41 BITMi-Präsident Dr. Oliver Grün wird in den „Beirat Digitale Wirtschaft NRW" berufen

44 Cannes was bringen: Bei der „MIPIM" werben IHK und Betriebe bei internationalen Investoren für die Region

45 „10 Fakten zur Flächennutzung in NRW": IHK-Broschüre soll Missverständnisse beseitigen

46 Eifelsteig: 25 Prozent mehr Umsatz und zum dritten Mal „Premium"-Weg

46 Betrieblicher Arbeitsschutz: Neues Instrument soll bei der Bewertung helfen

47 Gründer der GNT-Gruppe erhält die höchste Auszeichnung der Süßwarenbranche

03

März 2017

www.aachen.ihk.de

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG

48 Arbeitsplatzgestaltung

FIRMENREPORT

50 Security-Studie: LANCOM ist Sieger

50 „Semesterende Skireisen" testet System zur freiwilligen Bezahlung

51 HABAU zieht um und plant Schaffung neuer Arbeitsplätze

51 Autohäuser der Jacobs-Gruppe erhalten einheitlichen Firmennamen

51 Stadtwerke Düren und „Leitungspartner" kooperieren mit regio iT

52 EWV betreibt NRWs größten Solarpark auf Areal der Nivelsteiner Sandwerke

53 DHL Group lässt einen neuen Zustellstützpunkt in Schleiden errichten

53 „TOP JOB": Trianel gehört zu Deutschlands 100 besten Arbeitgebern

53 INFORM erweitert Geschäftsführung

54 Sparkasse Aachen gilt als „Beste Bank in Deutschland" und erzielt einen Rekord im Privatkundengeschäft

55 Kreissparkasse Heinsberg erhöht Kundeneinlagen um fast zehn Prozent

55 „Geno"-Banken im Kreis Heinsberg steigern die Bilanzsumme

55 Starkes Baufinanzierungsplus: Sparda-Bank in Aachen setzt Wachstum fort

55 Volksbank Erkelenz und Volksbank Mönchengladbach wollen fusionieren

BILDUNG

56 Serie „Geflüchtete in Ausbildung": Wie sich Fuad Kerimov vom Flüchtling zur Fachkraft entwickelt hat

57 Zwischenprüfung für kaufmännische und gewerblich-technische Azubis

58 WEITERBILDUNGS-VERANSTALTUNGEN

60 BÖRSEN

62 VORSCHAU UND TV-TIPPS

62 IMPRESSUM

Foto: KAM3/BEGAS HAUS

Blickfang: Das „BEGAS HAUS" in Heinsberg steht im Finale des „European Museum of the Year Award".

„BEGAS HAUS" kann das Europäische Museum des Jahres werden

Das „BEGAS HAUS – Museum für Kunst und Regionalgeschichte Heinsberg" ist für das Finale des „European Museum of the Year Award" 2017 nominiert worden. Der Preisträger wird Anfang Mai in Kroatiens Hauptstadt Zagreb bekanntgegeben. „Es ist für uns schon eine Auszeichnung, dass wir als einer von den ursprünglichen 46 Bewerbern aus ganz Europa in die Finalrunde einziehen dürfen", sagt Museumsleiterin Dr. Rita Müllejans-Dickmann. Seit 1977 werden die besten und innovativsten Museen Europas mit dem Preis ausgezeichnet. Am wichtigsten ist der Jury, dass den Besuchern in einer einzigartigen Atmosphäre durch einfallsreiche Gestaltung und Präsentation ein kreativer und lehrreicher Zugang zu den ausgestellten Objekten geboten wird.

Die „designmetropole aachen" zählt zu „CREATIVE.Spaces" in NRW

Die „designmetropole aachen" als Netzwerk von Kreativen aus der Region und den Grenzgebieten in den Niederlanden und Belgien gehört zu den fünf „CREATIVE.Spaces" in Nordrhein-Westfalen. Mit diesem Titel zeichnet das Kompetenzzentrum „CREATIVE.NRW" Initiativen aus, die die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft im Land bereichsübergreifend vernetzen. Insgesamt hatte es mehr als 30 Bewerbungen gegeben. Laut der Jury-Bewertung zeichneten sich die Gewinner vor allem dadurch aus, dass sie neben der Vernetzung innerhalb der eigenen Branche auch eine Brücke zwischen Kreativen und Akteuren aus Wirtschaft, Gesellschaft, Verwaltung und Politik schlagen.

@ www.creative.nrw.de

Gründer, Flüchtlinge und Roboter: Mit diesen und anderen Themen befassen sich die neuen Beiträge zum Journalistenpreis der IHKs

Zur diesjährigen Runde des Ernst-Schneider-Preises (ESP) der Industrie- und Handelskammern sind fast 1.300 Beiträge eingereicht worden. Die Arbeiten kamen von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern sowie Onlineportalen. Auch ZEIT, F.A.Z., taz, Spiegel, Stern, Süddeutsche Zeitung, Wirtschaftsmagazine und viele Regionalzeitungen wie Aachener Zeitung, Aachener Nachrichten und Rheinische Post beteiligten sich am größten deutschen Wettbewerb für Wirtschaftspublizistik. Die Themen reichen von Robotertechnik, Dieselaffäre und E-Mobilität über Cyberangriffe, Bio-Lebensmittel und Braunkohle bis hin zur Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt. Auch viele Unternehmensportraits von Mittelständlern sowie Gründergeschichten sind im Wettbewerb. Der 46. Ernst-Schneider-Preis wird am 10. Oktober in Berlin verliehen.

„Bundespreis Ecodesign 2017" belohnt Umweltfreundlichkeit

Betriebe sämtlicher Größen und Branchen können sich bis 10. April für den „Bundespreis Ecodesign" bewerben. Der von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt ausgelobte Preis ehrt Produkte, Systeme und Dienstleistungen, die sich durch herausragende ökologische Qualität, innovativen Ansatz und hohe Designqualität auszeichnen. Einreichungen sollten auf dem deutschen Markt erhältlich sein beziehungsweise sich als Service oder Konzept an den deutschen Markt richten. Ziel des Wettbewerbs ist es, die Umweltverträglichkeit und Energieeffizienz von Produkten über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu verbessern. Die Bewerbung ist im Internet möglich.

@ www.bundespreis-ecodesign.de

„Einkaufsstädte": Studie sieht Aachen und Heinsberg über dem Durchschnitt

Die Stadt Aachen hat in einer Studie des Kölner Instituts für Handelsforschung (IFH) die Note 2,4 erhalten. Die Untersuchung zur Attraktivität potenzieller „Einkaufsstädte" hatte mehr als 120 Kommunen unterschiedlicher Größe bewertet und dabei eine Durchschnittsnote von 2,7 ermittelt. Jeder fünfte der insgesamt rund 58.000 befragten Besucher hatte angegeben, wegen des vermehrten Online-Handels seltener die Innenstadt aufzusuchen. Die Hauptkonkurrenz liegt für viele stationäre Händler der Studie zufolge jedoch nicht im Online-Handel, sondern im Einkaufsangebot der Nachbarstädte. Für Aachen bewerteten die Befragten die Sehenswürdigkeiten und die Lebendigkeit der Innenstadt mit einem Pluspunkt. Weniger gute Kritiken gab es für die Parkmöglichkeiten und das Angebot verkaufsoffener Sonntage. Laut Aachener Nachrichten liegt auch die Stadt Heinsberg über dem Durchschnittsergebnis. Für die Erreichbarkeit mit dem Auto und das gastronomische Angebot gab es jeweils eine 2,0 und für das Einzelhandelsangebot eine 2,3. Die Parkplatzsituation erhielt hingegen eine 3,3. Für Düren stehen die Ergebnisse noch aus.

- ANZEIGE -

IMMOBILIE ALS KAPITALANLAGE

IMMOBILIEN SIND UNSER ZUHAUSE

Lohnt sich das noch?

Betongold ist für viele Anleger weiterhin erste Wahl. Ist das noch sinnvoll? Kann man bei steigenden Preisen und geringem Angebot denn überhaupt noch eine Rendite erwirtschaften? Wir fragten Tobias Hermanns von der Sparkassen-Immobilien GmbH (S-Immo).

Herr Hermanns, Sie leiten den Bereich Gewerbe-, Invest- und exklusive Wohnimmobilien bei der S-Immo. Wenn Sie auf das vergangene Jahr schauen, ist die Immobilie wirklich noch eine gute Kapitalanlage?

T. Hermanns: Die Preise sind weiter gestiegen, das gilt vor allem für die Immobilie als Kapitalanlage. Vor dem Hintergrund, dass es kaum lukrative Alternativen gibt, ist diese Anlageform für viele einfach sehr interessant. Und es gibt auch immer wieder Objekte, bei denen sich eine Geldanlage lohnt. Vielen Anlegern geht es ja vor allem darum, ihr Geld sicher anzulegen, und da ist eine Immobilie immer noch die erste Wahl.

Ist die Immobilie als Kapitalanlage auch sinnvoll, wenn die Preise weiter steigen?

T. Hermanns: Ja, durchaus. Die weiterhin günstigen Rahmenbedingungen für eine Finanzierung machen trotz hoher Preise den Immobilienkauf attraktiv. Ein Käufer sollte nur die Nachhaltigkeit im Auge behalten. Wir wollen für jeden Verkäufer den bestmöglichen Preis erzielen, achten aber darauf, dass die Rendite für den Käufer auch nachhaltig erzielbar ist. Man muss zum Beispiel die aktuell vereinbarten Mieten in Relation zum heutigen Mietspiegel sehen – oft gibt es da noch Anpassungspotential. Dies muss bei der Beurteilung eines Objektes dann einfließen. Dazu muss man sich allerdings in der Region gut auskennen. Es bestehen große Unterschiede, manchmal schon von Straße zu Straße.

Es gibt Käufer, die zum ersten Mal ein solches Objekt erwerben. Was können sie nach dem Kauf tun, um das Beste daraus zu machen?

T. Hermanns: Es geht vor allem darum, die wirtschaftliche Nutzung so zu gestalten, dass eine angemessene Rendite dabei entfällt. Die S-Immo bietet deshalb auch den Servicebereich der Haus- und Grundstücksverwaltung an. Dort wird die Immobilie nach dem Kauf nicht nur verwaltet, wir versuchen vielmehr den Wert der Immobilie nachhaltig zu steigern. So können wir unseren Kunden ein Rundum-sorglos-Paket für ihre Immobilie anbieten.

Tobias Hermanns

Vertriebsleiter
Sparkassen Immobilien GmbH

Immobilien-Vermittlung	Grundstücks-Entwicklung
Immobilien-Bewertung	Haus-und Grundstücks-Verwaltung

s immo. REGION AACHEN

www.s-immo-aachen.de
+49 (0) 2405 49800 0

Zu(sammen)kunft

IHK Aachen bringt Erkenntnisse zum Wirtschaftsstandort ins offizielle „Memorandum NRW gestalten“ ein

Am Ende von vier Jahren Landes-„Fortschrittskongress“: IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer (l.) überliefert NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin die Ergebnisse der von der IHK Aachen geleiteten Arbeitsgruppe „Zukunft des Wirtschaftens“.

Foto: MAIS NRW/Joe Kramer

Der auf vier Jahre angesetzte Dialogprozess „Fortschritt gestalten NRW“ der nordrhein-westfälischen Landesregierung ist im Januar in Düsseldorf zu Ende gegangen. Die IHK Aachen hatte in dieser Zeit die Arbeitsgruppe „Zukunft des Wirtschaftens“ geleitet. „In NRW ist jeder vierte Beschäftigte in der Industrie tätig – und mehr als 40 Prozent der Dienstleistungsunternehmen sind direkt oder indirekt von der Industrie abhängig“, betonte Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen und Sprecher der Arbeitsgruppe, beim Abschlusskongress in Düsseldorf. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppe hat die IHK Aachen in ein Memorandum eingebracht.

Insgesamt beschäftigt die Industrie NRW-weit rund 1,2 Millionen Menschen und bildet knapp 26.000 Nachwuchskräfte aus. Die mehr als 10.000 Unternehmen haben im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von rund 330 Milliarden Euro erzielt. „Wir müssen uns immer wieder verdeutlichen, dass das produzierende Gewerbe in unserem Land das Fundament für Arbeitsplätze, Wohlstand und Steuereinnahmen bildet“, sagte Bayer.

Ein Ziel: Industrie-Akzeptanz stärken

Deshalb setzen sich die Industrie- und Handelskammern in ihren einzelnen Regionen, aber auch in landesweiten Prozessen wie etwa im Dialog „Fortschritt gestalten“ für industriefreundliche Rahmenbedingungen ein. Dabei geht es erklärtermaßen darum, NRW zum Top-Standort für die Digitalisierung auszubauen, Innovations- und Technologiepotenziale zu fördern, die Energiewende effizient und fair zu gestalten, Fachkräfte zu gewinnen und zu sichern, die Verkehrsinfrastruktur in NRW erheblich zu verbessern und die Bedeutung der Industrie auch für die Bürger sichtbar zu machen.

„Seien es die Folgen des Klimawandels, die Frage nach einer umweltverträglichen und bezahlbaren Energieversorgung und Mobilität, der Umgang mit einer wachsenden Ressourcenverknappung, die Auswirkungen des demografischen Wandels oder die zunehmende soziale Ungleichheit: Wir stehen vor großen Herausforderungen, die wir durch technische Innovationen allein nicht bewältigen können“, wird NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin im abschließenden Memorandum zitiert, in dem die Ergebnisse der insgesamt sechs Arbeitsgruppen zusammengetragen sind. Im Rahmen des Dialogprozesses „Fortschritt gestalten“ hatten Experten aus Forschung und Praxis gemeinsam Ideen für die

Zukunft des bevölkerungsreichsten Bundeslandes entwickelt. Im Mittelpunkt standen Wirtschaft und Arbeit, das Leben in Städten und Metropolen, die Energieversorgung und der Dialog zwischen Unternehmen und Gesellschaft. In vier Kongressen und zwei Workshops hatte die IHK Aachen mit Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft Lösungsansätze erarbeitet, die die Kammer in das Memorandum „Fortschritt gestalten" eingebracht hat. Das Dokument ist im Internet zu finden.

@ www.fortschritt-gestalten.nrw.de

INFO

Bald neu zu lesen: Die industriepolitischen Leitlinien der IHK Aachen

Welche politischen Rahmenbedingungen sind künftig notwendig, um die Industrie als Fundament für Arbeitsplätze, Wohlstand und soziale Sicherung zu erhalten? Die Antwort auf diese Frage möchte die IHK Aachen mit ihren industriepolitischen Leitlinien geben, die im kommenden Mai veröffentlicht werden. Diese Leitlinien sind als eine Einladung zu verstehen, sich gemeinsam mit den Unternehmern der Region und der Industrie- und Handelskammer Aachen für die Zukunftsfähigkeit unseres Industriestandorts einzusetzen.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 75732)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Anke Schweda
Tel.: 0241 4460-271
anke.schweda@aachen.ihk.de

Hotel der Zukunft: IHKs zeigen den Betrieben neue Wege auf

Die IHKs aus Aachen und Koblenz laden im Rahmen der „Zukunftsinitiative Eifel" gemeinsam zur Veranstaltung „Innovative Technologien in der Hotellerie" ein. Am Dienstag, 28. März, geht es von 15 bis 16.30 Uhr im „Dorint Parkhotel Bad Neuenahr", Am Dahliengraben 1 in Bad Neuenahr-Ahrweiler, unter anderem um „Automatisierte Check-in- und Check-out-Prozesse", „Effiziente Prozessgestaltung und Automatisierung in Beherbergungsbetrieben", „Konzepte zur zeitlich flexiblen Hotelzimmerbuchung" und „Anwendungsfelder für den Einsatz innovativer Technologien im Hotel, deren Chancen und Risiken". Derzeit geht das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation im Rahmen des Innovationsnetzwerks „FutureHotel" mit Partnern aus Wirtschaft und Hotelbranche der Frage nach, wie Hotels in Zukunft aussehen. Dabei werden für Bereiche wie Hotelzimmer, Lobby, Rezeption und Tagungsräume neue Lösungen aufgezeigt und technologische Innovationen sowie wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Gesichtspunkte berücksichtigt. Die verbindliche Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme ist bis 22. März auf der Internetseite der IHK Koblenz möglich.

@ www.ihk-koblenz.de (Web-Code: 3641614)

Start-up-Unternehmer können die Stadt New York erkunden

New York gilt als einer der dynamischsten Wirtschaftsstandorte und hat sich neben dem kalifornischen „Silicon Valley" zu einem „Hotspot" für Start-up-Betriebe aus der ganzen Welt entwickelt. „NRW.International" organisiert zusammen mit den IHKs Aachen, Düsseldorf und Dortmund eine Reise, die Start-up-Unternehmer vom 4. bis 9. Juni nach New York führen soll. Die Teilnehmer können die boomende Gründerszene New Yorks erleben und ihr Potenzial für den US-Markt ausloten. Die Reise richtet sich an Start-up-Unternehmen aus den Bereichen Biotechnologie, Pharma, Cleantech, Energie, Medien sowie Informations- und Kommunikationstechnik.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 3625300)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Claudia Masbach
Tel.: 0241 4460-296
claudia.masbach@aachen.ihk.de

Auf zu „Lady Liberty": Eine von der IHK mit organisierte Reise führt Start-up-Unternehmer vom 4. bis 9. Juni nach New York.

Foto: IHK Aachen

Kann die Idee der Metropolregion unterschreiben: IHK-Vizepräsident Andreas Bauer.

Alles eine Nummer größer

Die offiziell gegründete „Metropolregion Rheinland" setzt Infrastruktur, Bildung, Forschung und Tourismus auf die gemeinsame Agenda

Insgesamt 35 Städte, Kreise und Verbände haben Mitte Februar in Düsseldorf offiziell die „Metropolregion Rheinland" ins Leben gerufen. Der Zusammenschluss soll in den Bereichen „Verkehr und Infrastruktur", „Bildung und Forschung", „Standortmarketing" sowie „Kultur und Tourismus" eine engere Kooperation in der Region schaffen, in der rund neun Millionen Menschen leben. „Wenn die Zusammenarbeit eingespielt ist, werden alle Partner großen Nutzen daraus ziehen – etwa durch die Gewinnung von Fachkräften und die Ansiedlung internationaler Investoren", sagt Michael F. Bayer, Vorstandsmitglied der Metropolregion und Hauptgeschäftsführer der am Entstehungsprozess beteiligten IHK Aachen.

Die Akteure haben sich die Verbesserung der Wettbewerbs- und Handlungsfähigkeit auf regionaler, landes- und bundesweiter sowie möglichst auch europäischer Ebene auf die Fahne geschrieben. Zu den weiteren Zielen zählen eine steigende Akquise der Fördergelder von Land, Bund und EU, die Bündelung von Interessen – vor allem bei überregionalen Planungen wie beim Bundesverkehrswegeplan oder „Landesentwicklungsplan NRW" – sowie die bessere Vermarktung des Rheinlands zur Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften. „Die Metropolregion Rheinland wird starke Impulse zur überregionalen Wahrnehmung als Arbeits- und Lebensraum senden, und wir können schon erste Ergebnisse präsentieren", sagt Andreas Bauer, Vizepräsident der IHK Aachen: „Eine Arbeitsgruppe der herausragenden Universitäten und großen Forschungseinrichtungen bekundet im gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern erarbeiteten Leitbild den Willen zur Zusammenarbeit und zur internationalen Profilierung als Forschungsregion."

Die Geschäftsstelle der Metropolregion soll beim Landschaftsverband Rheinland in Köln unterkommen. Vorsitzender der Metropolregion Rheinland ist der Düsseldorfer Oberbürgermeister Thomas Geisel.

Foto: Andreas Wiese

Blicken einer großen Form der Zusammenarbeit entgegen: Die „Metropolregion Rheinland"-Akteure aus dem Wirtschaftsraum Aachen mit IHK-Vizepräsident Andreas Bauer (l.) und IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer (2. v. l.).

Heike Krier übernimmt die IHK-Abteilung Berufsbildung

Heike Krier ist neue Geschäftsführerin der Abteilung Berufsbildung der Industrie- und Handelskammer (IHK) Aachen. „Wir wollen das Erfolgsmodell der dualen Berufsbildung weiter vorantreiben", betont Krier: „Mit der Integration junger Flüchtlinge und den Anforderungen der Digitalisierung stehen wir dabei vor zwei neuen zentralen Aufgaben." Die Juristin arbeitet seit 1998 für die Kammer, wo sie von 2013 an bis zuletzt die Abteilung „Recht, Existenzgründung und Unternehmensförderung" leitete und die Geschäftsführung der „GründerRegion Aachen" innehatte. Ihre berufliche Laufbahn in der IHK Aachen hatte die erste Geschäftsführerin in der mehr als 200-jährigen Geschichte der Kammer als Referentin in der Rechtsabteilung begonnen. 2007 war sie in die Abteilung „Organisation und Personal" gewechselt, wo sie die Bereichsleitung „Beitrag, Stammdatenverwaltung, EDV und Registratur" übernahm. Später wurde sie zur stellvertretenden Geschäftsführerin im Bereich der Fort- und Weiterbildung ernannt. Heike Krier folgt auf Heinz Gehlen, der die Abteilung Berufsbildung 22 Jahre lang als Geschäftsführer geleitet hatte und Ende Februar in den Ruhestand verabschiedet wurde.

Foto: IHK Aachen/Heike Lachmann

Übernimmt einen zentralen Aufgabenbereich der IHK Aachen: Heike Krier wird Geschäftsführerin der Abteilung Berufsbildung.

„Integration braucht Perspektiven": Betriebe und Experten diskutieren über die Beschäftigung von Geflüchteten

Die IHK Aachen und das „NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge" laden für Dienstag, 21. März, von 16.30 bis 20 Uhr zu einer gemeinsamen Veranstaltung in die Kammer ein. Die Teilnehmer erfahren, wie die Integration von Geflüchteten in Betriebe gelingen kann. Dabei können sie Erfahrungen austauschen und neue Perspektiven kennenlernen. In einer Talk-Runde bieten die Unternehmer Thomas Käfer (Käfer EDV-Systeme GmbH, Würselen), Thomas Pennartz (Kreissparkasse Heinsberg) und Winand Ulhas (Robert Ley Outlet, Langerwehe) Einblicke in ihre Zusammenarbeit mit Flüchtlingen und beantworten Fragen des Publikums. An „Themen-Tischen" diskutieren die Teilnehmer im Anschluss mit Experten über „Interkulturelle Kompetenz in Betrieben" und „Niederschwellige Wege, Geflüchtete zu beschäftigen". Die Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme ist im Online-Veranstaltungskalender der IHK Aachen möglich.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 10196252)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Kerstin Faßbender
Tel.: 0241 4460-206
kerstin.fassbender@aachen.ihk.de

Lieferantenerklärung: Die IHK informiert über neue Regelungen

Die rechtmäßige Ausstellung von Lieferantenerklärungen durch Hersteller oder Zwischenhändler ist an umfangreiche Voraussetzungen gebunden. Mit dem Inkrafttreten des neuen Unionszollkodex zum 1. Mai 2016 haben sich einige Änderungen ergeben. Die Teilnehmer eines Seminars in der Industrie- und Handelskammer Aachen können am Mittwoch, 5. April, von 13 bis 16 Uhr lernen, welche Angaben und Inhalte richtig und erforderlich sind. Referent ist Volker Müller in seiner Funktion als Ständiger Vertreter des Vorstehers des Hauptzollamts Aachen. Das Teilnahmeentgelt beträgt 70 Euro; die Anmeldung erfolgt online bis 30. März.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 17-905)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Karin Sterk
Tel.: 0241 4460-297
karin.sterk@aachen.ihk.de

Ansprechpartner Anzeigenberatung
Michael Eichelmann, Tel.: 0241 5101-254, Fax: 0241 5101-253, wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de

An die „Aachener Engel“: Die IHK-Mitarbeiter spenden für bedürftige Menschen

Die Mitarbeiter der IHK Aachen haben den Aachener Engel e.V. mit einer Spende unterstützt. Der Erlös von 1.000 Euro war während des Basars zur Weihnachtsfeier der Kammer zusammengekommen. Der im Jahr 2005 als Privatinitiative ins Leben gerufene Verein hilft krebskranken Menschen bei der Bewältigung des Alltags und betreut Hinterbliebene. Nachdem Initiator Martin Lücker eine Krebserkrankung überstanden hatte, wollte er anderen Menschen in ähnlichen Lebenslagen helfen. Um auch Opfern von Unfällen, Missbrauch, Gewalt oder sozialer Ungerechtigkeit zu unterstützen, passt der Verein sein Hilfsangebot ständig an. Unter anderem organisiert er zahlreiche Aktionen und setzt sich für Menschen ein, die von der Gesellschaft ausgegrenzt werden. Zuwendungen nimmt der „Aachener Engel e.V.“ auf dem Spendenkonto mit der IBAN DE30 3905 0000 0000 1177 05 bei der Sparkasse Aachen dankbar entgegen.

@ www.aachener-engel.de

Foto: IHK Aachen/Sarah Koll

Frohe Botschaft für die „Aachener Engel“: Im Namen der IHK-Belegschaft überreichen Iris Schall (1. v. l.), Nils Wienands (2. v. l.), Hannah Scholl (Mitte), Jana Ringel (2. v. r.) und Carolin Hecker (1. v. r.) den Spendenscheck an Initiator Martin Lücker (4. v. r.) und sein Team.

Ungarn-Reise bietet Einblicke in die Automotive-Branche

In Kooperation mit der „MTH AussenWirtschaftsBeratung“, der Provinz Limburg und der IHK Hagen bietet die IHK Aachen vom 15. bis 18. Mai eine „Unternehmerreise Automotive“ nach Ungarn an. Die Reise führt nach Budapest, Györ und Kecskemét und richtet sich an kleine und mittelständische Unternehmen – vor allem Automobilzulieferer der gesamten Lieferkette (Tier-1, Tier-2, Tier-3) – sowie sonstige Zulieferer. Auf dem Programm stehen Werksbesuche und individuell organisierte Matching-Gespräche mit potenziellen Geschäftspartnern.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr. 3626406)

i IHK- Ansprechpartnerin:
Claudia Masbach
Tel.: 0241 4460-296
claudia.masbach@aachen.ihk.de

Digitalisierung, Europa und Freihandel: Die IHK Aachen lädt zu ihrer Jahresvollversammlung 2017 ein

Archivfoto: Andreas Herrmann

Vom Strukturwandel bis hin zur Flüchtlingsintegration: IHK-Präsident Bert Wirtz spricht im Krönungssaal des Aachener Rathauses vor mehreren hundert Gästen über die Wirtschaftslage im Kammerbezirk.

Am Dienstag, 14. März, findet um 11 Uhr im Krönungssaal des Aachener Rathauses die öffentliche Jahresvollversammlung der Industrie- und Handelskammer Aachen statt. IHK-Präsident Bert Wirtz wird sich in seiner Ansprache neben der aktuellen Lage der Wirtschaft im Kammerbezirk auch über die Perspektiven der Region äußern. Unternehmensvertreter, die teilnehmen möchten und bis 27. Februar 2017 noch nicht schriftlich eingeladen wurden, können ihre Einladung im Sekretariat der Hauptgeschäftsführung der IHK Aachen anfordern. Der Versand der Einladungen erfolgt in der Reihenfolge des Eingangs unter Berücksichtigung der vorhandenen Plätze.

i IHK-Ansprechpartnerin:
Andrea Ehlen
andrea.ehlen@aachen.ihk.de
Fax: 0241 4460-201

Wohin geht es mit Trump? „Zoll- und Außenwirtschaftsforum USA und Mexiko“ informiert über den Stand der Dinge

Die umfassende Kenntnis der zollrechtlichen Besonderheiten und Bestimmungen ist für den erfolgreichen Warenverkehr in die NAFTA-Länder USA und Mexiko unverzichtbar. Ob die neue US-Administration an dem handelspolitischen Rahmen etwas ändern wird, bleibt abzuwarten. Die beiden Länderschwerpunkt-Kammern aus Düsseldorf und Aachen laden für Mittwoch, 22. März, zum 4. „Zoll- und Außenwirtschaftsforum USA und Mexiko“ in die IHK Düsseldorf ein, um die aktuellen zoll- und außenwirtschaftsrechtlichen Bestimmungen beider Länder vorzustellen. Die Teilnahme ist kostenpflichtig. Weitere Informationen gibt es im Internet.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 10195366)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Claudia Masbach
Tel.: 0241 4460-296
claudia.masbach@aachen.ihk.de

Telemedizin: Kooperationsnetzwerk sucht Partnerbetriebe

Unternehmen mit Interesse an der Telemedizin können sich ab sofort im geförderten „ZIM“-Netzwerk „TELEsKoP-Telemedizin entlang der klinischen Prozesskette“ einbringen. Ziel des Kooperationsverbunds ist es, Lösungen für telemedizinische Anwendungen im klinischen Alltag von der Präklinik bis hin zur Rehabilitation und Pflege zu entwickeln und in marktnahe Produkte umzusetzen. Das Netzwerk wird von der MedLife GmbH koordiniert und steht interessierten e-Health-Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus der Region Aachen offen. Zusammen mit elf mittelständischen Betrieben, einer klinischen und zwei wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen werden von Aachen aus „F&E“-Projekte beantragt und umgesetzt. Das Netzwerk wird ein Jahr lang durch das Bundeswirtschaftsministerium gefördert. Optional lässt sich die Förderung um zwei Jahre verlängern. Weitere Informationen gibt es bei „MedLife“.

@ www.medlife-gmbh.de

„Die Warentarifnummer“: So funktioniert die Einreihung von Gütern in den Zolltarif

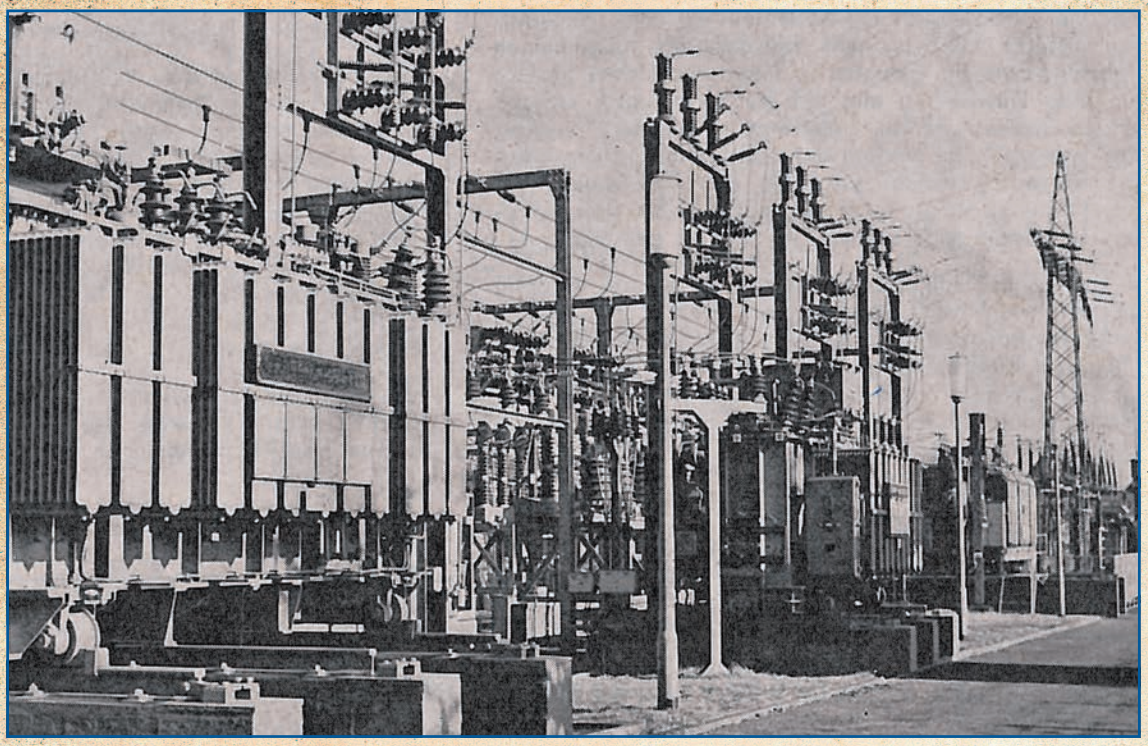
Die korrekte Einreihung von Waren in den Zolltarif ist die Grundlage aller Einfuhr- und Ausfuhrprozesse sowie der Ermittlung der Ursprungseigenschaften. Unternehmen, die den Status als AEO (Zugelassener Wirtschaftsbeteiligter) beantragen, müssen dokumentieren, wie sie die Zolltarifdaten ermitteln. Aus den Zolltarifnummern werden bei der Einfuhr die Zollsätze für Waren abgeleitet. Die IHK Aachen lädt für Donnerstag, 30. März, von 13 bis 16 Uhr zum Seminar „Die Warentarifnummer“ in die Kammer ein. Volker Müller, Ständiger Vertreter des Vorstehers des Hauptzollamts Aachen, erläutert dabei systematisch den Aufbau und die Handhabung des Statistischen Warenverzeichnisses und des „Elektronischen Zolltarifs“. Die Teilnehmer erfahren anhand von zahlreichen Beispielen grundsätzliche Regeln und spezielle Vorschriften für die Einreihung von Waren in den Zolltarif.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 17-904)

i IHK-Ansprechpartnerin:
Karin Sterk
Tel.: 0241 4460-297
karin.sterk@aachen.ihk.de

Alt… hergebracht

Das stand vor 50 Jahren in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“



Grafik: © eleonora_77 – Fotolia.com/Foto: IHK Aachen

Energieversorgung und Verkehrsbedienung

„Nachdem im Jahre 1912 die elektrische Energie, wenn auch vorerst in der Hauptsache als Lichtspender, in den damaligen Kreisen Geilenkirchen und Heinsberg ihren Einzug hielt, hat sie in den folgenden Jahren einen rasanten Aufschwung genommen. Die bis dahin in unserer Heimat vorhandenen Kraftenergiequellen der Wind-, Wasser- und Dampfmaschinenkraft wurden in der Folgezeit von der Elektrizität fast vollkommen verdrängt.“

Elektrifizierung der Strecke Aachen – Mönchengladbach bis 1968

„Wie der Minister für Wirtschaft, Mittelstand und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen der Kammer mitteilte, ist es durch eine finanzielle Vereinbarung der Landesregierung mit der Deutschen Bundesbahn nun doch noch gelungen, die Durchführung der Umstellungsmaßnahmen für die Elektrifizierung der Strecke Aachen – Mönchengladbach dergestalt zu sichern, daß – falls keine unvorhersehbaren Schwierigkeiten eintreten – mit einem elektrischen Zugverkehr im Herbst 1968 gerechnet werden kann.“

- Präsentieren Sie Ihr Unternehmen potentiellen Bewerbern in der Region
- Zielgruppe: Spezialisten, Fachkräfte, Hochschulabsolventen und Auszubildende aus der Region
- Zeigen Sie Kompetenz und beteiligen Sie sich an unserem Besucherprogramm - mit Fachvorträgen, Coachings u.v.m.

Eine Veranstaltung von:

kalaydo.de

Aachener Zeitung
Aachener Nachrichter

AACHENER Karrieretag

II Eins nach dem anderen: IHK-Innovationsexperte Thomas Wendland ist immer auf der Suche nach neuen Themen.

Foto: Heike Lachmann

„Ohne Neugier geht nichts!"

Thomas Wendland erklärt, wie er als IHK-Innovationsexperte Unternehmen bei Zukunftsthemen unterstützt – und so die Wirtschaft mit der Wissenschaft vernetzt

VON SARAH KOLL

Warum können Flugzeuge fliegen? Und wie kommen Raketen zum Mond? – Fragen, die Thomas Wendland schon als jungen Mann bewegt haben. Kein Wunder also, dass er nach der Schule Luft- und Raumfahrttechnik studierte. Eher zufällig hingegen führte ihn sein beruflicher Weg einige Jahre später zur IHK Aachen, für die er seit 2002 als Experte für „Technologie und Innovation" arbeitet. Wie der Ingenieur seine Technikbegeisterung hier einbringt, warum Innovationen nicht nur für große Betriebe eine Rolle spielen und wie er Unternehmen und Hochschulen auf ihrem Weg zu neuen Ideen unterstützt, erzählt der IHK-Referatsleiter im Interview mit den „WN".

WN: Gerade für kleine und mittlere Unternehmen ist es nicht einfach, für Innovationen die nötige Zeit und Ressourcen aufzubringen. Wie unterstützen Sie und Ihre Kollegen die Betriebe dabei?

Wendland: Wir beraten sie dabei, aus einer Idee ein Konzept zu entwickeln. Gemeinsam besprechen wir die ersten Schritte, stellen im Anschluss nötige Kontakte her, helfen bei der Suche nach geeigneten Fördermitteln und bei der Antragstellung. Darüber hinaus haben wir viele gute Kontakte zu Unternehmen und Hochschulen der Region. So können wir sehr gezielt Kontakte zu Professoren und Instituten herstellen.

WN: Können Sie ein Beispiel für eine erfolgreiche Innovationsberatung nennen?

Wendland: Ein schönes, weil untypisches Beispiel ist das Autohaus Klaus Schmitt in Düren-Kreuzau. Ein Autohaus wird ja normalerweise nicht mit einem innovativen Betrieb assoziiert. Aber dieser Unternehmer hatte die Idee für ein internetbasiertes Software-Tool, das bei der Suche nach Auto-Ersatzteilen für ältere Fahrzeugmodelle helfen soll, die in den Warenwirtschaftssystemen nicht mehr zu finden sind. Das Beispiel zeigt: Es sind nicht immer nur die Hightech-Produkte, die innovativ sind! Manchmal gilt: Je einfacher, desto besser. Das Thema betrifft nicht nur die Großen. Jedes kleine und mittlere Unternehmen kann innovative Produkte oder Prozesse entwickeln. Genau hier liegt unser Fokus: Wir wollen diese Betriebe auf ihrem Weg zu Innovationen befördern.

> *„Manchmal gilt: Je einfacher, desto besser. Das Thema betrifft nicht nur die Großen. Jedes kleine und mittlere Unternehmen kann innovative Produkte oder Prozesse entwickeln."*
>
> *Thomas Wendland, IHK Aachen*

WN: Wie haben Sie dem Unternehmer konkret weitergeholfen?

Wendland: Wir haben den Kontakt zur FH Aachen hergestellt, gemeinsam mit dem Autohaus ein Konzept entwickelt und eine Zielsetzung definiert. Daraufhin haben wir einen Antrag für eine Beratungsförderung – den „Innovationsgutschein NRW" – erstellt. Gemeinsam mit der FH hat das Unternehmen danach an dem Tool gearbeitet. Derzeit stellt der Unternehmer einen zweiten Förderantrag, um das fertige Produkt entwickeln zu können.

WN: Als gelernter Ingenieur bringen Sie das nötige technische Background-Wissen für den Job als Innovationsberater mit. Welche Fähigkeiten sind sonst noch gefragt?

Wendland: Ohne Neugier geht nichts! Man sollte immer auf der Suche nach neuen Themen sein, die für die Zukunft wichtig sein könnten. Außerdem sind Kommunikationsfähigkeiten, Organisationstalent und Beharrlichkeit gefragt. Und man braucht Geduld! Denn die Prozesse sind oft sehr langwierig oder gestalten sich schwieriger als angenommen.

WN: Wie bereiten Sie neue Themen für die Unternehmen auf?

Wendland: Der klassische Weg beginnt mit einer Info-Veranstaltung, wo wir die Unternehmer für das Thema sensibilisieren und zusammenbringen. Bei unserem Veranstaltungsformat „Potenziale" zum Beispiel laden wir Unternehmer in die Forschungseinrichtungen ein. Beim nächsten Mal geht es mit dem RWTH-Institut für Industrieofenbau um thermische Prozesse in der Produktion. Gerne kommen die IHK-Innovationsberater auch für individuelle Gespräche ins Unternehmen. ▸

Thermotransfer-Etikettendruck
Drucksysteme · Fachservice · Ersatzteile
Etiketten · Farbbänder · Continuous InkJet
umfangreiche Lagerhaltung · schneller Lieferservice
alpharoll Ihr Spezialist für Thermotransfer-Etikettendruck und Automatische Identifikation

alpharoll
Telefon: 0241/903939
info@alpharoll.com
www.alpharoll.com

WN: Angenommen, Sie könnten Ihr eigenes Projekt entwickeln: Welche Innovation wäre spannend für Sie?

Wendland: Wenn ich mehr Ahnung von Software hätte, wäre MP3 eine coole Sache gewesen! *(lacht)* Auch am Thema „3-D-Druck" beziehungsweise „additive Fertigung" hätte ich gerne aktiv mitgewirkt. Das ist eine der faszinierendsten Technologien, weil man sie greifen kann, weil sie vieles komplett auf den Kopf stellt. Mittlerweile revolutioniert sie einige Teile des Maschinenbaus und der Logistikbranche. Spannend finde ich außerdem die Aerodynamik und Geräuschentwicklung bei fahrenden und fliegenden Teilen. Hier hätte ich gerne experimentell mitgearbeitet, zum Beispiel beim Aufbau von Prüfständen. Eigentlich bin ich ja eher ein praktischer Mensch...

WN: Und das lässt sich mit der IHK-Arbeit vereinbaren?

Wendland: *(lacht)* Mit praktischer Arbeit habe ich gelernt, die Dinge pragmatisch anzugehen und die einfache Lösung zu suchen. Wir sehen so viele neue Ideen – und wir lernen so viele interessante Leute kennen, mit denen man Neues entwickeln kann. Das macht unseren Job unheimlich spannend. Und wir helfen gern!

ZUR PERSON

Foto: Heike Lachmann

Thomas Wendland, Referatsleiter „Technologie und Innovation" bei der IHK Aachen

Nicht aus der Luft gegriffen: Ein Raumfahrttechniker bei der IHK

Thomas Wendland, 1963 in Erkelenz geboren, studierte Luft- und Raumfahrttechnik an der RWTH Aachen. Anschließend arbeitete er zwei Jahre lang im Berufsbildungszentrum Euskirchen (BZE), wo er im Rahmen einer Projektarbeit unter anderem Weiterbildungsmaßnahmen für den Beruf des „Mechatronikers" entwickelte. Ab 1994 baute er die Technik-Agentur Euskirchen (TAE) zur Innovationsförderung kleiner und mittlerer Unternehmen auf. Seit 2002 ist er als Referatsleiter „Technologie und Innovation" bei der IHK Aachen tätig.

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

@ www.aachen.ihk.de/innovation

Vom mobilen Dorf bis hin zum Eisprung

„AC² – der Gründungswettbewerb" kürt im Rahmen der ersten Phase zehn aussichtsreiche Ideen aus der Region

Foto: GründerRegion Aachen/Axel Goeke

Aussichtsreich: Die Ideengeber der zehn erfolgversprechendsten Projekte im Rahmen der ersten Phase des „AC²"-Gründungswettbewerbs.

Die Initiative „AC² – der Gründungswettbewerb" hat im Rahmen der ersten Phase zehn erfolgversprechende Businesspläne aus der Wirtschaftsregion ausgezeichnet. Die aussichtsreichen Unternehmensideen wurden im „Haus der StädteRegion Aachen" mit jeweils 1.000 Euro honoriert.

Das Projekt „AeroFib" der Aachener Alexander Lücking, Dr. Davide Pico, Dr. Wilhelm Steinmann, Dr. Gunnar Henrik Seide und Professor Dr. Thomas Gries beschäftigt sich mit der Produktion und der Vermarktung von flexiblen, leichten und isolierenden Aerogelfasern für Hightech-Anwendungen. Ebenfalls aus Aachen kommt das Team „Ewomis", bestehend aus Dr. Andreas Schiwy, Dr. Beat Thalmann, Dr. Hongxia Xiao und Monika Yordanova. Sie wollen ein Produkt zur Simulation des Lebermetabolismus herstellen, das in der (öko-) toxikologischen und pharmazeutischen Forschung verwendet werden soll. Felicia Kufferath-Kaßner betreibt im Kreis Düren unter dem Namen „Féline Vintage Jewelry" einen Online- und Boutique-Vertrieb von originalen zertifizierten Vintage-Designer-Schmuckstücken.

Mit einer Antwort auf die Frage „Is it fresh?" befassen sich die Gründer Alexey Yakushenko, Jan Hendrik Schnitker und Dr. Marcel Grein aus der Städteregion Aachen. Ihr Plan: Mit der Digitalisierung durch drahtlose „freshtags" soll der Frischestatus von Lebensmitteln angezeigt werden. Um die Verbesserung von Qualität, Produktivität und Bedienbarkeit beim Laserstrahlschweißen geht es bei der Geschäftsidee „LaVaix" der Gründer Dr. Christian Otten und Stephan Klein aus der Städteregion Aachen. Das Projekt „Medical Magnesium" der Aachener Florian Coppers und Kilian Reuß beschäftigt sich indes mit der Entwicklung einer neuartigen Technologie, durch die Implantate nach dem Heilungsprozess vom Körper in Knochenmaterial umgewandelt werden sollen. Die beiden Euskirchener Lukas Böhm und Felix Peters wollen mit ihrer Idee „mobilesdorf" durchstarten. Das Konzept aus Beratung, Software und Support soll Kommunen im ländlichen Raum zu Carsharing-Anbietern mit Elektrofahrzeugen entwickeln.

Die Aachener Dr. Simon Koopmann, Moritz Cramer, Philipp Goergens und Fabian Potratz planen in Zeiten der Energiewende mit „n-voy Systems" die Unterstützung von Stromnetzbetreibern durch modulare Software-Lösungen. Der Vertrieb von besonderen hölzernen Accessoires mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Wertigkeit und Wirtschaftlichkeit ist unterdessen die Idee „rootpecker" der beiden Aachener Sebastian Stümpel und Vera Firmbach. Mit ihrer „Klugen Scheibe" wollen die ebenfalls aus Aachen stammenden Geschäftspartner Ina Biermann und Peter Kluck einen Blick auf die Zusammenhänge von Menstruation, Eisprung und Sex ermöglichen.

Für alle 135 Gründungsprojekte geht es jetzt in die zweite Phase von „AC² – der Gründungswettbewerb", an deren Ende ein umsetzungsfähiger Detail-Businessplan steht. Die drei besten Pläne werden am 1. Juni im Aachener Rathaus mit Geld- und Sachpreisen prämiert. Ein Einstieg in den laufenden Wettbewerb ist noch möglich.

@ www.ac-quadrat.de

i Info und Anmeldung:
GründerRegion Aachen
Tel.: 0241 4460-350
info@ac-quadrat.de

Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com

Foto: © motorradcbr – Fotolia.com

Foto: © David Asmuth – Fotolia.com

Foto: © Scanrail – Fotolia.com

Ein professionelles Projektmanagement ist der Schlüssel zum Erfolg

Projekte erfolgreich entwickeln und umsetzen

Bei großen Immobilieninvestments kommt es im Einzelfall vor, dass die vorab fixierten Bauzeiten, -kosten oder sogar -qualitäten nicht eingehalten werden. In jüngster Vergangenheit zeugen einige prominente Beispiele, wie das Kölner Opernhaus, die Hamburger Elbphilharmonie, der Stuttgarter Hauptbahnhof oder der Flughafen Berlin Brandenburg, von diesem Dilemma.

Sicherlich führen verschiedene Ursachen zu der genannten Problematik. Bauzeiten- und Baukostenüberschreitungen sowie Bauqualitätsabweichungen entstehen vielfach dadurch, dass die zur Zusammenarbeit gezwungenen Immobilienakteure, wie beispielsweise Investoren, Financiers, Entwickler, Planer, Makler, Verwalter, Bauunternehmer etc., nicht zielorientiert durch ein professionelles Projektmanagement gesteuert werden. Leider wird das

Foto: © Kalinovsky Dmitry – Fotolia.com

Foto: © takasu – Fotolia.com

Foto: © pressmaster – Fotolia.com

Foto: © Nataliya Hora – Fotolia.com

Know-how der Immobilienakteure, die über verschiedenartige Biografien, Erfahrungen und Ausbildungen (Architektur, Betriebswirtschaft, Geodäsie, Jura, Stadtplanung etc.) verfügen, oftmals nicht oder nicht hinreichend gebündelt, so dass sie aneinander vorbei kommunizieren und planen. Darüber hinaus verfolgen die in ein Projekt eingebundenen Akteure unterschiedliche individuelle Ziele. Dies ist grundsätzlich nachvollziehbar und legitim, führt aber zu ungeahnten Problemen. Nachfolgend werden gegebenenfalls mögliche Individualziele kurz exemplarisch beleuchtet: Immobilienvermittler oder Projektentwickler fokussieren meist nur die kurzzeitige und uneingeschränkte Projektrealisation. Spätere Probleme für Investoren, Betreiber und Nutzer sind für sie irrelevant.

Planer streben nach immobilienorientierter Ästhetik, Innovation sowie Einzigartigkeit. Sie werden in ihrem Handeln zwar auch monetär geleitet, möchten aber mit Hilfe ihrer Entwürfe vornehmlich bleibende Monumente schaffen.

Berater oder Fachingenieure haben in der Regel nur ihren immobilienwirtschaftlichen Beratungsauftrag, die damit einhergehende Aufgabenstellung, die zu erarbeitende Problemlösung und das sich letztlich ergebende Honorar im Fokus.

Investoren, Immobilienfinanciers oder Fondsmanager peilen die Investmentziele „Rendite sowie Drittverwendungsfähigkeit“ an. Soziale, ökologische, gesellschaftliche, ethische sowie kulturelle Zielvorstellungen sind eher selten anzutreffen oder werden ausschließlich „alibisierend“ kommuniziert.

Für Generalunternehmer oder Handwerksbetriebe stehen die aus den jeweiligen Aufträgen resultierenden Anforderungen an Qualität und Zeit im Vordergrund der Zielformulierung. Daher werden sie stets bemüht sein, die geforderten Anforderungen unter Beachtung möglichst niedriger Kosten zu erfüllen, damit ihr Entgeltanspruch wie auch letztlich Gewinn uneingeschränkt gesichert sind.

Betreiber oder Mieter sind primär an der Gebäudefunktionalität, an niedrigen Betriebs- und Instandhaltungskosten sowie an moderaten Mieten beziehungsweise Pachten interessiert. Sie sehen eine Immobilie stets aus der Perspektive ihres individuellen Nutz-/Mietzeitraumes sowie der damit verbundenen Fruchtziehung. Verwalter oder Asset-Manager wünschen sich vornehmlich klar strukturierte Miet- beziehungsweise Pachtverträge, wartungsfreundliche Gebäude sowie eine langfristige Vermietung oder Verpachtung großer Flächeneinheiten an wenige, bonitätsstarke Nutzer.

Um die zum Teil konträr wirkenden Individualziele der in ein Projekt eingebundenen Immobilienakteure auf ein gemeinsames Projektziel, beispielsweise den Bau einer großen Gewerbeimmobilie unter der Maßgabe von „Zeit, Qualität und Kosten“, adäquat zu verschmelzen, bedarf es eines professionellen Projektmanagements. Dieses muss losgelöst von politischen oder informellen Einflussnahmen agieren können. Das Projektmanagement, welches sich in der Regel aus einem Expertenteam rekrutiert, sollte mit dem notwendigen architektonischen, technischen, betriebswirtschaftlichen und juristischen Fachwissen, mit Analyse-, Kreativitäts-, Moderationstechniken und einem gesunden Maß an Sozialkompetenz wie auch Weitblick ausgestattet sein.

Für die projektbeteiligten Akteure wird es generell eine große Herausforderung bleiben, sich auf ein Projektmanagement einzulassen. Speziell Investoren wird somit höchste Disziplin und uneingeschränktes Vertrauen abverlangt.

Professor Dr. Erich Limpens,
FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Aachen

HiMO
INNOVATIONSZENTRUM
Raum für Handwerk, Dienstleistung und Produktion

Das Zentrum für Unternehmer und Existenzgründer!

- 7.000 qm Nutzfläche
- 19 Werk-/Lagerhallen ab 2,60 €/qm
- 19 Büroeinheiten ab 3,60 €/qm
- 40-340 qm bezugsfertig ausgebaut
- Seminar- und Schulungsräume
- Parkplätze für Mitarbeiter/Kunden
- Direkt an der B 258

Sie möchten gründen oder suchen das passende Objekt für Ihre Unternehmung?
SPRECHEN SIE UNS AN!

Am Handwerkerzentrum 1
52156 Monschau
Tel. +49 (0)2472 - 80 25 808
info@himo.de · www.himo.de

Foto: Zeitungsverlag Aachen/Harald Krömer

Viel auf dem Schirm: Wer Redakteure für den Inhalt einer Pressemeldung gewinnen will, der sollte einige Regeln beachten.

Der Blick fürs Wesentliche

Wie eine Pressemitteilung aussehen sollte, damit sie nicht zu den 70 Prozent der Meldungen gehört, die Redakteure jeden Tag in den Mülleimer werfen

VON MISCHA WYBORIS

Zum Auftakt gleich ein ausgiebiges Statement des Geschäftsführers, danach alle erdenklichen Daten zum neuen Produkt, dazu noch ein kurzer Schnappschuss mit allen Beteiligten – fertig ist die Pressemeldung. Einziges Manko: So wird sie niemand veröffentlichen... Um den Weg in die Medien zu finden, muss man wissen, was erlaubt ist und was nicht. Schließlich erreichen eine durchschnittliche Redaktion jeden Tag rund 80 Presse-Infos – und 70 Prozent davon landen im Mülleimer. Wer sich allerdings an ein paar einfache Regeln hält, bringt Neuigkeiten rund um das eigene Unternehmen erfolgreich in die Medien. Was es mit den „W-Fragen" auf sich hat, warum der Leser den Passiv-Satz gleich im doppelten Sinne als Leideform empfindet und weshalb Adjektive nicht in eine Pressemeldung gehören, zeigt der kurze IHK-Leitfaden „So kommen Unternehmen zur besseren Pressemitteilung". Die kurze Anleitung verrät außerdem, warum Gruppenfotos aus der Mode kommen – falls sie jemals in Mode waren.

Der Inhalt: Nachricht statt Werbung

Bedenken Sie immer: Kein Medium – von der Tageszeitung bis hin zum IHK-Magazin – stellt sich freiwillig als Werbeplattform zur Verfügung, wenn es keine finanzielle Gegenleistung dafür erhält. Mit anderen Worten: Ihre Pressemitteilung muss einen konkreten, journalistischen Nachrichtenwert besitzen – Werbung für Produkte und Dienstleistungen hat hier nichts zu suchen. Das ist auch juristisch untermauert: Gemäß Presserecht sind redaktioneller Teil und Anzeigenbereich seit jeher erkennbar voneinander getrennt. Was also hat eine Chance auf mediale Beachtung? Ziemlich vieles: Investitions- und Erweiterungsvorhaben, Neuansiedlungen, Fusionen, Geschäftserfolge, Großaufträge und Jahresberichte, Kooperationen in der Ausbildung mit Hochschulen oder anderen Betrieben oder Schulen der Region, Veränderungen in der Geschäftsleitung, Sponsoring, soziales Engagement, seriöse und repräsentative Umfragen oder Studien zu aktuellen Themen sowie die Auszeichnung mit einem renommierten Preis. Was hingegen im redaktionellen Schredder landet, sind Eigenwerbung sowie „Berichte" über das Tagesgeschäft, Messebeteiligungen oder Zertifizierungen.

INFO

Das Presse-Portal der IHK: Vom Tipp bis zum Newsletter

In der Rubrik „Presse" der IHK-Internetseite befinden sich hilfreiche Hinweise zum Verfassen einer Pressemitteilung („Wege in die Medien"), PR-Tipps für Unternehmer und ein Überblick über sämtliche Medien im Kammerbezirk Aachen. Wer außerdem über IHK-Veranstaltungen, rechtliche Änderungen, Stellungnahmen und Pressemeldungen der Kammer informiert werden möchte, kann auf der Internetseite auch den kostenfreien Newsletter abonnieren.

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

Der Aufbau: Aktiv statt Passiv

Verfassen Sie Ihre Pressemitteilung im Stil einer klassischen Nachrichtenmeldung. Dazu gehören einige wichtige Grundregeln: So steht der erste Satz im Perfekt und beantwortet bereits möglichst viele „W-Fragen": Wer hat wann wo was getan? Der erste Satz enthält außerdem niemals ein Zitat. Fächern Sie Ihre Informationen vom Wichtigsten hin zum weniger Bedeutsamen auf. Und auch, wenn es Unternehmern häufig schwerfällt: Vermeiden Sie Adjektive! So „einzigartig" und „eindrucksvoll", „hochwertig" und „unvergleichbar" Ihr Produkt auch sein mag:

Diese Worte sind in der Regel wertend, dienen damit der Werbung und werden vom Redakteur deshalb ohnehin rigoros entfernt. Was Sie hingegen tun sollten: Schreiben Sie kurze, verständliche Sätze. Vermeiden Sie also Fremdwörter und Fachausdrücke – schließlich sollen die Leser Sie auf Anhieb verstehen! Ihnen mag klar sein, was „B2B" bedeutet – manche Redakteure und zahlreiche Zeitungsleser wissen es nicht. Verwenden Sie vor allem aktive Verben anstelle von Passivsätzen! Letztere lesen sich ziemlich sperrig und wirken unpersönlich. Nicht umsonst führt die „Leideform" zu einer Ausdrucksweise, die mit „Beamten-Deutsch" und „Behördensprache" noch äußerst wohlwollend umschrieben ist. Und bevor ein Wort das andere gibt: Seien Sie sparsam mit Zitaten, sagen Sie nur Prägnantes und nennen Sie immer den vollständigen Namen nebst Funktion des Wortgebers.

Der Adressat: Eile statt Weile

Machen Sie sich bewusst, wen Sie auf direktem Wege anschreiben! Sie haben es in den meisten Fällen mit Redakteuren in Zeitnot zu tun, die in wenigen Sekunden den konkreten Mehrwert Ihrer Pressemitteilung erkennen müssen. Wie gesagt: Rund 80 Pressemeldungen gehen pro Tag in einer durchschnittlichen Redaktion ein, und 70 Prozent davon empfinden die Redakteure als puren „Informationsmüll". Eine gute Pressemeldung vermittelt alles Wesentliche in prägnanten Worten auf einer Seite eines Word-Dokuments.

Das Foto: Einzeln statt Gruppe

Worauf fällt der Blick eines Zeitungslesers zuerst? Richtig: auf das Bild. Was folgt, sind Überschrift und Untertitel – und erst, wenn diese drei Komponenten wirklich ansprechend erscheinen, widmet sich der Leser auch dem Text. Ergo: Ein mitgeliefertes Foto, das „frei von Rechten Dritter" ist, erhöht in vielen Fällen die Wahrscheinlichkeit dafür, dass Ihre Presse-Info veröffentlicht wird. Aber: Nur ein interessantes Motiv wird den Leser auch „in den Text ziehen". Ein Allerweltsfoto hingegen langweilt nicht nur, es schreckt sogar ab. Doch was ist charakteristisch für ein gutes Bild? Menschen – einige wenige Akteure – verleihen einem Foto Leben. Vermeiden Sie also Gruppenfotos. Ist der Anlass noch so feierlich, und sind die Beteiligten noch so hochrangig: Nichts ist langweiliger als ein Bild, das eine Reihe von Personen zeigt, die womöglich noch mit versteinerter Miene in die Kamera oder am Fotografen vorbei blicken. Deshalb gilt: Gestellt ist schlecht – sofern es auch gestellt wirkt. Wenn möglich, geben Sie für das Foto eine in Ihrem Unternehmen alltägliche Situation wieder, und wählen Sie das Ambiente mit Bedacht. Hierzu gehört ein geeigneter Hintergrund, und damit sind nicht eigens drapierte Firmenlogos und Banner gemeint, sondern ein gewaltiger Hochofen, eine komplexe Maschine, ein interessanter Raum oder einfach eine ungewöhnliche Perspektive. Werden vorwiegend Personen abgebildet, vermeiden Sie störende Elemente – wie Feuerlöscher und Notausgangsschilder – oder karge Umgebungen wie etwa eine weiße Wand. Wenn möglich, schicken Sie mehrere Motive zur Auswahl und achten Sie darauf, dass Ihr Foto auch Druckqualität besitzt – mindestens 300 dpi bei hoher Pixelzahl.

Um im Bilde zu bleiben: Fügen Sie immer die Fotoquelle an und vermitteln Sie dem Redakteur, welche Situation und Personen das zur Verfügung gestellte Foto zeigt. Nennen Sie dabei den vollständigen Namen und die Funktionen der Menschen in der abgebildeten Reihenfolge. Man sieht sich – in den Medien!

Foto: © Minerva Studio – Fotolia.com

Wie meinen? Wer Pressemitteilungen verfasst, sollte dabei nicht an Insider denken, sondern an den allgemeinen Zeitungsleser.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 84688)

i IHK-Ansprechpartner:
Mischa Wyboris
Tel.: 0241 4460-232
mischa.wyboris@aachen.ihk.de

Sarah Koll
Tel.: 0241 4460-115
sarah.koll@aachen.ihk.de

„Für Journalisten kann und darf es nur eine Wahrheit geben"

Zeitungsverlags-Chef Andreas Müller spricht auf den nächsten Seiten über „Fake-News", medienscheue Unternehmen, die komplexer werdende Wirtschaftswelt und die Auswirkungen auf die Presse

|| Kein unbeschriebenes Blatt: Andreas Müller blickt als Geschäftsführer des Zeitungsverlags Aachen auf den Journalismus und die Wirtschaftswelt.

Foto: Zeitungsverlag Aachen/Harald Krömer

von Mischa Wyboris

Manch' einer hat die Reise hierhin gar nicht bemerkt. Sie verlief offenbar zu ruhig. Doch bei der Ankunft ist so einiges entgleist. Endstation: „Postfaktisches Zeitalter". Alle aussteigen. Im doppelten Sinn. „Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern?" – Wie lahm! „Alternative Fakten" verbreiten sich heute mit Dichtgeschwindigkeit. Was Donald Trumps Beraterin Kellyanne Conway in 140 Zeichen zwängt, zwingt alle Logik in die Knie, und „soziale Medien" verbreiten asoziale Inhalte. „Fake-News" im Minutentakt statt Zeitungsente im Jahresrhythmus. Hat der seriöse Journalismus ausgedient? Vielleicht nicht. „Aber ob alle Teile unserer Gesellschaft Interesse an der Wahrheit haben, das steht auf einem anderen Blatt", sagt Andreas Müller. Und mit Blättern kennt sich der Geschäftsführer des Zeitungsverlags Aachen aus...

„Ich würde immer einen offenen Umgang mit der Öffentlichkeit und den Medien empfehlen – auch dann, wenn die Meldungen einmal nicht positiv sind. Langfristig macht sich das immer bezahlt."

Andreas Müller,
Geschäftsführer der Aachener Verlagsgesellschaft mbH
und der Zeitungsverlag Aachen GmbH

WN: Wann haben Sie beim Zeitunglesen zuletzt bedrucktes Papier in der Hand gehabt?

Müller: Vor einer Stunde. Die aktuelle Ausgabe des „Handelsblattes".

WN: Gut, dann andersherum: Wann haben Sie beim Zeitunglesen zuletzt ein Tablet in der Hand gehabt?

Müller: Mein iPad begleitet mich quasi rund um die Uhr. Es ist ein Werkzeug, das ich nicht mehr missen möchte. Ich nutze es als digitale Schreib- und Kommunikationsmaschine. Außerdem verschafft es mir Zugang zu einer Fülle von digitalen Tageszeitungen und Zeitschriften. Die aktuellen Ausgaben habe ich damit genauso schnell im Zugriff wie die Archivausgaben. Um auf die Frage konkret zu antworten: Ich habe vor einer Viertelstunde noch einen Beitrag unserer Heinsberger Lokalausgabe auf dem iPad gelesen.

„Ob alle Teile unserer Gesellschaft Interesse an der Wahrheit haben, steht auf einem anderen Blatt."

Andreas Müller,
Geschäftsführer der Aachener Verlagsgesellschaft
und des Zeitungsverlags Aachen

WN: Als Sie 1984 selbst als Redakteur bei den Aachener Nachrichten angefangen haben, war die Welt noch in Ordnung. Zeitungmachen: Das war ein lukratives Geschäft, der Anzeigenmarkt eine gute Einnahmequelle. Mehr als 30 Jahre später hat der Zeitungsverlag einen Wandel hin zum Medienhaus Aachen vollzogen. Höchste Zeit oder weise Voraussicht?

Müller: Damals hatten wir mit „Aachener Volkszeitung" und „Aachener Nachrichten" zwei starke Zeitungsmarken, die sich zu rund 30 Prozent aus Vertriebserlösen und zu gut 70 Prozent aus Anzeigenerlösen finanzierten. Und wir hatten ein noch junges Anzeigenblatt für das sublokale Werbegeschäft. Heute haben wir ein breites Portfolio von Tageszeitungen, Anzeigenblättern, Internetportalen, Magazinen, Radiosendern, Messen, Events und Logistik-Dienstleistungen. Dieser Diversifizierung haben wir mit der Schaffung des „Medienhaus Aachen" eine neue Dachmarke gegeben. Die Zeiten haben sich für uns in der Tat geändert. Diese Entwicklung stimmt mich aber keinesfalls wehmütig. Wir erreichen als Medienhaus heute mehr Menschen in unserer Region als je zuvor. Wir haben unsere Prozesse und Strukturen ständig den neuen Herausforderungen angepasst. Deshalb stehen wir heute auch auf einem soliden wirtschaftlichen Fundament.

WN: Was sind für Sie die wesentlichsten Veränderungen im Journalismus, die sich seit Ihren Anfängen bis heute ereignet haben?

Müller: Anfang der 1980er Jahre gab es in der regionalen Medienszene unsere Tageszeitungen, die ersten Anzeigenblätter und ein wenig öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Heute haben wir eine unglaubliche Medienvielfalt in der Region. Damals war die Arbeit der Journalisten geprägt von deren Sendungsbewusstsein. Sie waren die „Gate-Keeper", die darüber zu entscheiden hatten, welche Informationen öffentlich wurden. Das hat ihnen Macht gegeben. Doch das ist heute anders. Jeder hat heute Zugang zu Kanälen, mit denen man Informationen verbreiten kann. Durch die technischen Entwicklungen ist die Verbreitung von Nachrichten in den vergangenen Jahren immer schneller geworden. Das führt dazu, dass sich professionelle Journalisten nur durch Qualität von den übrigen medialen Lautsprechern abheben können. Wir erleben das gerade in der Dis-

ZUR PERSON

Foto: Zeitungsverlag Aachen/Harald Krömer

Andreas Müller,
Geschäftsführer der Aachener Verlagsgesellschaft mbH und der Zeitungsverlag Aachen GmbH

Druckreif: Vom Redakteur zum Geschäftsführer

Andreas Müller (55) ist seit dem Jahr 2008 Geschäftsführer der Aachener Verlagsgesellschaft mbH und der Zeitungsverlag Aachen GmbH sowie diverser Tochtergesellschaften. Der gebürtige Jülicher startete seine berufliche Laufbahn 1978 als freier Mitarbeiter bei den „Jülicher Nachrichten". 1984 begann seine Ausbildung zum Redakteur. Nach diversen Positionen in der Redaktion der „Aachener Nachrichten" wechselte er 1996 zu den Anzeigenblättern der Unternehmensgruppe und entwickelte sich dort vom Redaktionsleiter über den Produktionsleiter bis hin zum Geschäftsführer.

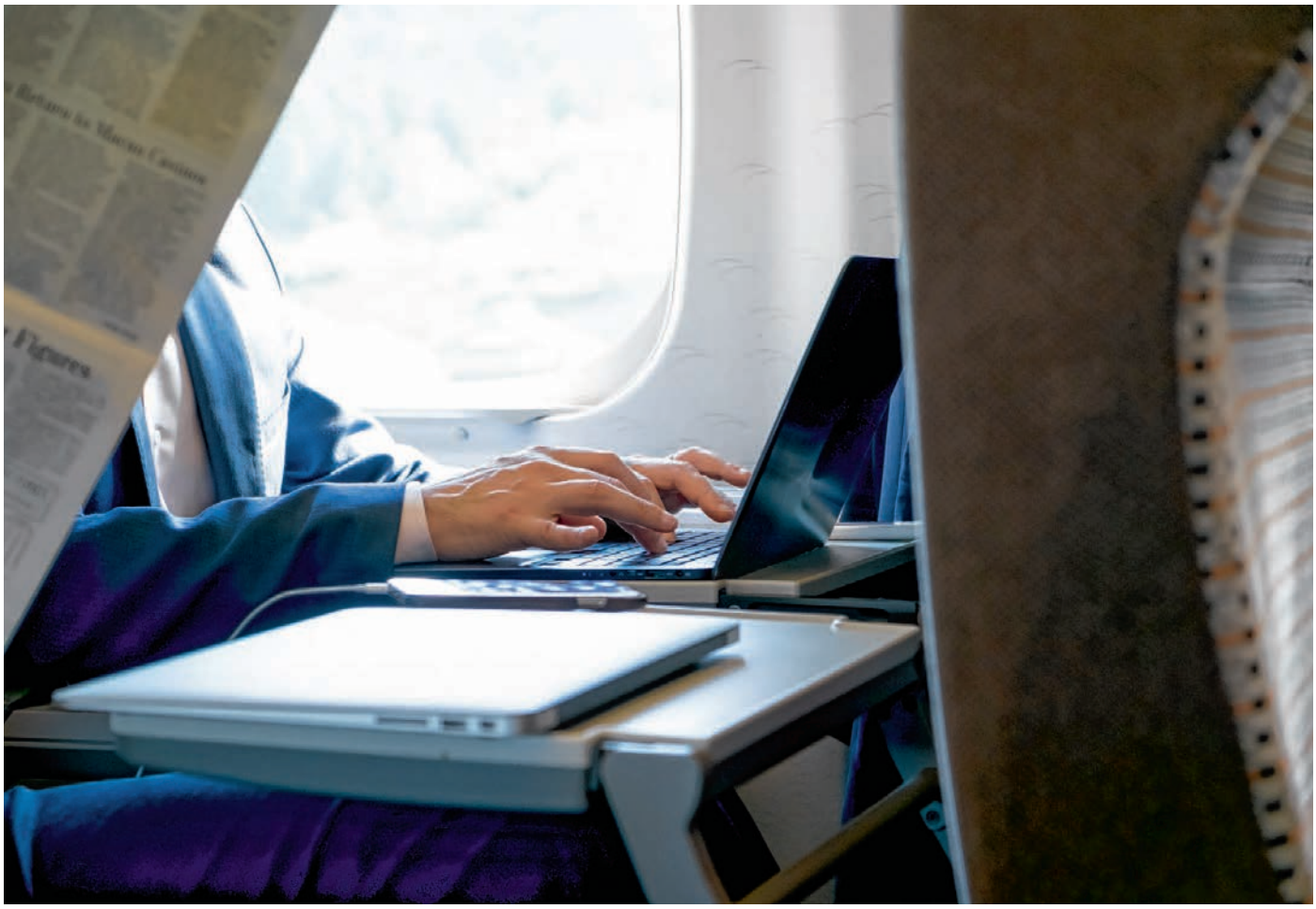


Foto: © naka – Fotolia.com

Wohin geht die Reise? Journalismus bewegt sich heute zwischen Print und Digital, zwischen Fakten und Fake-News.

kussion über „Fake-News", „Lügen-Presse" und „Bots". Für Journalisten kann und darf es nur eine Wahrheit geben, die sie durch gründliche Recherche und Neutralität herausarbeiten. Wenn sie das beherzigen, werden sie aus der aktuellen gesellschaftlichen Diskussion gestärkt hervorgehen. Ob alle Teile unserer Gesellschaft tatsächlich Interesse an der Wahrheit haben, das steht allerdings auf einem anderen Blatt.

WN: Sie haben es selbst angesprochen: Die Zeiten sind um ein Vielfaches schnelllebiger geworden. Die jüngste Umfrage des von den IHKs getragenen Ernst-Schneider-Preis-Vereins offenbart, dass Wirtschaftsjournalisten wegen Zeit- und Geldmangels oft Abstriche bei der Qualität ihrer Recherche und ihrer Nachrichten aus der Unternehmenswelt machen müssen. Ist dieser generelle Trend überhaupt noch umkehrbar?

Müller: Ich habe hier eine etwas andere Wahrnehmung. Die Zahl der Journalisten hat – schon allein durch die zahlreichen

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.

- Wir faszinieren Ihre Kunden mit Ihren Kompetenzen.
- Denn wir sorgen dafür, dass sie deren Wert erkennen und den persönlichen Nutzen verstehen.
- Auf allen Kanälen. Konsistent. Kontinuierlich. Weltweit.
- Namhafte Referenzen sprechen für den Erfolg.

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

neuen Medienkanäle – zugenommen. Ihnen stehen heute Werkzeuge zur Verfügung, von denen wir Anfang der 1980er Jahre nicht zu träumen gewagt hätten! Sie erhalten heute vielfältigste Daten über Unternehmen und Wirtschaftsprozesse im Augenblick eines Mausklicks. Früher hätten sie dazu stundenlang in Geschäftsberichten und Büchern geblättert. Das Problem sehe ich eher darin, dass durch die Globalisierung die Wirtschaft wesentlich komplexer geworden ist. Wenn Sie diese Zusammenhänge erläutern wollen, müssen Journalisten Spezialisten sein. Wir haben aber leider zu wenig Spezialisten unter den Journalisten. Journalisten sind – gerade bei regionalen Medien – immer noch eher Generalisten als Spezialisten.

WN: Viele Unternehmen sind darauf bedacht, sich medienwirksam in der Öffentlichkeit zu präsentieren – seit einiger Zeit auch mit Marketing-Instrumenten wie „Storytelling" oder „Advertorials". Die meisten solcher Beiträge und Pressemitteilungen sind für eine Tageszeitungsredaktion aber nicht verwendbar, weil werblich. Wie und mit welchen Themen können Unternehmen heute das Interesse eines Tageszeitungsredakteurs wecken?

Müller: Mit den Themen, mit denen sie die Menschen unserer Region unmittelbar berühren. Weil sie einen Bezug zu deren Arbeit haben. Weil sie einen Bezug zu deren Freizeit haben. Weil sie einen Bezug zu deren Heimat haben. Wenn das erfüllt ist, dann kann man die Themen auch so erzählen, dass es keine platte Werbung ist.

WN: Es gibt einige Betriebe, die sehr „medienscheu" sind und befürchten, durch „negative Presse" oder eine unvorteilhafte Darstellung an Image einzubüßen. Können Sie diese Einstellung nachvollziehen?

Müller: Kann ich. Deshalb respektiere ich auch, wenn ein Unternehmen es vorzieht, keine Öffentlichkeits- und Pressearbeit zu betreiben. Ob das auf Dauer gut für ein Unternehmen ist, muss natürlich jeder Unternehmer für sich entscheiden. Ich würde immer einen offenen Umgang mit der Öffentlichkeit und den Medien empfehlen – auch dann, wenn die Meldungen vielleicht einmal nicht positiv sind. Ich bin davon überzeugt, dass sich das langfristig immer bezahlt macht.

„Durch die Globalisierung ist die Wirtschaft wesentlich komplexer geworden. Wenn man diese Zusammenhänge erläutern will, müssen Journalisten Spezialisten sein."

Andreas Müller,
Geschäftsführer der Aachener Verlagsgesellschaft und des Zeitungsverlags Aachen

WN: „Aachener Nachrichten" und „Aachener Zeitung" haben als Deutschlands erste freie Zeitungen der Nachkriegszeit im doppelten Sinne Zeichen gesetzt. Was bedeutet diese Tradition für Ihre tägliche Arbeit und Verantwortung?

Müller: „AN" und „AZ" haben unsere Demokratie mit ihrer Werteordnung vor 70 Jahren mit aufgebaut. Unsere Herausgeber haben uns den Auftrag gegeben, unsere Demokratie und unsere Werte zu verteidigen.

WN: Einige Propheten haben dem Medium Zeitung und Zeitschrift schon vor 20 Jahren den schnellen Tod vorhergesagt. Was stimmt Sie zuversichtlich, dass der Mensch auch in den nächsten zwei Jahrzehnten noch Wert auf das gedruckte Wort legen wird?

Müller: In 20 Jahren wird es deutlich weniger Menschen geben, die Wert auf das gedruckte Wort legen als heute. Ich bin mir aber sicher, dass das geschriebene Wort in der dann noch komplexeren Welt eine noch größere Bedeutung hat. Egal, über welches Medium es dann verbreitet wird... ■

INFO

Alles unter einem Dach: Wer wohnt eigentlich im Medienhaus?

Unter dem Markendach des „Medienhaus Aachen" sind diverse Tochterunternehmen und Beteiligungen der Aachener Verlagsgesellschaft mbH zusammengefasst. Zu ihnen zählen die Zeitungsverlag Aachen GmbH mit „Aachener Zeitung" und „Aachener Nachrichten", die Super Sonntag Verlag GmbH beziehungsweise Verlag Aachener Anzeigenblatt GmbH & Co. KG mit „Super Mittwoch" und „Super Sonntag", die Euregio Druck GmbH als Druckerei, die Euregio Messen GmbH mit der „Euregio Wirtschaftsschau", die Euregio MH Boten GmbH als Brief- und Paketdienst Aachen – Düren – Heinsberg, die Dealworx GmbH& Co. KG als Couponing-Geschäft mit dem „Oecher Deal", die ZVA Digital GmbH, die Euregio Medienservice GmbH, die Euregio Medien Personalservice GmbH und die Service Center ZVA GmbH mit Callcenter-Dienstleistungen.

Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge

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

Wie funktioniert PR mit Social Media?

Foto: © Rawpixel.com – Fotolia.com

von Dr. Jeannette Hark und Vojislav Miljanovic

Diese Geschichte führte direkt aufs Glatteis: eine Pistenraupen-Story, die sich vor einigen Monaten ihren Weg durch die Medien bahnte. Eine Spedition habe einen Schneebully nach Seefeld in Schleswig-Holstein statt nach Seefeld in Tirol geliefert, hieß es. Kurios genug, dass Medien wie SPIEGEL, FAZ, BILD, NDR und zahlreiche Online-Medien sofort darüber berichteten. Die Geschichte hatte bloß einen Haken: Sie war nicht wahr – sondern eine PR-Aktion des Tourismusverbandes in Tirol, wie nach ein paar Tagen herauskam... Fotos zu einer anderen Story zeigten bei „eBay" zu erwerbende Objekte, die allesamt in der Mitte zersägt waren – angeblich von einem Mann nach seiner Scheidung dort platziert. Auch hier berichteten Hunderte von Online-Medien, und die Meldungen wurden fleißig von Bloggern und bei Facebook gepostet. Nicht einmal die halbe Wahrheit, war auch diese Geschichte frei erfunden – eine Kampagne des Deutschen Anwaltsvereins als Werbung für die Beratung bei Eheverträgen. Zwei Beispiele, die die „dunkle Seite" der Online-PR in den Social Media offenbaren. Neben diesen konstruierten Geschichten, die oft als Guerilla-Marketing daherkommen, gibt es aber auch kreativ-witzige, skurril-originelle Storys, die allein durch ihren lustigen Inhalt und die professionelle Machart Verbreitung finden: Das preisgekrönte Video „Is' mir egal" der Berliner Verkehrsbetriebe ist so ein Beispiel. Aber wie genau funktioniert PR mit Social Media?

Öffentlichkeitsarbeit beziehungsweise „Public Relations" (PR) bilden seit Jahrzehnten neben der Werbung, Marktforschung und Verkaufsförderung ein bewährtes Instrument im Kommunikationsmix, der wiederum ein essenzieller Teil des Marketings von Unternehmen und Organisationen ist. PR-Arbeit etwa in Form von Fachartikeln wird dazu eingesetzt, vorher gesetzte Kommunikationsziele zu realisieren, etwa den Bekanntheitsgrad von Unternehmen und deren Portfolio zu vergrößern, ein positives Image aufzubauen oder Kompetenz im Markt zu vermitteln. PR-Arbeit bedeutet vor allem das stetige Bemühen um Verständnis, Sympathie, „Goodwill" und Vertrauen.

Die Bedeutung der klassischen PR

Die Bedeutung von PR im Kommunikations-Mix des Marketings ist unbestritten: Öffentlichkeitsarbeit leistet einen wertvollen Beitrag zum Markenaufbau und zur Wertsteigerung von Unternehmen. Die Grundlage der PR ist dabei die Erkenntnis, die der Philosoph George Berkeley schon im 17. Jahrhundert formuliert hatte: „Esse est percipi." – „Sein heißt, wahrgenommen zu werden." Auch die beste Erfindung ist kaum etwas wert, wenn sie niemand kennt. Klassische PR-Bemühungen versuchen, durch Pressearbeit Reichweite und Kontakte bei den jeweiligen Zielgruppen zu schaffen – in Printmedien, im TV und im Hörfunk. Deutschland verfügt über eine der vielfältigsten Medienlandschaften Europas – gleichbedeutend mit enormen Chancen für Nachrichten von Unternehmen, für neue Produkte, Dienstleistungen, Innovationen oder Bilanzzahlen.

Klassische PR-Arbeit hat nach wie vor ihre Daseinsberechtigung, ist aber in den vergangenen rund 20 Jahren um viele Facetten bereichert worden: durch redaktionelle Online- und Content-Plattformen, die heutzutage gemeinhin als „Social Media" bezeichnet werden, weil sie vielfältige Interaktionen ermöglichen. Dazu zählt, sich mit anderen zu vernetzen und auszutauschen, Inhalte zu erstellen, zu erarbeiten und zu teilen oder sie schlichtweg zu konsumieren. Von den ersten Plattformen mit anfangs überschaubaren redaktionellen Inhalten – etwa T-Online, Yahoo, AOL und GMX – über die Print-Medien und Verlagshäuser, die redaktionelle Online-Präsenzen aufbauten – etwa SPIEGEL, FAZ und SZ –, bis hin zu den ausschließlich online verfügbaren Medienangeboten – etwa Buzzfeed, Vice, Huffington Post und bento – vergingen nur wenige Jahre. Die durch die „digitale Dynamik" geschaffene Disruption ▸

krempelt nicht nur die Medienlandschaft hinsichtlich der redaktionellen Angebote, der Rezeption und der Zielgruppen um: Die Digitalisierung führt auch zu drastischen Veränderungen des privaten Lebens und der Berufswelt sowie zum langsamen Verschwinden ganzer Produkte und Branchen wie beispielsweise der Adressbücher, Stadtpläne, Lexika, Schreibmaschinen, Telefonzellen oder CDs und DVDs. Die Mediennutzung der ab 1990 geborenen Generation der „Digital Natives" geschieht weniger printbasiert, sondern vorwiegend online. Hinzu kommt der Siegeszug von US-Unternehmen wie Facebook, Google, YouTube, Instagram, Twitter und weiteren, die sich zu den bevorzugten Kommunikations- und Darstellungsmedien jener neuen Generation entwickelt haben.

Vor- und Nachteile der Social-Media-PR

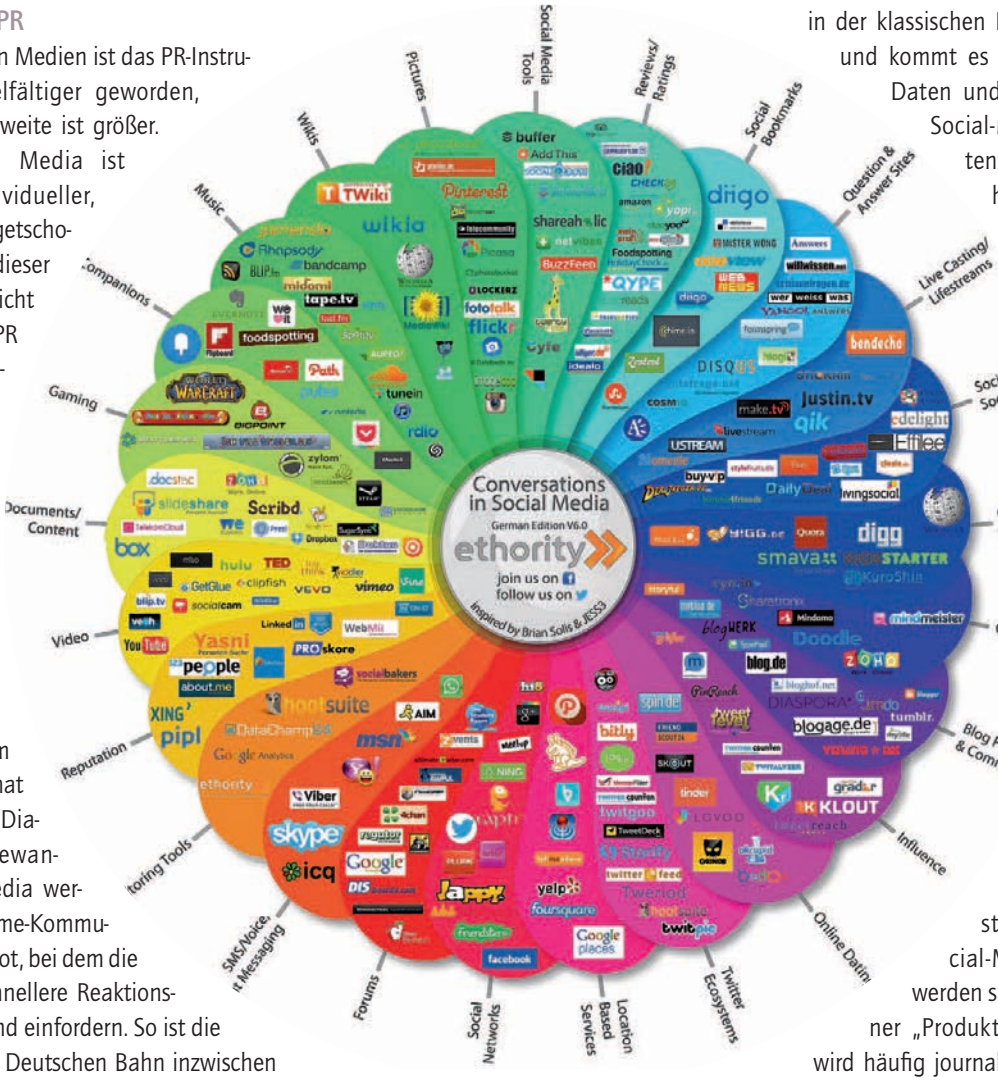
Durch die neuen Medien ist das PR-Instrumentarium vielfältiger geworden, denn die Reichweite ist größer. PR via Social Media ist schneller, individueller, effizienter, budgetschonender. Doch dieser Luxus kommt nicht zum Nulltarif: PR durch Social Media hat nun einen „Rückkanal". Die aus der klassischen PR bekannte Einweg-Kommunikation nach dem Muster „Sender – Botschaft – Medium – Empfänger" hat sich zu einem Dialog-Modell gewandelt. Social Media werden zum Fulltime-Kommunikationsangebot, bei dem die Nutzer eine schnellere Reaktionszeit erwarten und einfordern. So ist die Pressestelle der Deutschen Bahn inzwischen rund um die Uhr besetzt, an allen Tagen im Jahr. Permanente „Echtzeitkommunikation" stellt zahlreiche Unternehmen vor die Herausforderung, entsprechende Ressourcen in Form von Arbeitskräften, Zeit und Know-how bereitzustellen. Für viele Betriebe überwiegt jedoch der Vorteil, dass sich eine große Zahl von Kommunikationskanälen jetzt im eigenen Besitz befindet und damit Interaktion jederzeit, weltweit, barrierefrei und vernetzbar möglich macht. Hinzu kommt die größere Bandbreite der Kommunikationsformen: Botschaften lassen sich neben Text und Bild nun auch per Ton und Video verbreiten.

Die Auswahl der Kommunikationskanäle

Die Zersplitterung der Medienlandschaft klassischer Prägung verblasst angesichts der Vielfalt der Online-Plattformen und -Präsenzen. Eine erste Hilfe bei der Auswahl der Kanäle können die Nutzerzahlen in Deutschland sein: „Facebook" liegt mit rund 28 Millionen Menschen – 75 Prozent aller Männer und 83 Prozent aller Frauen mit Internetanschluss – mit großem Abstand an der Spitze. Es folgen „Instagram" mit neun Millionen Nutzern – 26 Prozent aller Männer, 38 aller Frauen –, „XING" mit ebenfalls neun Millionen Usern, „LinkedIn" mit sieben Millionen, „Twitter" mit vier Millionen – davon 29 Prozent mit Uni-Abschluss –, „Pinterest" mit ebenfalls vier Millionen und „Snapchat" mit drei Millionen Mitgliedern. Allerdings: Die Nutzerzahlen sollten nicht das alleinige Auswahlkriterium bilden. Entscheidender ist, dass Thema, Informationsbedarf, Botschaft, Zielgruppe, „soziodemografische Daten" und Social-Media-Kanal übereinstimmen.

Wo der Inhalt zum „Content" wird

Inhaltlich gehorchen die neuen Kommunikationskanäle auch modifizierten Regeln. Ist in der klassischen PR-Arbeit Werbung tabu und kommt es vor allem auf objektive Daten und Fakten an, honorieren Social-Media-Nutzer eher Content, der viralen Charakter hat, also irgendwie originell ist: emotional, skurril, humorvoll und auf kurze wie kurzweilige Weise (mit)teilbar. Denn: Die Aufmerksamkeitsspanne der Social-Media-User sinkt, weil sie zwischen „WhatsApp", SMS- und E-Mail-Box, Twitter und Facebook-Timeline hin und her springen. Inhalte auf Internetseiten von Unternehmen – die selbstverständlich mit den Social-Media-Profilen vernetzt werden sollten –, sind immer seltener „Produktkataloge": Der Content wird häufig journalistisch in Form redaktioneller Geschichten aufbereitet und durch Elemente wie Spiele oder Foto-Storytelling ergänzt. Moderne Online-PR-Arbeit denkt nicht mehr in Medien, sondern in Inhalten



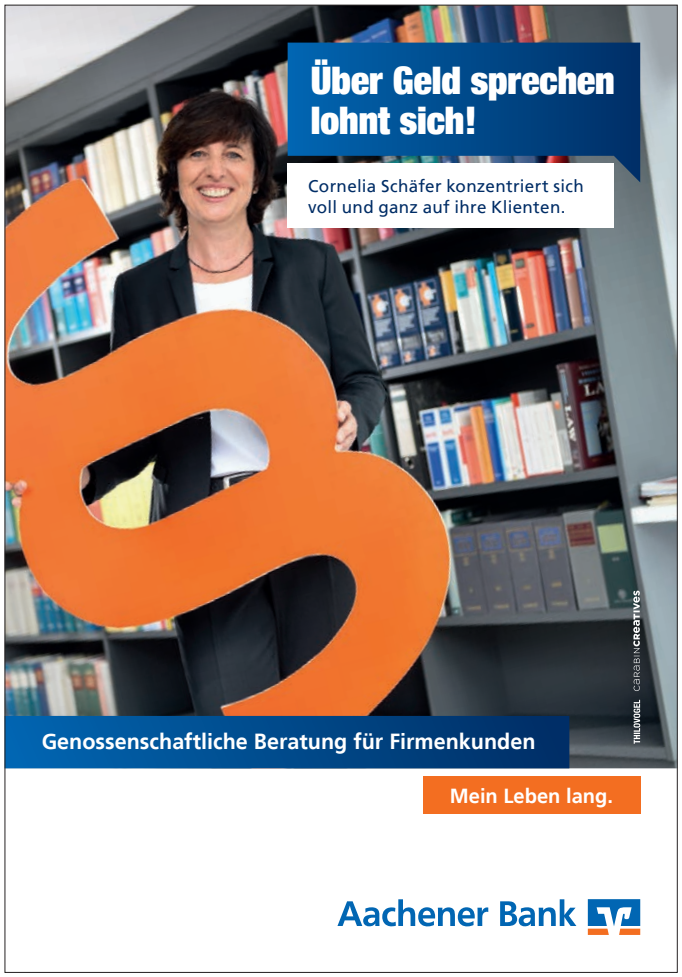
Mächtig aufgefächert: Das „Social Media Prisma" zeigt die Landschaft der „Sozialen Medien" mit allen im vergangenen Jahr in Deutschland relevanten Kanälen. Foto: ethority.de/social-media-prisma

und Vernetzungen. Sie sucht nicht mehr Content-Plattformen, um den Kunden zu erreichen, sondern erschafft sich selbst Content, Plattformen, Profile und Präsenzen, um so die Ziel- und Dialoggruppen zu erreichen. „Content is king, story is queen, sharing is emperor" lautet ein Grundsatz der Branche.

Grundsätzlich nimmt die Bedeutung von kreativem, eigenem, selbst erarbeitetem Content zu, um die Blogs, Profile und Social-Media-Kanäle zu füllen. Auch wenn es einige Tools gibt, die gewisse Automatismen derart ermöglichen, dass ein Twitter-Beitrag automatisch auch in XING- oder Facebook-Profilen landet: Jeder Kanal gehorcht spezifischen Regeln, weshalb eine manuelle, dem Medium gerechte Aufbereitung oft notwendig ist. Hinzu kommt, dass alle Anbieter regelmäßig an ihren Algorithmen und Spezifikationen „schrauben", so dass die optimalen Inhalte – etwa die korrekte Größe und Platzierung von Bildern oder Bannern – nachgehalten und häufig justiert werden müssen. Entsprechende Tipps, Tricks und Spezifikationen sind online in einschlägigen Blogs zu finden – bis hin zu soziodemografischen Daten sowie optimale Uhrzeiten und Tage für die Inanspruchnahme der jeweiligen Plattformen.

Von der Litfaßsäule zum Tablet

PR-Arbeit über Social Media gilt als hervorragend dafür geeignet, den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, ein positives Image zu schaffen, Interesse zu wecken, Markentreue zu erzeugen, Fans und Follower zu gewinnen und das Kommunikationsbudget zu entlasten. Die „Customer Journey", die früher nur von der morgendlichen Zeitungslektüre über relativ wenig Werbung im Radio, an Litfaßsäulen und im Bus oder in der Bahn bis hin zum abendlichen TV-Werbeblock reichte, ist heute vor allem eine tagesfüllende Online- und Social-Media-Reise: vom morgendlichen Facebook-Besuch und Abruf von Nachrichten in Online-Portalen, Blogs und Newsletter über Bilder bei Instagram und Infos bei Twitter bis hin zum Kauf bei Amazon und anderen Online-Händlern: Das PR-Potenzial der Social Media steht nicht nur großen Unternehmen zur Verfügung, sondern gilt auch für kleine und mittelständische Unternehmen als ein probates Mittel, um die öffentliche Wahrnehmung zu erweitern, Bekanntheit zu schaffen und den Betrieb, das Produkt oder die Dienstleistung zu promoten. Das Aachener Traditionsunternehmen Lambertz hat vor kurzem gezeigt, wie PR via Social Media funktioniert: Wenige Tage vor dem offiziellen Pressetermin und der Vorstellung des neuen Lambertz-Kalenders gab es eine breit angelegte Teaser-Kampagne mit Making-of-Videos, Zitaten und Vorschaubildern quer durch sämtliche Social-Media-Kanäle – aufgegriffen und weiterverbreitet durch große Online-Medien wie „stern", „BILD" und „Handelsblatt". Am Ende hatte es so gut wie jeder auf dem Schirm. Ähnlich wie die Pistenraupen-Story. ■



Gut kommuniziert: Thomas Bünten weiß, wie Texte gestaltet sein müssen, damit Unternehmen in den Medien auf sich aufmerksam machen können.

„Nur wer aktiv kommuniziert, ist und bleibt im Gespräch!“

Wie auch die nüchternste Pressemeldung zu einer unterhaltsamen Geschichte für die Medien werden kann, erklärt „timtomtext“-Gesellschafter Thomas Bünten

von Sarah Koll

Alles begann mit seiner Leidenschaft fürs Schreiben und Gestalten. Zu Studienzeiten war Thomas Bünten als freier Journalist, Theaterkritiker und Regisseur tätig. Während der ersten Berufserfahrungen in der Agenturwelt konnte er sein Talent dann auf neue Weise einsetzen: „Mich reizte, für immer wieder neue Kunden interessante Textprojekte betreuen zu können.“ So kam es, dass Bünten einige Jahre später den Sprung in die Selbstständigkeit wagte. Gemeinsam mit seinem Freund Timur Dikmen, der bereits Erfahrungen in Pressestellen und Agenturen gesammelt hatte, gründete er die Agentur „timtomtext“. Ein Schritt, den er heute, knapp 14 Jahre später, keineswegs bereut. „Immer noch kann ich meine Kreativität einbringen – in Text und Beratung, aber auch bei der Gestaltung und Entwicklung des eigenen Betriebs“, sagt Bünten. Im Interview mit den „Wirtschaftlichen Nachrichten“ erklärt er, wie Unternehmen auch „trockene Inhalte“ spannend verpacken können, welche Geschichten in den Redaktionen „ankommen“ und welche Chancen die Internetkommunikation bietet.

WN: Was hat sich seit der Gründung Ihrer Agentur im Bereich Unternehmenskommunikation in der Region getan? Wie gut sind die Betriebe aus Ihrer Sicht aufgestellt und wo gibt es Schwachstellen?

Bünten: Wegen wachsender Herausforderungen ist Tim Hacken seit 2014 unser dritter Gesellschafter. Mit seinem Hintergrund als technischer Redakteur ist sein Einstieg in die Geschäftsführung auch Antwort auf eine sich ändernde Marktsituation in unserer Region. Aachen ist schon lange Technologiestandort, doch seit der Ernennung der RWTH Aachen zur Exzellenzuniversität und dem Start des Campus ist eine rasante Entwicklung zum international beachteten Hightech-Zentrum festzustellen. Immer mehr Start-up-Betriebe mit einfallsreichen Spezialprodukten und Dienstleistungen gehen an den Start. Doch die Digitalisierung oder die Beschäftigung

mit „Industrie 4.0" ist inzwischen auch bei den etablierten „Playern" angekommen. Viele von ihnen gestalten aktiv ihre „Business Transformation", um sowohl fit für die Märkte der Zukunft als auch attraktiv für die begehrten „High Potentials" zu sein. In beiden Fällen ist eine aktive, zielgruppengerechte Kommunikation unerlässlich, um sich bei potenziellen Kunden wie Mitarbeitern überhaupt bekannt zu machen. Trotzdem gibt es im B2B-Segment immer noch zu viele „Hidden Champions". Gerade in den ländlicheren Gebieten des Kammerbezirks bleiben sie – häufig Marktführer in ihrer Disziplin – in der Öffentlichkeit leider oft unbemerkt.

WN: Einige Unternehmen sind mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit sehr zurückhaltend. Bei welchen Themen raten Sie dazu, sie offensiv zu kommunizieren?

Bünten: Viele Unternehmen wundern sich, warum die Medien über die Wettbewerber berichten, aber nicht über sie. Der Grund ist meist die fehlende oder qualitativ unzureichende eigene Öffentlichkeitsarbeit. Nur wer aktiv kommuniziert, ist und bleibt im Gespräch! Grundsätzlich eignen sich alle Produkte und Dienstleistungen, die vom Markt angenommen werden, für die PR, denn wo es einen Zielmarkt gibt, da gibt es auch Zielredaktionen! Bei Produktneuheiten entscheiden Innovationsgrad und Marktrelevanz auch über die Berichterstattung in den Medien. Vorsicht ist immer dann geboten, wenn über Kundenprojekte berichtet werden soll. Hier gilt es, alle Beteiligten mit ins Boot zu holen und gemeinschaftlich an die Öffentlichkeit zu gehen. Dann erzielen alle Protagonisten die gewünschte Wirkung.

WN: „Erzählen Sie uns Ihre Erfolgsgeschichten, wir sorgen dafür, dass sie gelesen werden." – So lautet der Slogan Ihrer Agentur. Dieser Ansatz zielt auf „Content Marketing" beziehungsweise „Storytelling" ab. Welche Chancen stecken hinter diesen Strategien?

Bünten: Vor allem erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen sind oft erst mit einer guten Story fassbar – auch in Fachkreisen. Ich kann einen „Doppelkolben-Schwenkantrieb" – ein Spezialantrieb für die automatisierte Betätigung von Armaturen etwa in der Lebensmittel- und Pharmaindustrie – einerseits in seinen technischen Eigenschaften, den Funktionen und den Einsatzgebieten beschreiben. Das bleibt theoretisch. Ich kann aber auch die Geschichte erzählen, wie er seinen Dienst beim industriellen Schälen von Kartoffeln verrichtet, die dann zu Granulat und schließlich zu Chips verarbeitet werden. Garniere ich die Story mit markanten Zitaten von Hersteller, Auftraggeber und Anwendern, erreiche ich zusätzlich Authentizität und verstärke die Glaubwürdigkeit. Diese Erzählform ist anschaulicher, verständlicher und inspirierender als eine rein faktische Beschreibung. Solche Reportagen – in der Fachpresse „Anwenderberichte" genannt – sind deshalb auch bei vielen Redakteuren sehr gefragt.

WN: Sicherlich lässt sich nicht zu jeder Neuigkeit eine Geschichte erzählen. ▸

iwoca

Die KMU-Kreditlinie
des 21. Jahrhunderts

LIQUIDITÄT FÜR KLEINUNTERNEHMEN UND SELBSTSTÄNDIGE IN 24 STUNDEN

Christoph Rieche (CEO) und James Dear (CTO, l.) gründeten iwoca im Jahr 2012

Kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) und Selbstständigen wird der Zugang zu Finanzierungen oft erschwert. Diesem Problem wirkt iwoca erfolgreich entgegen: Über eine eigens entwickelte Technologieplattform erhalten Kleinunternehmen und Selbstständige innerhalb von 24 Stunden Kredite, um Liquiditätsengpässe überbrücken oder Wachstum sichern zu können.

Auf der Basis von tausenden von Datenpunkten kann iwoca faire und effiziente Kreditentscheidungen schon innerhalb eines Werktages treffen. Der Kunde steht dabei immer im Mittelpunkt: Eine einfach zu bedienende Kreditplattform in Kombination mit engagierten und kompetenten Kundenbetreuern ermöglichen es Kreditanträge schnell und mühelos abzuwickeln. Die durchschnittliche Kundenbewertung von 9,6 / 10 Punkten auf Trustpilot spricht für sich.

ihk@iwoca.de www.iwoca.de 069 / 43090 4143

Wie schaffen Sie es, dass die klassischen Pressemitteilungen Ihrer Kunden trotzdem veröffentlicht werden – und beim Leser „ankommen"?

Bünten: Auch die vermeintlich nüchternste Meldung zu Personalaufstockung, Produktneuheiten oder Standorterweiterungen ist meist das Ergebnis einer Vorgeschichte: Das kann die Reaktion auf eine neue Marktsituation, die innovative Lösung für ein die Kunden drängendes Problem oder die strategische Entscheidung zum Ausbau des Geschäftsfeldes sein. Die Einbettung der reinen Nachricht in diese Vorgeschichten, aber auch in den übergeordneten Marktzusammenhang verleiht einer Pressemitteilung Individualität und Gewicht – bedeutsame Kriterien für Redakteure, die Meldung zu publizieren. Es bedarf aber einer klugen Vorabprüfung, für welche Medien sich das Thema eignet. Relevanter Content, der in Text und Bild handwerklich sehr gut aufbereitet ist, hat immer eine Chance auf Veröffentlichung! Zu wissen, wie die Redaktionen arbeiten, welche „Dos and Don'ts" es bei den Verlagen gibt, ist ein weiterer Verstärker. Dann können aus einer E-Mail-Korrespondenz oder einem Telefonat auch neue PR-Ideen wie die angesprochenen Anwenderberichte, Interviews und Autoren- oder Fachartikel entstehen.

„Viele Unternehmen wundern sich, warum die Medien über die Wettbewerber berichten, aber nicht über sie. Der Grund ist meist die fehlende oder qualitativ unzureichende eigene Öffentlichkeitsarbeit."

Thomas Bünten, Gesellschafter der timtomtext GbR

WN: Welchen Wert hat die printgebundene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Zeitalter?

Bünten: Am Bildschirm oder auf dem Smartphone suchen wir eher die schnelle Information. Für die ausführliche Lektüre vertiefender Artikel sind Druckwerke immer noch die erste Wahl! Die „Pressearbeit" ist aber längst zur „Medienarbeit" geworden, die auch online ihre Effekte erzielt: Viele Verlage informieren ihre Leser zusätzlich über Webportale, E-Paper oder „Soziale Medien". Daneben gibt es reine Online-Publikationen, die ebenfalls redaktionell betreut werden. Auch die erreiche ich mit der klassischen Pressemeldung. Trotzdem ist Pressearbeit nur eine Teildisziplin der PR. Messen und Events haben immer noch ihre Effekte, genauso wie Broschüren und Produktflyer. Große Potenziale liegen aber oft auf der unternehmenseigenen Website brach: Die Wirkung kontinuierlicher Kommunikation über einen eigenen Newsbereich oder einen „Corporate Blog" bleibt viel zu oft ungenutzt.

„Im B2B-Segment gibt es immer noch zu viele ‚Hidden Champions'. Gerade in den ländlicheren Gebieten des Kammerbezirks bleiben sie – häufig Marktführer in ihrer Disziplin – in der Öffentlichkeit leider oft unbemerkt."

Thomas Bünten, Gesellschafter der timtomtext GbR

WN: Sie haben es angedeutet: Das Leseverhalten – vor allem online – wird immer kurzweiliger. Hat das „Storytelling" im Internet überhaupt eine Chance, oder sind hier nicht kurze, knackige Meldungen zielgerichteter?

Bünten: Die „Sozialen Medien" machen es vor: Es sind kleine Storys, die die meisten Reaktionen hervorrufen! Auch in der Internetkommunikation kann man sich abheben, wenn aus einer drögen Meldung eine pointierte Kurzgeschichte wird. Neben regelmäßigen News können auch Blog-Beiträge viele User auf die Website locken – und dort halten. Da ist dann Ausführlichkeit sogar gewünscht! In Fachartikeln können Know-how und Innovationskraft vermittelt oder in Fallstudien Erfolgsgeschichten erzählt werden. Mittlerweile „lieben" das sogar die Suchmaschinen...

WN: Braucht jedes Unternehmen heutzutage eine Social-Media-Präsenz?

Bünten: Für den B2C-Bereich ein klares „Ja"! Markenbindung hat viel mit Emotionen zu tun, und die „Sozialen Medien" punkten genau damit bei den Verbrauchern. Differenzierter sieht es im B2B-Segment aus: Fürs „Employer Branding" eignet sich „Facebook", für den Know-how-Transfer „Twitter", fürs persönliche Networking „LinkedIn" oder „XING". Welche Strategie hier die richtige ist, sollte man immer im Einzelfall entscheiden.

WN: Mal agenommen, Sie bekommen einen neuen Kunden, der sein Marketing-Konzept neu aufstellen will: Was sind die ersten Schritte?

Bünten: Zuhören. Und querdenken. Kein Unternehmen ist wie das andere. Gerade das macht die Arbeit ja so vielseitig: Es gibt zwar bewährte Strategien und Vorgehensweisen, aber Standardlösungen gibt es nicht. Für den einen ist Pressearbeit ideal, um das Image schrittweise aufzubauen, für den anderen sind es demgegenüber Direktmarketing-Maßnahmen, um vertrieblich zu wachsen. In der Regel ergibt sich, dass Kontinuität in der Kommunikation zum gewünschten Erfolg führt. ■

ZUR PERSON

Foto: timtomtext GbR

Thomas Bünten, Gesellschafter der timtomtext GbR

Mit Leidenschaft für Wirkung: Ein Texter, PR-Stratege und Unternehmer

Thomas Bünten, geboren am 2. August 1971 in Eschweiler, ist seit 2003 Gesellschafter der timtomtext GbR in Aachen. Während seines Studiums sammelte er Erfahrungen als freier Journalist, Regisseur und Theaterkritiker. Danach übernahm er in einer Agentur die Redaktionsleitung für ein Kundenmagazin und arbeitete anschließend als Vorstandsassistent in einer Direktmarketing-Agentur, wo er erste Einblicke in unternehmerisches Denken bekam. Die Agentur „timtomtext" betreut Unternehmen verschiedener Branchen bei der Pressearbeit in Richtung Fach- und Publikumsmedien, in der Redaktion unternehmenseigener Medien vom Kunden- oder Mitarbeitermagazin über Flyer und Broschüren bis hin zu Website und Blogs sowie im Werbetext für Claims, Anzeigen und Mailings.

Seminare

Erfolg durch Zufriedenheit

In 2017 präsentiert HorizontWissen Ihnen drei separat buchbare Kompaktseminare für Privatpersonen, Freiberufler und Unternehmern von und mit Randall J. Birnberg:

1. Erfolgsfaktor Positive Kommunikation & Wohlbefinden
– Ziele durch Zuversicht erreichen!

Kennen Sie das: Negative Kommunikation beeinträchtigt Ihre Gespräche und führt meist beschwerlich zum Ziel? Darunter leiden womöglich Ihre Beziehungen? Zeit dies zu ändern! Lassen Sie sich von positiven Impulsen leiten, denn durch eine positive Herangehensweise kann sich Ihr Leben grundsätzlich vereinfachen – wie dies funktioniert, erfahren Sie in unserem Kompaktseminar.

2. Erfolgsfaktor Selbstwahrnehmung & Achtsamkeit
– Souveränität durch Selbstreflektion

Achtsamkeit beinhaltet die Fähigkeit, bewusste Aufmerksamkeit in das Hier und Jetzt zu bringen mit Offenheit, Neugierde und Anteilnahme. Nur wer mit sich selbst im Reinen ist, kann ein kompetentes Erscheinungsbild präsentieren. Wie auch Sie zukünftig achtsamer und erfolgreicher leben können, verrät Ihnen Randall J. Birnberg in unserem Kompaktseminar.

3. Erfolgsfaktor Wertschätzung & Kreativität
– Selbstvertrauen stärken & glücklicher leben!

Wenn man erfolgreich sein möchte, bedarf es eines stabilen Selbstvertrauens, das stark genug ist, sich den alltäglichen Herausforderungen zu stellen. Menschen mit einem soliden Selbstvertrauen sind kreativer, lösungsorientierter und im Allgemeinen gesünder, körperlich, wie auch geistig. Dieses Seminar erörtert die Bedeutung von Wertschätzung und Sie erlernen wissenschaftlich bewiesene Techniken, um Ihr Selbstvertrauen zu vergrößern.

Termine: **Dienstag, 09.05.2017,**
Positive Kommunikation & Wohlbefinden

Dienstag, 16.05.2017,
Selbstwahrnehmung & Achtsamkeit

Dienstag, 30.05.2017,
Wertschätzung und Kreativität

jeweils 18 bis 21 Uhr

Ort: Medienhaus Aachen, Dresdener Straße 3, Aachen

Preis: **89,- €** p.P./Seminar (Nicht-Abonnent 109,- €)
249,- € p.P./Komplettserie (Nicht-Abonnent 309,-€)

Hinweis: Sie erhalten eine steuerabzugsfähige Rechnung für Ihre Weiterbildung.

Buchung: Online unter www.horizontwissen.de/seminare oder schriftlich unter namentlicher Nennung der Teilnehmer, der Kundennummer, der Rechnungsanschrift und einer Telefonnummer, unter der Sie tagsüber erreichbar sind.

Per E-Mail: horizontwissen@zeitungsverlag-aachen.de

Per Fax: 0241 5101-79 83 73

Informationen unter: www.horizontwissen.de

Begrenzte Teilnehmerzahl.

Referent:
Randall J. Birnberg

Positive Psychologie Coach & Doktorand der Sozialpsychologie zum Thema Lebenszufriedenheit

Eine Veranstaltung aus unserem Angebot:

HORIZONTWISSEN

MEDIENHAUS AACHEN

kurz & bündig

NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO

Dreisprachige Plattform für Schüler: Euregio-Projekt erhält 1,7 Millionen Euro EU-Mittel

Die EU will die dreisprachige Multimediaplattform „EUR.friends" für Schüler mit insgesamt 1,7 Millionen Euro fördern. Das Portal des Zweckverbands Region Aachen und der regio iT gesellschaft für informationstechnologie mbh mit Sitz in Aachen will den sprachlichen und kulturellen Austausch junger Menschen durch berufliche Praktika in den Nachbarländern unterstützen. Mit 308.000 Euro fördert auch das Land NRW das Projekt. Insgesamt gehen 20 Millionen Euro aus dem Brüsseler „Interreg V"-Programm an zwölf neue Projekte der Euregio Maas-Rhein.

Lütticher Airport nimmt China-Flüge wieder auf

Nachdem der Lütticher Flughafen in Bierset im vergangenen September seine China-Flüge ausgesetzt hatte, will er ab April wieder acht Flüge pro Woche anbieten. Das bestätigte der „Liège Airport" gegenüber der belgischen Zeitung „L'Echo". Hierdurch rechnet der Flughafen mit rund 130.000 chinesischen Fluggästen pro Jahr.

Zwischen Monschau und Eupen: Die Strecke soll erneuert werden

Das Ende der berühmten „Rüttelstrecke" zwischen den Städten Monschau und Eupen rückt näher: Rund 1,8 Millionen Euro will die Wallonische Region investieren, um das noch fehlende Streckenstück zwischen Eupen und Ternell voraussichtlich ab Sommer instand zu setzen.

Hand in Hand: Das „Aachener Aktionsbündnis" plant eine euregionale Menschenkette gegen Tihange

Um den Druck auf die belgische Regierung zu erhöhen, plant das Aachener Aktionsbündnis gegen Atomenergie für den 25. Juni eine besondere Maßnahme: In Form einer Menschenkette unter dem Motto „Kettenreaktion Tihange" sollen sich auf 90 Kilometern zwischen Aachen, Maastricht, Lüttich und Tihange Zehntausende Menschen in und aus drei Ländern die Hand reichen. Für dieses einmalige grenzüberschreitende Projekt benötige das Bündnis nicht nur viele Menschen, sondern auch sehr viel Geld – unter anderem, um ein Koordinierungsbüro einzurichten und die gesamte Infrastruktur zu organisieren. Vergleichbare Aktionen in der Vergangenheit hätten deutlich mehr als 100.000 Euro gekostet, heißt es.

Hightech-Systeme für die „Industrie 4.0": Fraunhofer-IPT eröffnet „Project Center" in den Niederlanden

Die Fraunhofer-Gesellschaft hat ihr erstes „Project Center" auf dem Campus der niederländischen Universität Twente eröffnet. Die neu gegründete Forschungseinrichtung mit dem Namen „Fraunhofer Project Center for Design and Production Engineering for Complex High-Tech Systems" – kurz: „FPC@UT" – ist eine Kooperation des Aachener Fraunhofer-Instituts für Produktionstechnologie (IPT), der Universität Twente und der „Saxion University of Applied Sciences" in Enschede. Die drei Partner haben sich zusammengeschlossen, um ihre Kompetenzen aus Forschung und Industrie grenzüberschreitend zu bündeln und die Entwicklung komplexer Technologien und Systeme für die „Industrie 4.0" auf deutscher und niederländischer Seite zu beschleunigen. Allein in den Niederlanden erzielt die Hightech-Industrie derzeit einen Gesamtjahresumsatz von mehr als 27 Milliarden Euro.

Umnutzung: Eupener Shopping-Center weicht Wohnkomplex

Eine öffentliche Untersuchung hat den Umbau und Teilabriss des Shopping-Centers „Eupen Plaza" eingeleitet. Das neue Zwölf-Millionen-Projekt sieht 61 zum Kauf stehende Wohneinheiten mit terrassenartigen Außengärten und einem Fußweg vom Werthplatz bis zum Bahnhof vor. Im oberen Stockwerk sollen einige Geschäfte bestehen bleiben, unter anderem ein kleines Kaufhaus. Der Projektträger „SA Eupen Shopping" und ein Vervierser Architekturbüro warten nun auf die Genehmigungen. Die Umbauzeit soll zwei Jahre betragen. Das Center „Eupen Plaza" – zuvor „ATC" – hatte nach seiner Eröffnung im April 2000 viele Besucher und Mieter verloren.

Nachhaltige Mobilität: MAHHL-Städte interessieren sich für Aachener Projekt „Velocity"

Die Bürgermeister des 1989 gegründeten MAAHL-Netzwerkes – Maastricht, Aachen, Heerlen, Hasselt und Lüttich – haben sich bei einem Treffen im „Centre Charlemagne" über das Aachener System „Velocity" informiert. Das gleichnamige junge Start-up-Unternehmen entwickelt Software und Hardware, die über Pedelec-Stationen, Carsharing und eine „Mobility Broker"-Karte der ASEAG ein flexibles neuartiges Verkehrssystem bietet. Die Bürgermeister der MAAHL-Städte erwägen nun, sich dieser Lösung anzuschließen. Die Runde trifft sich regelmäßig, um Kooperationsmöglichkeiten zu erörtern.

Will hoch hinaus: Dieses für die Spitze des Wilhelminabergs in Landgraaf geplante Bauwerk ist der Sieger des IBA-Wettbewerbs.

Aussichtsreich: Die IBA Parkstad präsentiert den Siegerentwurf für den Wilhelminaberg

Die IBA Parkstad hat den Siegerentwurf für die Gestaltung der Spitze des Wilhelminabergs vorgestellt. Die Pläne des Brüsseler Designbüros Ney + Partners sehen ein begehbares Bauwerk für den 248 Meter hohen Berg in Landgraaf vor. Das Gebilde soll über eine Treppe erreichbar sein und den Besuchern aus 38 Metern Höhe eine einzigartige Aussicht über die Euregio bieten. Nach dem Willen der Jury soll es zu einem Wahrzeichen für die ganze Region werden. Unterdessen hat Kelly Regterschot ihre Arbeit als neue Geschäftsführerin der IBA Parkstad BV aufgenommen. Die 41-Jährige folgt auf Guido Derks, der zur Provinz Limburg gewechselt ist. Regterschot gilt als Person mit einem scharfen Blick für wirtschaftliche Entwicklungen, Mobilität und Tourismus.

Online-Bewertung: Hotel Kasteel Bloemendal ist die Nummer 1 in Niederländisch-Limburg

Mit 8,8 von zehn möglichen Punkten haben die Besucher der Internetseite „hotels.nl" das Hotel Kasteel Bloemendal in Vaals zum besten Haus in Niederländisch-Limburg gewählt. Es bietet 77 Luxus-Schlosszimmer, Wellness-Suiten, ein A-la-carte-Restaurant und sieben Golfplätze in direkter Umgebung. Ursprünglich gehörte das Kasteel dem Aachener Textilfabrikanten Arnold von Clermont, der als Hoflieferant des russischen Zaren zu Reichtum gekommen war und 1791 den Grundstein zum „Schloss Blumenthal" legte.

Die ersten 30 Minuten gibt's kostenfrei: Stadt Eupen plant Einführung des Gratis-Parkens

Zeitgleich mit dem Aufstellen neuer Parkautomaten, die auch bargeldloses Zahlen ermöglichen sollen, hat der Eupener Stadtrat ein halbstündiges kostenfreies Parken für Eupen beschlossen. Die neue Regelung soll voraussichtlich erst in einigen Monaten in Kraft treten.

Neue alte Verbindung: Fährt die Euregiobahn demnächst bis nach Eupen?

Laut Informationen des Belgischen Rundfunks (BRF) könnte die Euregiobahn künftig bis nach Eupen fahren. Damit würde die Ende der 1950er Jahre stillgelegte Verbindung zwischen Stolberg, Raeren und Eupen rund 70 Jahre später reaktiviert. Der belgische Schienennetzbetreiber „Infrabel" und der Euregiobahn-Betreiber AVV hielten die technischen Hindernisse, die unter anderem in den verschiedenen Stromnetzen liegen, für lösbar.

„Maastricht Aachen Airport": Meerssen untersucht die Werte für Lärm und Feinstaub

Die niederländische Gemeinde Meerssen lässt die Feinstaub- und Lärmbelästigungen prüfen, die durch die Starts und Landungen auf dem „Maastricht Aachen Airport" verursacht werden. Seit kurzem dürfen auch schwere Frachtmaschinen den Flughafen ansteuern. Während die Anwohner in Meerssen größere Belästigungen verspüren, halten die Flughafenbetreiber und die Provinz Limburg die Werte bislang für vertretbar und dem gesetzlichen Rahmen entsprechend.

Gemeinsame Vermarktung: „GrenzEcho" übernimmt Sender in Eupen

Der private Radiosender „Radio Contact" und die Tageszeitung „GrenzEcho" aus Eupen streben eine gemeinsame Vermarktung an. Indem das „GrenzEcho" den Radiosender übernimmt, sollen beide Häuser gestärkt werden. Neben dem Print- und Online-Angebot sollen redaktionelle Inhalte als „Teaser" aus der Zeitungsredaktion zum Portfolio gehören. Der Zusammenschluss diene letztlich dazu, sich auf dem hart umkämpften lokalen Anzeigenmarkt zu behaupten.

EU-weites Energiewende-Projekt: „Interflex" soll die Stromnetze verändern

Das Vorhaben „Interflex" ist von der Europäischen Kommission aus 28 Projekten im Rahmen des großen EU-Forschungs- und Innovationsprogramms „Horizon 2020" ausgewählt worden. Federführer des mit intelligenten Stromnetzen befassten Projekts ist die RWTH Aachen. Im Fokus sollen die Interoperabilität der Systeme, die Reproduzierbarkeit der Lösungen und die sich daraus ergebenden Geschäftsmodelle stehen. 20 Partner aus Forschung und Industrie kooperieren dabei in dem mit 23 Millionen Euro dotierten Vorhaben, das darauf abzielt, „Smart Grid"-Technologien im industriellen Maßstab anzuwenden, um die Marktfähigkeit erneuerbarer Energien zu erhöhen. „Interflex" bringt Stromlieferanten, Hersteller von Leistungskomponenten, „Smart Grid"-Experten und internationale Netzdienstleister für drei Jahre zusammen.

Digitalisierung in der Unternehmensgründung: RWTH-Studenten helfen Start-up-Betrieben

30 RWTH-Studenten haben am Lehrstuhl für Informatik 5 – „Informationssysteme und Datenbanken" mit Start-up-Betrieben aus der Region zum Thema „Unternehmensgründung und Neue Medien" zusammengearbeitet. Dabei sind drei innovative Projekte entstanden: Für das Unternehmen „formitas" mit Büros in Aachen und Köln erstellten die Studenten eine 3-D-Umgebung für Tablets, mit der sich Architekturmodelle im „Building Information Modeling"-Format auf Baustellen visualisieren lassen. Die „Augmented Reality" ermöglicht es dabei, in das Live-Bild der Kamera künftige Gebäudeteile virtuell einzublenden. Mit „Honestly" aus Köln, das Feedback-Terminals für Unternehmen wie Lindt, REWE und Lufthansa bereitstellt, wurde eine App zur Verwaltung von Anfragen und Bewertungen entwickelt, und für das europäische Forschungsprojekt „Virtuelle berufliche Aus- und Weiterbildung – VIRTUS", an dem die RWTH Aachen beteiligt ist, wurde ein Online-Berufsbildungszentrum entwickelt.

„ScienceLink": Mehrheit der kleinen und mittleren Betriebe hält die Kooperation mit einer Forschungseinrichtung für gewinnbringend

Das Projekt „ScienceLink: Sind Sie mit der regionalen Forschung optimal vernetzt?" ist an den Start gegangen. Dem Auftakt war eine Unternehmensbefragung zu bereits bestehenden Kooperationen mit Forschung und regionalen Branchennetzwerken vorangegangen, die als Grundlage für die künftige Projektarbeit dienen soll. Demnach haben knapp 70 Prozent der befragten Betriebe bereits Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen gemacht, die sie als „sehr gut" bis „gut" bezeichnen. Ziel des Projekts ist es nun, kleine und mittelständische Unternehmen, die noch keine Verbindung zur regionalen Forschung haben, über ihre Möglichkeiten zu informieren und beide Seiten in Kontakt zu bringen. Eine Vermittlung an den richtigen Ansprechpartner wird laut der Umfrage bisher bemängelt. Themen, die die Unternehmen derzeit am meisten beschäftigen, sind „Digitalisierung", „Industrie 4.0" und „Erneuerbare Energien". Neben AGIT, Stadt und Städteregion Aachen sowie dem Zweckverband Region Aachen zählen die IHK Aachen und die RWTH Aachen Campus GmbH zu den Partnern von „ScienceLink". Das Vorhaben wird aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung gefördert.

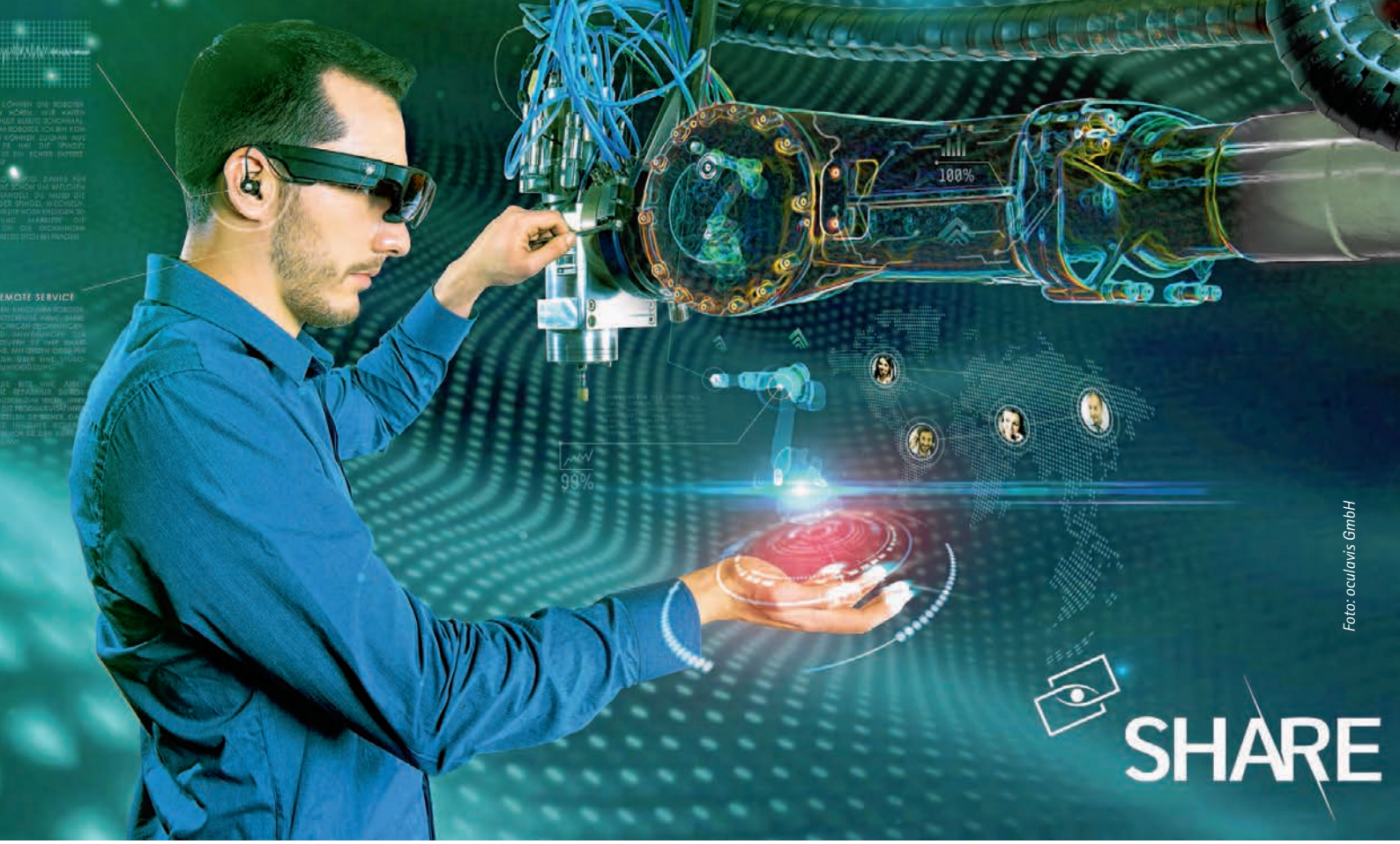


Foto: oculavis GmbH

Für alle sichtbar: Aus einem Forschungsprojekt mit dem Fraunhofer IPT und der RWTH Aachen ist die Software „SHARE" hervorgegangen.

Unternehmensübergreifender Lösungsansatz: Pilotprojekt aus der Region geht in Marktreife über

Ein vom Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie (IPT) und von der RWTH Aachen unterstütztes Pilotprojekt mit dem Aachener Unternehmen oculavis GmbH ist erfolgreich zu Ende gegangen. Die Software „SHARE" soll künftig im Kundenservice, in der Instandhaltung, bei Qualitätsaufgaben oder beim Management verteilter Produktionsstandorte die weltweite Vernetzung von Experten und Technikern ermöglichen. Über die Cloud-Plattform teilen Unternehmen beispielsweise Reparatur- und Betriebsanleitungen ihrer Maschinen und Anlagen inklusive Produktdokumentationen. Bei akuten Problemen sollen sich Experten und Techniker per Videotelefonie live vernetzen und per „Smart Glasses" das gleiche Sichtfeld anzeigen lassen können. Dabei sollen beide Hände zum Arbeiten freibleiben.

Forschung in der Rohstoffindustrie: Mittelständischer Unternehmer stiftet Universitätsprofessur

An der RWTH Aachen ist die neue Stiftungsprofessur „Advanced Mining Technologies" (AMT) zur intensiveren Erforschung einer nachhaltigen und effizienten Weiterentwicklung der Rohstoffindustrie eingerichtet worden. Gefördert wird sie durch die gemeinnützige Ulrich-Thiele-Stiftung aus Iserlohn-Kalthof. Der mittelständische Betrieb Thiele ist ein global agierendes Unternehmen für höchstbeanspruchte Komponenten im Bergbau. Die Professur ist als Co-Professur zur Nachfolgeregelung des neu benannten RWTH-Instituts eingerichtet worden. Der Nachfolger wird derzeit gesucht und soll ab Ende 2017 bis Ende des Jahres 2020 das Institut gemeinsam mit dem jetzigen Institutsleiter Professor Dr. Karl Nienhaus verantworten.

ITA ist offizielle „Industrie 4.0"-Testumgebung für kleine und mittlere Betriebe

Das Bundesforschungsministerium hat ein Förderinstrument entwickelt, mit dem kleine und mittelständische Unternehmen bei der Anpassung an digitale Prozesse und bei der Forschung an und Entwicklung von neuen digitalen Produkten unterstützt werden. Die Betriebe sollen dabei einen geförderten Zugang zu Pilotanlagen und Demonstrationsfabriken in akkreditierten „Industrie 4.0"-Testumgebungen erhalten. Das Institut für Textiltechnik (ITA) der RWTH Aachen ist aufgrund seines umfangreichen Maschinenparks und seiner Erfahrung als offizielle „Industrie 4.0"-Testumgebung aufgenommen worden. Neben Textilbetrieben sollen dort auch Unternehmen anderer Branchen ihre Produkte und Dienstleistungen testen können.

@ www.i4kmu.de

„Rezept ECM" soll Maschinen- und Anlagenbau zugutekommen

Am RWTH Aachen Campus sollen ab sofort ganzheitliche Konzepte des „Enterprise-Content-Managements" (ECM) für den Maschinen- und Anlagenbau entstehen. Projektpartner des Forschungsinstituts für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen ist das seit vergangenem November auf dem Campus immatrikulierte Software-Unternehmen BCT Deutschland GmbH. Während des zweijährigen Forschungsprojekts „Rezept ECM – Modellbasierte Einsatzplanung von Enterprise-Content-Management im Maschinen- und Anlagenbau" soll das Aachener Unternehmen vor allem als Berater und Impulsgeber aktiv sein. Ein Ziel des Projekts ist es, ein Self-Assessment-Tool (SAT) für kleine und mittelständische Unternehmen zu entwickeln, das dann per Online-Fragebogen dabei hilft, das individuell passende ECM-System am Markt zu finden. Das Vorhaben wird vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert.

Geplantes „Kompetenzzentrum Elektrochemie für Nachhaltigkeit": Betriebe können sich anschließen

Das Forschungszentrum Jülich (FZJ), die RWTH Aachen und der Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI NRW) arbeiten gemeinsam am Aufbau eines „Kompetenzzentrums Elektrochemie für Nachhaltigkeit". Vonseiten der Forschung sind das FZJ-Institut für Energie- und Klimaforschung/Grundlagen der Elektrochemie sowie der RWTH-Lehrstuhl für Chemische Verfahrenstechnik beteiligt. Ein Konsortium aus den Forschungseinrichtungen und Unternehmen der Chemischen Industrie hat sich bereits gebildet. Es soll die Zusammenführung und Vernetzung der Kompetenzen aus Industrie und Forschung in NRW ermöglichen. Interessierte Unternehmer sind eingeladen, sich dem Vorhaben anzuschließen.

i VCI-Ansprechpartner:
Dr. Harald Pielartzik
Tel.: 0211 679-3148
pielartzik@nrw.vci.de

Bildungspartnerschaft in den MINT-Fächern: FH Aachen und „Science College" kooperieren

Das Science College Overbach (SCO) und das Institut für Nano- und Biotechnologien (INB) der FH Aachen weiten ihre Zusammenarbeit im Bereich der MINT-Nachwuchsförderung aus. Ziel der Zusammenarbeit zwischen dem „Science College" und dem Institut für Nano- und Biotechnologien ist der Aufbau einer Bildungspartnerschaft, die im Bereich der sogenannten MINT-Fächer – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – der Nachwuchsförderung dient. Mit der Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages ist jetzt manifestiert worden, was seit längerem ohnehin bereits gängige Praxis ist. Etwa drei Mal jährlich bietet das Institut für Nano- und Biotechnologien Workshops für Schüler unterschiedlicher Altersgruppen an, und die Teilnehmer der diversen Bildungsveranstaltungen des „Science College" kommen für einen Tag an das FH-Institut, um dort Forschung im buchstäblichen Sinn hautnah zu erleben. Dabei soll die praktische Arbeit im Labor zu jeder Zeit im Mittelpunkt stehen.

BITMi-Präsident Oliver Grün aus Aachen wird in den „Beirat Digitale Wirtschaft NRW" berufen

Der Aachener Unternehmer Dr. Oliver Grün, Präsident des Bundesverbands IT-Mittelstand e.V. (BITMi), ist von NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin in den „Beirat Digitale Wirtschaft NRW" berufen worden. Das Gremium befasst sich mit den Rahmenbedingungen der Digitalen Wirtschaft und hat die Aufgabe, sie branchenorientiert zu verbessern. „Um die digitale Transformation in NRW zügig voranzutreiben, müssen wir mit vereinten Kräften zusammenarbeiten. Der digitale Mittelstand kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten", sagt Grün. Der Beirat setzt sich aus Vertretern der Bereiche „Konzern", „KMU", „Start-ups", „Venture Capital" und „Wissenschaft" sowie Multiplikatoren aus Vereinen und Verbänden zusammen. Die Berufung erfolgt für ein Jahr. Unterdessen hat das Online-Magazin „politik & kommunikation" den Aachener Unternehmer auf die Liste der rund 100 wichtigsten Akteure der Digitalisierung in Deutschland gesetzt.

@ www.digitalewirtschaft.nrw.de

Foto: BITMi

Mit Einfluss auf den Minister: Der Aachener Unternehmer Dr. Oliver Grün wirkt als neues Mitglied im „Beirat Digitale Wirtschaft NRW" am digitalen Wandel mit.

VALERES
Industriebau GmbH
International 100.000 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

Die Zauberformel der Zukunft heißt „ITK“

„Liebesheirat“ mit der HAUBNER IT im Sinne von Rundum-Sorglos-Lösungen

von Bernd Born

Der Trend ist „glasklar“: Mit der zunehmenden Verschmelzung von IT (Informationstechnologie, alles rund um die EDV) und der TK (Telekommunikation) hat auch NetAachen eine zeitgemäße und zukunftsträchtige Erweiterung ihres Geschäftsfeldes ausgemacht. Das Zauberwort heißt „ITK“ und beinhaltet einen umfassenden Service etwa im Cloud- und Sicherheitsbereich.

Stets am Puls der Zeit: NetAachen-Geschäftsführer Andreas Schneider.

Fotos: Bernd Born

„Neben dem stetigen Ausbau unserer glasfaserbasierten Netze, die das Rückgrat für erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle in unserer Region bilden, haben wir mit der Haubner IT, einem Spezialisten für Managed Services im IT-Bereich, unsere bedarfsorientierte Leistungs- und Beratungsfähigkeit im Unternehmensverbund ergänzt“, sagt Geschäftsführer Andreas Schneider: „Somit sind nun weitere Dienstleistungen aus einer Hand für an einem Rundum-sorglos-Paket interessierte Businesskunden möglich, egal ob im Bereich der Telekommunikation oder der Datenhaltung und -verarbeitung.“ NetAachen bietet jetzt also auch einen umfassenden IT-Service, speziell im Cloud- und ITK-Sicherheitsbereich, für mittelständische Unternehmen an. Im Gespräch mit Diplom-Ingenieur Thomas Haubner, Geschäftsführer des gleichnamigen Unternehmens mit Sitz in Köln-Rodenkirchen, werden Sinn und Zweck der strategischen Partnerschaft deutlich.

Herr Haubner, NetCologne hat 70 Prozent der Anteile ihres Unternehmens erworben und ergänzt so im Verbund mit NetAachen das Geschäftskunden-Portfolio um IT-Services. Was steckt dahinter? Eine Entwicklung, die sich abgezeichnet hat?

Ja, auf alle Fälle. Der Trend des Zusammenwachsens von Telekommunikation und IT wird sich noch weiter verstärken. Der Kunden-Anspruch an Hightech-Lösungen und deren Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit verpflichtet ITK-Anbieter zu immer stärkerem Wachstum. Um dieses Wachstum und den qualifizierten Ausbau der Geschäftsfelder der Zukunft gewährleisten zu können, hätte ich mir keinen besseren Partner als NetCologne im Unternehmensverbund mit NetAachen wünschen können. Man kann also von einer echten Liebesheirat sprechen.

An seinem Schreibtisch in Köln-Rodenkirchen: Thomas Haubner, Geschäftsführer des gleichnamigen IT-Unternehmens. HAUBNER IT ist ein mittelständischer Betrieb, der 1993 gegründet wurde. Heute beschäftigt der IT-Infrastrukturdienstleister 55 Mitarbeiter, die sich um Managed Services in der IT, Cloud-Computing und IT-Systembetreuung von Geschäftskunden kümmern.

In der die Rollen klar verteilt sind …

Ich war mir stets darüber bewusst, dass aus den genannten Gründen irgendwann der Verkauf meiner 1993 gegründeten Firma anstehen würde. Vielleicht nicht so früh, doch als die Idee im Rahmen eines Business-Lunch-Termins an mich herangetragen wurde – verbunden mit sehr konstruktiven Folgegesprächen bis hin zu einem konkreten Angebot –, musste ich nicht lange überlegen. Es hat einfach gepasst. Wir konnten unseren Umsatz in den vergangenen Jahren konsequent steigern und möchten uns mit unserer Expertise perspektivisch gerne breiter aufstellen. Mit einem regional agierenden Telekommunikationsunternehmen im Rücken haben wir dazu die Möglichkeit, nicht zuletzt auch, um uns in einem immer mehr Fahrt aufnehmenden Verdrängungswettbewerb erfolgreich behaupten zu können. NetCologne und NetAachen benötigen unser komplettes Know-how. Dazu kommt, dass das eine nicht ohne das andere geht. Nur ein Beispiel: Interessante Cloud-Lösungen bedingen leistungsstarke Internet-Access-Produkte. Sie sehen also, dass die Rollen nicht nur klar verteilt sind, sondern sich optimal ergänzen und mit

unzähligen Synergieeffekten im Sinne des gemeinsamen Kunden einhergehen.

Was war Ihnen im Hinblick auf die Partnerschaft mit einem, wie Sie sagen, lokalen „Big Player" noch wichtig? Wurde über Zukunftsszenarien gesprochen?

NetCologne und NetAachen setzen auf die persönliche Betreuung und die Nähe zu den Kunden – wie wir. Das war ganz entscheidend für mich. Derzeit bringe ich 55 Mitarbeiter (vorwiegend Fachinformatiker für Systemintegration) in die Partnerschaft ein – aber klar, irgendwann soll die Verschmelzung in ein eigenständiges ITK-Systemhaus münden. Als grobes Zeitfenster steht das Jahr 2020 im Raum; unseren Vorstellungen nach könnte dann ein NetCologne-/NetAachen-Systemhaus einen vollumfänglichen ITK-Service mit für einen Schichtdienst notwendigen 180 Mitarbeitern sicherstellen.

Die Partnerschaft besteht offiziell seit dem 1. Juni 2016. In welchem Status befinden sich konkrete Herangehensweisen beziehungsweise Vertriebskonzepte?

Die Digitalisierung, speziell die Veränderung von Geschäftsmodellen durch Vernetzung sowie Datenspeicherung und -auswertung, wird die Wertschöpfungsaktivitäten unserer Kunden massiv beeinflussen. Stellen Sie es sich so vor: Wir gewährleisten, dass sich ein jeder auf seine Kernkompetenz, also das, was ihn eigentlich stark macht, konzentrieren kann. Unsere Aufgabe besteht also darin, dem Kunden die ständig neuen Anforderungen im Sinne der Digitalisierung vollumfänglich abzunehmen. Wir bauen individuelle IT-Infrastrukturen auf, die völlig unabhängig von Regionen, Betriebsgrößen oder Branchen sind. Damit erfüllen wir ein klassisches Alleinstellungsmerkmal. Den Bedarf unserer Kunden gezielt abzuholen, das ist jetzt wichtig – dazu finden ein ständiger Austausch und Schulungen statt. So lassen sich Produkt-Bundles schnüren, wie etwa ganz aktuell für Handwerker: Telefonie, Mail, Internet-Access und -Storage mit speziellen Rabatten und getreu dem Prinzip „One face to the costumer" – ein Ansprechpartner, der sich um alles kümmert.

Gibt es einen klassischen Referenzkunden, den es an dieser Stelle zu erwähnen lohnt?

Den gibt es tatsächlich. Wir haben erst kürzlich die komplette ITK-Infrastruktur des 1. FC Köln angepasst und ergänzt. Umso schöner, wenn uns der Kunde dann seine über alle Maßen hohe Zufriedenheit mit auf den Weg gibt. Wir arbeiten generell nach dem gleichen Prinzip, das heißt, dass sich niemand von unseren Services abhängig machen muss – ganz im Gegenteil. Wer unsere Dienstleistungen in Anspruch nimmt, möge das nach unseren Vorstellungen aus lediglich einem Grund tun: weil er uns lieb hat.

Demnach dürfte es in naher Zukunft auch zu neuen (Liebes-) Beziehungen mit Unternehmen aus der Region Aachen – Düren – Heinsberg kommen?

Wir haben bereits zahlreiche Kunden aus diesem Versorgungsgebiet und freuen uns auf weitere Türen, die sich durch die Partnerschaft mit NetAachen öffnen werden. Kombi-Pakete aus professioneller Telefonie, Internet, Rechenzentrumsleistungen sowie dazugehörigen IT-Services, etwa die Einrichtung von Servern, Desktop-PCs oder Speichersystemen, erfreuen sich einer florierenden Nachfrage. Wir alle hier sind top motiviert und freudig aufgeregt – oder lassen Sie es mich so sagen: Der Deal mit NetCologne und dadurch auch mit NetAachen macht mich sehr stolz – jetzt ist eine ganz andere Wachstumsstory möglich!

INFO

NA!? Das Web-Magazin der NetAachen. Lebendig, informativ, kurzweilig, trendig! Net(t) gemacht, herzhaft anders und so vielfältig wie die Region, mit der uns so viel verbindet. NA!? auf www.na.de – immer einen KLICK wert!

Eine echte „Landmarke“: Das geplante „Motel One“ gegenüber dem Stadttheater ist eines der Aachener Prestige-Projekte bei der „MIPIM“.

Cannes was bringen

Bei der „MIPIM“ in Frankreich werben die IHK und sieben Partner bei internationalen Investoren für die Region und ihre Projekte

Rund 2.500 Aussteller, mehr als 5.000 Investoren und 22.000 Besucher aus 90 Ländern: Hiermit gehört der „Marché International des Professionnels de l’immobilier“ – kurz: MIPIM – zu den größten Immobilienmessen der Welt. Wenn sich die einflussreichsten Experten der Branche vom 14. bis 17. März in Cannes treffen, dann dürfen auch die „Player“ aus dem Kammerbezirk nicht fehlen. Und so reisen sieben Aachener Betriebe der Branche gemeinsam mit der IHK ein weiteres Mal zu dem renommierten Immobilienmarkt nach Frankreich, um für ihre Projekte und die Region zu werben.

„Unser Wirtschaftsraum wird immer stärker international wahrgenommen, was sich an der hohen Beteiligung von Unternehmen unter der Marke ‚aachen 1a‘ zeigt“, erklärt IHK-Geschäftsführer Fritz Rötting, der die regionale Messebeteiligung unter dem Dach des Landes Nordrhein-Westfalen organisiert: „Hier können wir die Wirtschaftsregion im Standortmarketing als Top-Adresse für Gewerbe-Immobilien positionieren.“ Auch Stand-Partner Adalbert G. Pokorski, „Managing Director“ der Greenwater Capital GmbH mit Sitz in Aachen, sieht in der MIPIM „eine ausgezeichnete Plattform, um mit internationalen Investoren in Kontakt zu kommen“.

Im Mittelpunkt des Auftritts am NRW-Gemeinschaftsstand befinden sich der RWTH Aachen Campus und einige Vorhaben in der Aachener Innenstadt. Die Landmarken AG stellt die aktuellen Entwicklungen am „Lust 4 Life“ in Aachen und gegenüber dem Stadttheater vor, wo das erste Aachener „Motel One“ mit bis zu 270 Zimmern entstehen soll. Ein weiteres Aushängeschild der Landmarken AG ist ihr Projekt am Hauptbahnhof Münster, für den sie ein neues Entree entwickelt. „Wir suchen internationale Kontakte zu Städten, guten Architekten und interessanten Projekten. Außerdem nutzen wir die Messe für eine Einschätzung des Marktes und schauen, was die neuen Trends in den Immobilienmärkten sind“, erklärt Vorstand Norbert Hermanns.

Die DERICHS u KONERTZ Projektentwicklung GmbH mit Sitz in Aachen will ihr Wohnquartier am Campus West in Aachen sowie ein neues Hotelprojekt präsentieren, das in Saarbrücken an den Start geht. „In der Immobilienbranche leben wir von einem ständigen Wissensaustausch und der Qualität unseres Netzwerks“, sagt Geschäftsführer Maximilian De-

richs: „Keine andere Immobilienmesse ist in Bezug auf die Teilnehmer so hochkarätig besetzt." – „Neue Kontakte sowie die Auffrischung bisheriger Kontakte" erhofft sich auch Nisse Nesseler, Projektleiter der „nesseler grünzig gruppe", die drei ihrer Projekte nach Cannes „entführt": die Neugestaltung des Aachener Tuchmacherviertels, für die ein Wohngebiet mit Mehr- und Einfamilienhäusern geplant ist, den Neubau an der Stelle des Vegla-Hauses im Frankenberger Viertel in Aachen sowie ein Bauprojekt in Essen-Rüttenscheid.

@ www.1aachen.com
www.mipim.com

INFO

Acht Partner aus der Region

Zur MIPIM in Cannes sind (AC) Aachener Immobiliengesellschaft mbH, REAQ Immobilien GmbH, IHK Aachen, Landmarken AG, nesseler grünzig gruppe, RWTH Aachen Campus GmbH, Greenwater Capital GmbH und DERICHS u KONERTZ Projektentwicklung GmbH gemeinsam am Stand „R8.D13" in der Halle „Riviera 8" vertreten.

Foto/Grafik: HPP Architekten, Düsseldorf

Aus „alt" mach „neu": Als Ersatz für das Vegla-Haus im Frankenberger Viertel plant die „nesseler grünzig gruppe" eine neue Immobilie mit Mehrfachnutzung.

„10 Fakten zur Flächennutzung in NRW": Eine IHK-Broschüre soll Missverständnisse beseitigen

Über die Nutzung von Flächen wird in der Öffentlichkeit viel diskutiert. Dabei kommt die Wirtschaft häufig schlecht weg – oft wird sie sogar als „Flächenfresser" bezeichnet. Die Broschüre „10 Fakten zur Flächennutzung in NRW" will die Diskussion versachlichen. „IHK NRW" als der Zusammenschluss der 16 Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen hat dazu Zahlen und Fakten gesammelt, ausgewertet und auf 14 Seiten zusammengestellt. Die zugrundeliegenden Angaben beruhen auf amtlichen Zahlen des Statistischen Landesamtes „IT.NRW". Bei der Betrachtung dieser Zahlen zeigt sich, dass das oft beklagte Bild eines „zugebauten Landes" mit der Realität nicht übereinstimmt. Vielmehr sind die Gewerbe- und Industrieflächen seit Jahren insgesamt rückläufig – im Jahr 2015 um 9.800 Quadratmeter pro Tag, während die Erholungsflächen im selben Zeitraum um 57.000 Quadratmeter zugelegt haben. Die Gewerbe- und Industrieflächen nehmen in NRW somit nur 2,2 Prozent der gesamten Landesfläche in Anspruch. Die Broschüre mit vielen weiteren Informationen steht zum Download im Internet bereit.

@ www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 3646388)

Wirtschaftsinformationen

Rechnen Sie mit dem Schlimmsten,
bekommen Sie die Besten.

Um die besten Kunden zu gewinnen, gilt es auch das Ausfallrisiko in die Kalkulation einzubeziehen. Setzen Sie daher bei der Bonitätsprüfung auf einen starken Partner – national wie international.

Creditreform Aachen
Tel. 0241 - 962450
www.creditreform.de

Regional verankert, weltweit an Ihrer Seite.

Creditreform

Foto: Dominik Ketz/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Wegweisend: Der Umsatz der Übernachtungsbetriebe entlang des Eifelsteigs ist um 25 Prozent gewachsen.

Eifelsteig: 25 Prozent mehr Umsatz und zum dritten Mal das „Premiumweg"-Siegel

Das Deutsche Wanderinstitut hat den 313 Kilometer langen und von Aachen nach Trier führenden Eifelsteig zum dritten Mal mit dem Siegel „Premiumweg" ausgezeichnet. Allein im vergangenen Jahr hatte sich der Umsatz durch Übernachtungen entlang der Route laut Eifel Tourismus GmbH um 25 Prozent auf rund 620.000 Euro gesteigert – ohne Berücksichtigung der Direktbuchungen bei den Beherbergungsbetrieben und der Einnahmen der Gastronomiebetriebe und Geschäfte entlang des Weges. Im 18. Jahr seines Bestehens verbesserte der Eifelsteig seine Benotung gegenüber der vorigen Auszeichnung von 51 auf 56 Punkte. Der Bewertung liegen 36 Kriterien und insgesamt 320 Einzelgesichtspunkte zugrunde. Die Juroren des Deutschen Wanderinstituts begehen die gesamte Strecke und beurteilen dabei vor allem die Aspekte „Abwechslungsreichtum", „Ausschilderung", „Sehenswürdigkeiten", „Natur", „sinnvolle Einbindung von Ortslagen und Kulturlandschaft", „Format des Weges", „Anspruch" und „Leitsystem". Hinter dem Saar-Hunsrück-Steig (65 Punkte) und dem Salzalpensteig (61 Punkte) landete der Eifelsteig diesmal bundesweit auf dem dritten Platz. Insgesamt hat das Deutsche Wanderinstitut bei dem im Drei-Jahres-Rhythmus stattfindenden „Touren-TÜV" 579 Wanderwege unter die Lupe genommen, darunter 551 Rundwanderwege. Die Eifel Tourismus GmbH hatte im vergangenen Jahr 70.000 Euro in Marketingmaßnahmen zur Bewerbung des Eifelsteigs investiert und je eingesetztem Euro zehn Euro Umsatz generiert.

Betrieblicher Arbeitsschutz: Ein neues Instrument soll bei der Bewertung helfen

Die „Gemeinsame Deutsche Arbeitsschutzstrategie" (GDA) hat ein neues Instrument für Unternehmen entwickelt. Mit dem „GDA-ORGAcheck" sollen Nutzer die Organisation ihres betrieblichen Arbeitsschutzes selbst bewerten, Schwachstellen in der Arbeitsschutzorganisation erkennen und Verbesserungsmaßnahmen einleiten können. Das kostenfreie Instrument lässt sich in Form einer Broschüre sowie online nutzen. Die Internetversion bietet zusätzlich ein Benchmark an, mit dem Unternehmen den Status ihrer Arbeitsschutzorganisation mit den Ergebnissen anderer Betriebe vergleichen können. Außerdem sollen die Nutzer interaktiv einen Maßnahmenplan erstellen und weitere Informationen wie Praxishilfen und Rechtsgrundlagen erhalten können.

@ www.gda-orgacheck.de

Der erste „Frauen-Business-Tag der Region Aachen" findet im Technologiezentrum statt

Am Freitag, 17. März, bringt der „Zweckverband Region Aachen" mit dem hiesigen „Kompetenzzentrum Frau und Beruf" Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer, Personalverantwortliche und weibliche (Nachwuchs-) Führungskräfte von 14 bis 19 Uhr im Technologiezentrum am Europaplatz zum ersten „Frauen-Business-Tag der Region Aachen" zusammen. „Viele in der Region ansässige Unternehmen fördern die weiblichen Karriere- und Aufstiegschancen eher punktuell", sagt Mirka Hellemacher, Leiterin des Kompetenzzentrums: „Meist fehlen Ressourcen oder strategische Ansätze, um Führungskräfteentwicklung für Frauen zu etablieren." Der Tag mit dem Titel „Hier lang Karriereentwicklung. Unternehmen fördern Frauen" wird mit der Agentur für Arbeit Aachen-Düren organisiert. Die Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme unter Tel.: 0241 9631949 und per E-Mail an ramakers@regionaachen.de ist bis 10. März möglich.

@ regionaachen.de/news

Jobchancen für Menschen mit Behinderung: Das Modellprojekt „InTrain2Job" zieht Zwischenbilanz

20 von 60 Teilnehmern des Modellprojekts „InTrain2Job" haben bereits eine sozialversicherungspflichtige Arbeit aufgenommen. So lautet das bisherige Fazit der Projektpartner, zu denen die Fortbildungsakademie der Wirtschaft gGmbH (FAW), die Agentur für Arbeit Aachen-Düren und das Jobcenter StädteRegion Aachen gehören. Nach dem Zuwendungsbescheid für Bundesmittel über rund 630.000 Euro hatte das Projekt Anfang 2016 Fahrt aufgenommen und soll noch bis Oktober 2017 laufen. Dabei suchen „Jobtrainer" der FAW nach einer „Intensivphase" von zwei Wochen mit Hilfe eines branchenbezogenen Tätigkeits- und Fähigkeitsprofils einen passenden Betrieb für die Projektteilnehmer. Bei der anschließenden Erprobungs- und Trainingsphase in Betrieben werden die Teilnehmer weiter betreut. Ziel ist es, innerhalb dieser Zeit eine dauerhafte Integration in den Arbeitsmarkt sicherzustellen. Hierzu wird auch ermittelt, inwiefern die Arbeitsplätze individuell zu gestalten sind, damit eine erfolgreiche Eingliederung möglich ist.

Begleitet wird das Projekt quartalsweise durch einen Projektbeirat, in dem die lokalen Akteure des Ausbildungs- und Arbeitsmarktes vertreten sind – auch die IHK Aachen.

@ FAW-Ansprechpartner für Arbeitgeber:
Oliver Diepes
Tel.: 0241 44593-23
oliver.diepes@faw.de

Gründer der GNT-Gruppe erhält höchste Auszeichnung der Süßwarenbranche

Der Aachener Unternehmer Horst Hoeck ist beim Neujahrsempfang des Internationalen Süßwarenhandelsverbandes „Sweets Global Network" in München mit der „Goldenen Uhr des SG" ausgezeichnet worden. Der Gründer der GNT-Gruppe erhielt die höchste Auszeichnung der Süßwarenbranche als erster Preisträger aus der Zulieferindustrie. Das „Sweets Global Network" würdigte Hoecks „revolutionäre Leistungen im Bereich der färbenden Lebensmittel". Er hatte die GNT Europa GmbH 1978 in Aachen gegründet. Heute verfügt der Betrieb über rund 30 Grundstoffe und etwa 400 Rezepte. Die Säfte und Konzentrate kommen jedes Jahr in rund 15 Milliarden Produkten zum Einsatz.

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

Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com

Foto: © terex – Fotolia.com

Foto: © epr – AKAD

Foto: © Fotowerk – Fotolia.com

Arbeitsplatzgestaltung

Anzeigensonderveröffentlichung

So kommt Bewegung in den Büroalltag

Wie aktives und dynamisches Sitzen auch die Konzentrations- und Leistungsfähigkeit fördert

Immer mehr Arbeitnehmer verbringen ihren Tag im Sitzen. Auch nach der Arbeit dominiert das Sitzen den Alltag vieler Menschen. Eine Entwicklung, die Folgen mit sich bringen kann, denn die sitzende Arbeitshaltung belastet unseren Rücken und gilt als einer der Hauptauslöser für Verspannungen und Rückenschmerzen. Umso wichtiger ist es deshalb, dass Büromöbel die Ergodynamik fördern und Bewegung in den Arbeitsalltag bringen.

Der menschliche Körper ist auf ein Leben in Bewegung ausgerichtet. Mehrere Kilometer zu Fuß zu gehen, Tag für Tag, das ist für unsere Wirbelsäule, Muskulatur und Gelenke im Normalfall kein Problem. Tatsächlich sieht unser Alltag heute jedoch oft anders aus: Viele Menschen legen nur kurze Strecken zu Fuß zurück und verbringen den Großteil des Tages im Sitzen. In dieser unnatürlichen Haltung ist es oft nur eine Frage der Zeit, bis erste Beschwerden wie Rücken-, Kopf-, Nacken- oder Schulterschmerzen auftreten. Zusätzlich kann Stress bei der Arbeit zu Verspannungen führen, wodurch man sich im Wortsinn angespannt fühlt, was wiederum das Problem zusätzlich verstärken kann. Die gute Nachricht: Industrie und viele Arbeitgeber haben die fol-

Wir sind davon überzeugt, dass es möglich ist, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, die das **körperliche, soziale** und **emotionale Wohlbefinden** der Mitarbeiter fördert. Wie? Durch die Förderung einer Kultur, die diese Eigenschaften schätzt und durch eine entsprechende Abstimmung der Einrichtung auf diese Kultur. Wir nennen diese neue Arbeitslandschaft das **„Living Office“**.

MENSCH IM BÜRO
Raum für Innovation
www.menschimbuero.de

...für Büro und Objekt seit 1945
BÜRO-MUSTERHAUS PRICKARTZ

Tel. 0241/ 51 81 - 0
Fax 0241/ 50 80 21
mail@prickartz.de
www.prickartz.de

Büro-Musterhaus
Prickartz GmbH
Dresdener Str. 5-7
52068 Aachen

ROUETTE Eßer
SEIT 1933
...für Büro und Objekt

Tel. 02421/ 8008-0
Fax 02421/ 8008 29
mail@rouette-ehser.de
www.rouette-ehser.de

Rouette Eßer GmbH
Am Langen Graben 3
Gewerbegebiet Im Großen Tal
52353 Düren

Wir sind zertifiziert! QUALITY OFFICE

Foto: © motorradcbr – Fotolia.com

Foto: © Alliance – Fotolia.com

Foto: © Scanrail – Fotolia.com

Foto: © goodluz – Fotolia.com

genschweren Auswirkungen der dauerhaft sitzenden Arbeitshaltung erkannt. Um Rückenbeschwerden vorzubeugen, ist aktives und dynamisches Sitzen – also die wechselnde Haltung – eine gute Lösung. Verbraucher erkennen rückengerechte Bürositzmöbel am Gütesiegel des Aktion Gesunder Rücken (AGR) e. V. Dieses Siegel wird an ausgewählte Sitzkonzepte vergeben, die dem strengen und unabhängigen medizinisch-therapeutischen Prüfungsgremium sowie einem Kriterienkatalog gerecht werden:

• Ein Hersteller überzeugt beispielsweise mit der Similar-Swing-Mechanik bei seinen Bürostühlen, die Bewegung fördert. Die bewegliche Sitzfläche, Lehne und Rückstellfedern passen sich jeder Sitzposition und selbst seitlichen Hüft- und Beckenbewegungen an.

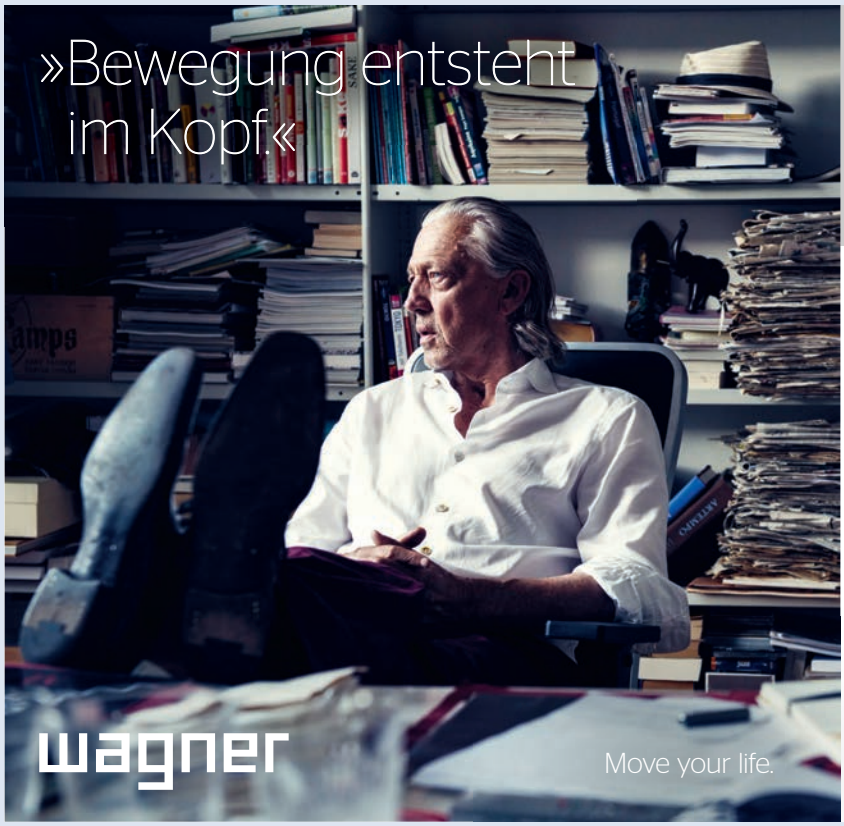
• Hinter „3D-Balance" verbirgt sich das Bewegungskonzept eines weiteren Herstellers. Es fördert die natürlichen Bewegungsimpulse, regt zu stetigen Haltungswechseln an und ermöglicht Körperbewegungen nach vorne und hinten sowie zu beiden Seiten.

• Wer sich ganz natürlich bewegen kann, bewegt sich auch mehr – deshalb sind die Aktiv-Bürostühle mit patentierter 3-D-Technologie ausgestattet. Damit gehört starres Sitzen endgültig der Vergangenheit an. Die Stühle fördern nicht nur Bewegung, sie fordern sie sogar. Und: Bewegung ist nun vor- und rückwärts, seitwärts und in die Tiefe möglich.

Während man früher noch davon ausging, dass es „die eine" richtige Sitzhaltung gibt, weiß man heute, dass der Mensch für Bewegung geboren ist und am besten niemals Dauerhaltungen einnimmt. Grundsätzlich gilt: Je mehr (kontrollierte) Bewegungen Sitzmöbel zulassen, desto besser ist dies für Wirbelsäule, Bandscheiben und die umliegende Rückenmuskulatur, die durch Bewegungsimpulse stetig trainiert wird. Positiver Nebeneffekt: Auch die Konzentrations- und Leistungsfähigkeit profitieren vom dynamischen Sitzen im Büro.

Um den Sitzmarathon im Büro zu unterbrechen, ist Abwechslung gefragt – etwa durch einen Mittagsspaziergang. Wer in der Pause 20 bis 30 Minuten an der frischen Luft verbringt, tut nicht nur dem Bewegungsapparat etwas Gutes, sondern sorgt auch für frische Lebensgeister. Das Büro in der Mittagspause einmal zu verlassen, um für eine kurze Zeit auf andere Gedanken zu kommen und tief durchzuatmen, ist die beste Voraussetzung für einen produktiven Nachmittag. Nicht nur in der Pause, auch zwischendurch sollten Büroarbeiter jede Gelegenheit nutzen, die Sitzroutine zu durchbrechen.

(AGR)



Viehausen & Gartz
bürovoll eingerichtet
www.viehausen-gartz.de

Viehausen & Gartz GmbH
H.-J.-Gormanns-Straße 2
41812 Erkelenz
Tel.: 02431/96030
Fax: 02431/960322
info@viehausen-gartz.de
Flagshipstore wagner
• Büroeinrichtungen • Büroversorgung

Dondola®

Die Design-Bürostühle von WAGNER sorgen für ein einzigartiges Sitzgefühl. Mit dem dreidimensional beweglichen Dondola®-Sitzgelenk bringen sie Bewegung in Ihr Leben – und das mit Stil!

www.wagner-living.de

* alle Preise inkl. Mwst.

W1C € 599,-* Titan Ltd. S € 1.799,-* AluMedic 10 € 799,-*

JUBILÄEN – 25 JAHRE

- High Tech Laserbeschriftungen GmbH, Übach-Palenberg
- HOTEG Abbundzentrum West GmbH, Würselen
- ID Ingenieurgesellschaft für Datentechnik mbH, Aachen
- Logistik-Center Hückelhoven GmbH & Co. KG, Hückelhoven
- NOVATEC Gesellschaft für Beratung und Vertrieb von EMSR-Systemen mbH., Herzogenrath
- Renate Elsen, Blankenheim
- Ida Maria Pauline Funk, Wassenberg
- Michaela Hentschel, Herzogenrath
- Karl-Heinz Motter, Stolberg (Rhld.)

Security-Studie kürt LANCOM zum Sieger

Aachen. Die LANCOM Systems GmbH ist als Sieger aus der aktuellen Security-Studie des Analystenhauses „techconsult" hervorgegangen. Im Rahmen der Anwenderbefragung „Professional User Rating Security Solutions" erzielte der Aachener Hersteller von Netzwerkinfrastrukturlösungen für Geschäftskunden und die Öffentliche Hand Spitzenwerte in den Kategorien „Kundenzufriedenheit", „Leistungsfähigkeit", „Service & Support" sowie „Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit". Für die Anwenderstudie wurden mehr als 2.400 Unternehmen zu der Zufriedenheit mit den von ihnen eingesetzten Lösungen befragt. Die Bewertung erfolgte anhand von 70 Einzelkriterien in 14 Kategorien.

„Semesterende Skireisen" testet ein System zur freiwilligen Bezahlung

Aachen. Das studentische Start-up-Unternehmen „Semesterende Skireisen UG (haftungsbeschränkt)" will das „Pay What You Want"-Modell erproben. Für eine Reise Anfang April führt das junge Unternehmen testweise ein partizipatives Preismodell ein, bei dem die Kunden nach der Reise selbst bestimmen, welchen Betrag sie für die Reise zahlen möchten. „Semesterende Skireisen" ist eigenen Angaben zufolge bundesweit der erste Reiseveranstalter, der dieses System einführt. Der Betrieb wurde im Jahr 2014 von Aachener Studenten gegründet und ist auf die Planung und Realisierung preiswerter Wintersportreisen für junge Erwachsene spezialisiert.

Out of Office

Foto: AKS Service

Tino Linzenich, Geschäftsführer der AKS Service GmbH in Alsdorf und Nideggen, die Partner von KMU für Services im Online- und Offline-Bereich sowie IT- und ITK-Systeme ist.

1.) Ich bin Unternehmer, weil...
... ich gerne mitgestalte! Der IT-Markt ist die Zukunft – und Zukunft mitzugestalten, war schon immer das, was ich gerne zusammen mit einem hervorragenden Team machen wollte.

2.) Mein größtes Erfolgserlebnis hatte ich...
... beziehungsweise habe ich jeden Tag, wenn ich mit meinen Kollegen unsere Kunden mit neuen Technologien versorgen kann. Jeder zufriedene Kunde ist für mich ein Erfolgserlebnis.

3.) Wen ich gerne mal treffen würde – und warum:
Udo Lindenberg, weil es mich interessiert, wie es ist, das Leben in einem Hotel zu verbringen. Geschäftlich und als Unternehmer würde ich gern mal einen Tag mit dem Gründer von Tobit Software, Tobias Groten, verbringen.

4.) Auf diese geniale Erfindung wäre ich gern selbst gekommen:
Facebook. Die Idee ist an sich ja auch recht einfach. Schon als Jugendlicher habe ich mich oft gefragt, was wohl meine Bekannten und Freunde gerade machen. Da fehlte mir nur die Begabung zum Programmieren. ;-)

5.) Dieses Album landet immer wieder in meinem CD-Spieler:
CD-Spieler? Heute wünsche ich mir den Titel „Music" von John Miles per Sprachbefehl an mein Smartphone. :-)

6.) Und das ist meine Vorstellung von Glück:
Alle meine Lieben – Familie, Hunde, Freunde – gesund um mich herum zu haben.

Beste Verpackung: Alsdorfer „tri d'Aix" belegt den ersten Platz

Alsdorf/Köln. Die tri d'Aix GmbH mit Sitz in Alsdorf ist im Rahmen der 47. Internationalen Süßwarenmesse in Köln mit dem ersten Preis für die beste Verpackungsidee ausgezeichnet worden. Das Familienunternehmen aus der Branche der Süßwarenproduzenten setzte sich laut einem Bericht der Aachener Zeitung mit seiner Idee eines dem klassischen Grillkohlebeutels nachempfundenen Barbecue-Marshmallowbeutels mit beigelegten Holzgrillstäben durch. Der 1991 in Alsdorf gegründete mittelständische Betrieb gilt als einer der führenden Anbieter von mehr als 120 Sorten Fruchtgummi.

Amazon Development Center eröffnet in Aachen

Aachen. NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin hat das Amazon Development Center in Aachen eröffnet. Der neue Standort hat seinen Sitz im AachenMünchener-Hochhaus an der Aureliusstraße. Dort will Amazon die Forschung und Entwicklung im Bereich digitaler Produkte vorantreiben. Die rund 80 Beschäftigten sollen dabei eng mit der RWTH Aachen zusammenarbeiten.

HABAU zieht um und plant Schaffung neuer Arbeitsplätze

Heinsberg/Aachen. Die HABAU Vertrieb von Stahlhallen GmbH ist von Heinsberg nach Aachen umgezogen. Am neuen Standort will das 38 Jahre alte und auf den Bau von Autohäusern spezialisierte Unternehmen laut einem Bericht der Aachener Nachrichten künftig 13 neue Arbeitsplätze einrichten. Der Betrieb verzeichnet einen Jahresumsatz von rund 30 Millionen Euro.

Sechs Autohäuser der Jacobs-Gruppe bekommen künftig einen einheitlichen Firmennamen

Aachen. Die Jacobs-Gruppe hat eine Umfirmierung von sechs Autohäusern in der Region vorgenommen. Piper in Aachen und Übach-Palenberg sowie Zabka in Alsdorf, Krings in Simmerath, Nitsche in Heinsberg und Sirries in Erkelenz führen ihre Arbeit fortan als „Jacobs Automobile" fort. Der neue Name wurde im Zuge der Umbenennung um den jeweiligen Standort des Autohauses erweitert. Die Rechtsformen der einzelnen Häuser bleiben bestehen und alle Mitarbeiter an ihren jeweiligen Standorten beschäftigt. Mit dem für alle Betriebe einheitlichen Namen „Jacobs" und dem neuen Mehrheitsgesellschafter „Penske Automotive Group" als weltweit größtes Autohandelsunternehmen will die Jacobs-Gruppe ihr Wachstum beschleunigen. Dazu sollen neue Arbeitsplätze und innovative Technologien entstehen. Die Jacobs-Gruppe zählt zu den zehn größten Volkswagen- und Audi-Händlern in Deutschland. Mit 90 Jahren Erfahrung, 16 Standorten, mehr als 700 Mitarbeitern und derzeit 192 Auszubildenden gehört die Unternehmensgruppe bundesweit zu den traditionsreichsten und wachstumsstärksten Anbietern von Fahrzeugen und modernen Mobilitätsdienstleistungen.

Stadtwerke Düren und „Leitungspartner" kooperieren mit regio iT

Düren/Aachen. Die Leitungspartner GmbH als Netzgesellschaft der Stadtwerke Düren GmbH und die regio iT GmbH haben eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet. Der kommunale IT-Dienstleister mit Sitz in Aachen übernimmt künftig den Client-Service für die „Stadtwerke Düren"-Gruppe. Der neuen Partnerschaft war ein umfassendes Auswahlverfahren vorangegangen. Von der Leitungspartner GmbH wurden bislang alle Arbeiten und Dienstleistungen rund um die IT-Endgeräte innerhalb der rund 260 Mitarbeiter umfassenden „Stadtwerke Düren"-Gruppe selbst erbracht. Von der Auslagerung der sogenannten Client-Services-Aufgaben an die regio iT verspreche sich das Unternehmen eine deutliche Wertschöpfung, heißt es. Stadt und Kreis Düren zählen bereits zu den Kunden der regio iT.

Dammers & Bittner INKASSO
BÜRGEL
Prävention durch Information
Liquidität durch Inkasso
Infos unter Tel.: 02405-80920
www.db-inkasso.de www.buergel-aachen.de

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

ZERTIFIZIERUNG
Aufbau und Pflege von Managementsystemen z.B. ISO 9001
QM-BERATUNG
Karl-Heinz Menten
• Qualitätsmanagement
• Umweltmanagement
• Energiemanagement
• Arbeitssicherheit
• Fördermittelbeschaffung
QM-Beratung
Karl-Heinz Menten
An Gut Forensberg 39
52134 Herzogenrath
Tel.: 0 24 07 - 1 81 91
Fax: 0 24 07 - 91 61 19
info@qm-beratung-menten.de
www.qm-beratung-menten.de

Stahlhallenbau · seit 1984
ANDRE-MICHELS+CO.
STAHLBAU GMBH
02651. 96200 Fax 43370
Andre-Michels.de

Mehrere Hundert Tonnen Stahl und gut 15.000 Solarmodule: Der Anbau macht den Solarpark auf dem Gelände der Nivelsteiner Sandwerke zum größten in NRW.

Erweiterung: EWV betreibt den landesweit größten Solarpark auf dem Areal der Nivelsteiner Sandwerke

Herzogenrath. Die EWV Energie- und Wasser-Versorgung GmbH und die n.s.w. energy gmbh als Tochterfirma der Nivelsteiner Sandwerke & Sandsteinbrüche GmbH haben den Solarpark Herzogenrath auf dem Gelände der Nivelsteiner Sandwerke erweitert. Die Anlage, an der auch die Stadt Herzogenrath mit zehn Prozent beteiligt ist, gilt mit einer Spitzenleistung von jetzt mehr als 14 Megawatt als größter Solarpark im Land Nordrhein-Westfalen. Mit der aktuell zur Verfügung stehenden Kapazität könne der Solarpark Herzogenrath rund 4.500 Haushalte in Herzogenrath mit regenerativem Strom versorgen, teilt EWV mit. Laut einem Bericht der Geilenkirchener Zeitung sind die Bedingungen für eine neue Erweiterung prinzipiell gegeben; auch der Bau eines Speicherkraftwerks komme in Betracht. Charles Russell als Geschäftsführer der Nivelsteiner Sandwerke hatte im Jahr 2011 mit einer Dachanlage begonnen. Für den ersten Solarpark wurden 2012 in knapp zwei Monaten rund 42.000 Solarmodule auf einer Fläche von mehr als 80.000 Quadratmetern montiert – das entspricht der Größe von elf Fußballfeldern. Im vergangenen September wurde die Fläche für den rund 33.000 Quadratmeter großen Anbau geebnet. Am Samstag, 18. März, können sich Besucher von 12 bis 15 Uhr am „Tag der Offenen Tür" einen persönlichen Eindruck vom Solarpark verschaffen.

„TOP-Lokalversorger" aus Euskirchen: „e-regio" erhält den Titel zum sechsten Mal in Folge

Euskirchen. Die e-regio GmbH & Co. KG ist vom „Energieverbraucherportal" zum sechsten Mal in Folge als „TOP-Lokalversorger" in den Sparten „Gas" und „Strom" gekürt worden. Der Euskirchener Energiedienstleister erhielt das Gütesiegel zudem in der erstmals bewerteten Kategorie „Wasserversorgung". Mit mehr als 200 Mitarbeitern wirkt der Betrieb an der Bereitstellung von Energie und Wasser in der Region mit.

@ www.toplokalversorger.de

„TOP-Lokalversorger" aus Heinsberg: „lekker Energie" erhält den Titel zum vierten Mal in Folge

Heinsberg. Die lekker Energie GmbH in Heinsberg ist vom „Energieverbraucherportal" erneut als „TOP-Lokalversorger" in der Sparte „Strom" ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung erhalten nur Grundversorger, die im eigenen Grundversorgungsgebiet an einem bestimmten Stichtag im Januar im Ranking des Portals einen der ersten drei Plätze belegten. Neben dem mit 80 Prozent gewichteten Aspekt der Preisgestaltung fließen auch das regionale Engagement, die Verbraucherfreundlichkeit und das Umweltbewusstsein in die Wertung ein. Für lekker Energie in Heinsberg ist es die vierte „TOP-Lokalversorger"-Auszeichnung in Folge.

@ www.toplokalversorger.de

DHL Group lässt einen neuen Zustellstützpunkt in Schleiden errichten

Schleiden. Die Deutsche Post DHL Group will in Schleiden einen neuen Zustellpunkt für Schleiden und Hellenthal einrichten. Das berichtet die Kölnische Rundschau. Investoren sind die „Gewerbepark Schleiden"-Eigentümer Jessica und Alexander Sauer, die das Gebäude mit einer Fläche von rund 750 Quadratmetern für bis zu 1,4 Millionen Euro errichten und an DHL vermieten, heißt es. Unterstützung gibt es von dem in Kall ansässigen Unternehmen „Immobilien Ernst". Der neue Zustellstützpunkt in unmittelbarer Nachbarschaft zu den Gebäuden der ehemaligen Glashütte in Wiesgen soll Ende des zweiten Quartals in Betrieb genommen werden. Von dort aus sollen bis zu 19 der in Aachen hergestellten „StreetScooter"-Elektromobile die einzelnen Sendungen ausliefern.

Heribert Blömeke wird 65 Jahre alt

Euskirchen. Heribert Blömeke ist am 1. Februar 65 Jahre alt geworden. Der Inhaber der Firma Adolf Rotgeri ist seit vielen Jahren ehrenamtlich in mehreren Gremien des Einzelhandelsverbandes und des Stadtmarketings in Euskirchen aktiv. Bereits 1981 begann Blömekes Engagement in den Gremien der IHK Aachen durch seine Mitgliedschaft im Handelsausschuss. Mit konstruktiven Anregungen bereichert Blömeke seit 1994 insbesondere die Arbeit der IHK-Vollversammlung und des Regionalausschusses für die Eifel.

INFORM erweitert die Geschäftsführung

Aachen. Die INFORM GmbH hat Ludger Schuh zum kaufmännischen Geschäftsführer bestellt. Adrian Weiler, der mehr als 30 Jahre lang alleine an der Spitze des Software-Unternehmens gestanden hatte, betreut als technischer Geschäftsführer weiterhin die operativen Geschäftsbereiche. Diplomkaufmann Schuh gehört dem Unternehmen seit 1991 an und leitete seit 1993 den Geschäftsbereich „Inventory & Supply Chain". In dieser Funktion verantwortete er maßgeblich den Erfolg von IT-Systemen zur Absatzplanung, Prognose, Bestands- und „Supply Chain"-Optimierung sowie der optimierten Produktionsplanung für Serienfertiger. In seiner neuen Position will Schuh neben den klassischen kaufmännischen Aufgabengebieten der Geschäftsführung vor allem innovative Konzepte für Vertrieb und Marketing vorantreiben. Laut eigenen Angaben ist INFORM über mehr als drei Jahrzehnte hinweg jedes Jahr durchschnittlich um 20 Prozent gewachsen – zu einem Unternehmen mit heute rund 600 Mitarbeitern und über 1.000 Kunden in mehr als 40 Ländern weltweit.

Übernimmt künftig die kaufmännische Geschäftsführung bei INFORM: Ludger Schuh. Foto: INFORM GmbH

„TOP JOB": Trianel gehört zu Deutschlands 100 besten Arbeitgebern

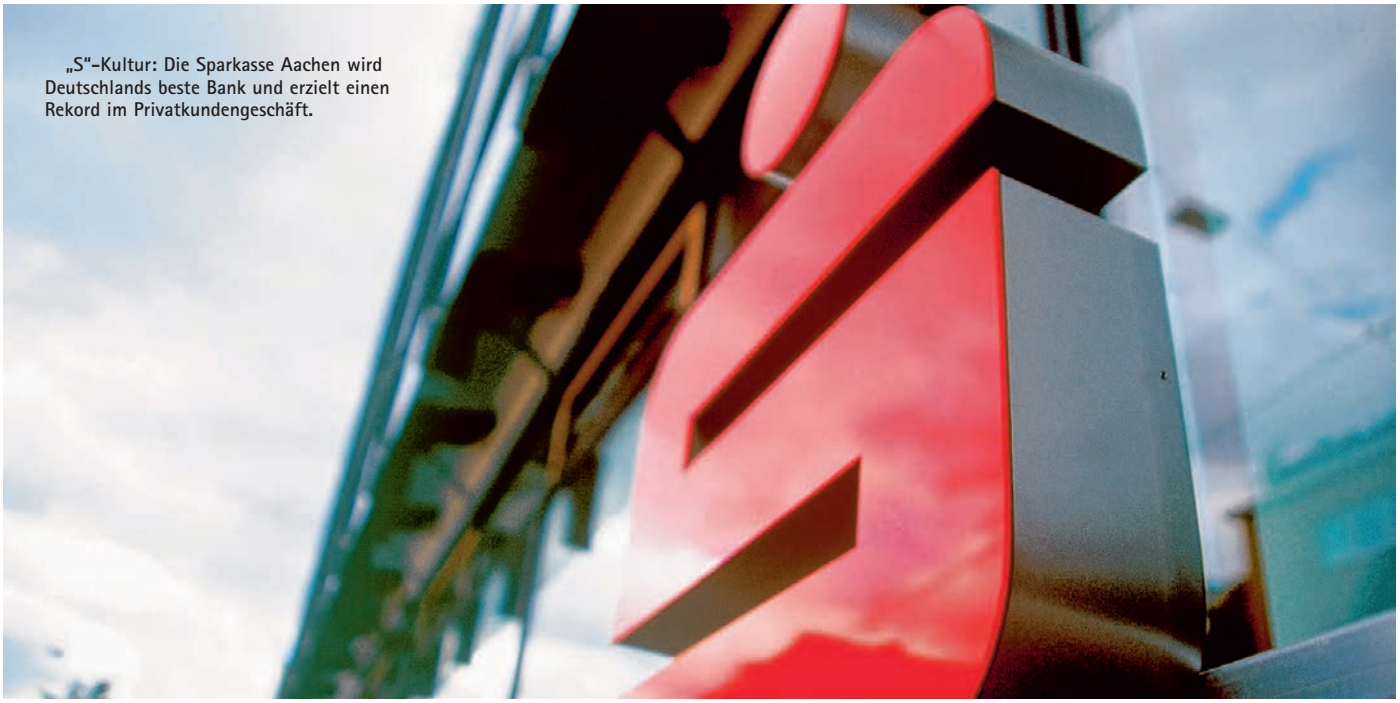
Aachen/Berlin. Die Trianel GmbH mit Sitz in Aachen ist in Berlin als einer von bundesweit 100 Arbeitgebern verschiedener Branchen und Größen mit dem „TOP JOB"-Award ausgezeichnet worden. Die Gewinner hätten sich auf bemerkenswerte Art und Weise für eine gesunde und gleichzeitig leistungsorientierte Arbeitsplatzkultur stark gemacht und ihr Unternehmen somit zukunftssicher aufgestellt, hieß es in der Begründung der Jury.

Doppelsieg beim „eLearningCHECK 2017": „inside" ist „Anbieter des Jahres"

Aachen. Die „inside Unternehmensgruppe" mit Sitz in Aachen hat die vom Online-Portal „CHECKpoint eLearning" vergebene Auszeichnung „Anbieter des Jahres" in zwei von fünf Kategorien erhalten. In der Sparte „Mobile Learning" hat „inside" damit den 2016 erhaltenen Titel verteidigt. Zusätzlich wählten die Kunden die Unternehmensgruppe erstmals auch in der Kategorie „Autorentools" auf den ersten Platz. Grundlage für die Auszeichnung war eine Befragung von insgesamt 217 Betrieben, bei der sie ihre E-Learning-Dienstleister beurteilten.

KREDITINSTITUTE ZIEHEN BILANZ

Sparkasse Aachen gilt als „Beste Bank in Deutschland" und erzielt einen Rekord im Privatkundengeschäft



„S"-Kultur: Die Sparkasse Aachen wird Deutschlands beste Bank und erzielt einen Rekord im Privatkundengeschäft.

Foto: DSV

Aachen. Die Sparkasse Aachen ist laut einer aktuellen Untersuchung des Deutschen Instituts für Bankentests das beste Kreditinstitut in Deutschland. Für eine Studie im Auftrag der Zeitung „Die Welt" war die Beratung von bundesweit rund 1.500 Bankfilialen auf den Prüfstand gekommen. NRW-weit belegte die Sparkasse Aachen in den drei getesteten Bereichen „Privatkunden", „Baufinanzierung" und „Firmenkunden" jeweils den ersten Platz. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Sparkasse Aachen außerdem ihre Bilanzsumme um 449 Millionen Euro auf rund 10,8 Milliarden Euro gesteigert. Das entspricht einem Plus von 4,3 Prozent. Im Vergleich aller 396 Sparkassen in Deutschland belegt das Aachener Institut damit Rang 14. Die Einlagen der privaten Kunden waren im vergangenen Jahr laut Geschäftsbericht um 226 Millionen Euro um 4,2 Prozent auf fast 5,7 Milliarden Euro gestiegen – gleichbedeutend mit einem neuen Rekord. Eine Steigerung gab es von 26 Millionen auf 64 Millionen Euro. In der Summe aus Wertpapieren und bilanzwirksamen Einlagen legten die Privatkunden 291 Millionen Euro zusätzlich bei der Sparkasse Aachen an. Das Vorjahresergebnis von 203 Millionen Euro wurde damit übertroffen. Auch das Kreditgeschäft hatte sich positiv entwickelt. Zwar wurden mit 1,4 Milliarden Euro rund 0,7 Prozent weniger mittel- und langfristige Darlehen bereitgestellt, jedoch erhöhte sich der gesamte Kreditbestand um 230 Millionen Euro auf acht Milliarden Euro (plus drei Prozent). Der größte Teil der Darlehenszusagen entfiel mit 715 Millionen Euro (minus knapp acht Prozent) auf gewerbliche Finanzierungen.

Die Sparkasse rechnet mit einem „Betriebsergebnis vor Bewertung" von 132 Millionen Euro gegenüber 148 Millionen Euro im Vorjahr. Der Jahresüberschuss beträgt 40,5 Millionen Euro (Vorjahr: 42,3 Millionen Euro), davon ist eine Ausschüttung von 16,4 Millionen Euro brutto an die beiden Träger Stadt und Städteregion Aachen geplant. Die Kernkapitalquote beträgt 20,1 Prozent, und die Cost-/Income-Ratio als das Verhältnis von Aufwand und Ertrag stieg von 52,1 auf 55,3 Prozent. Zum Jahresende beschäftigte die Sparkasse Aachen 1.966 Mitarbeiter in mehr als 90 Geschäftsstellen in der gesamten Städteregion. Im Jahr 2016 hatte das Geldinstitut der Region mehr als 48 Millionen Euro als Bürgerdividende zur Verfügung gestellt. Darin enthalten sind neben der Ausschüttung, die vom Träger für gemeinnützige Zwecke zu verwenden ist, auch Spenden, Stiftungszuwendungen, Sponsoring-Leistungen und Gewerbesteuern.

Unterdessen hat der Verwaltungsrat der Sparkasse Aachen bekanntgegeben, dass Hubert Herpers sein Amt Ende 2017 nach 30-jähriger Vorstandstätigkeit und nach über 48 Jahren der Zugehörigkeit zur Sparkasse niederlegt. Auf den 66-Jährigen soll der bisherige stellvertretende Vorstandsvorsitzende Norbert Laufs folgen. Das Amt des 52-Jährigen soll das Vorstandsmitglied Dr. Christian Burmester übernehmen.

Foto: Sparkasse Aachen/Edvard Krikourian

Wechsel an der Spitze: Norbert Laufs (l.) tritt zum Jahresbeginn 2018 die Nachfolge von Hubert Herpers als Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Aachen an.

KREDITINSTITUTE ZIEHEN BILANZ

Kreissparkasse Heinsberg erhöht Kundeneinlagen um fast zehn Prozent

Heinsberg. Die Kreissparkasse Heinsberg hat das vergangene Geschäftsjahr mit einer um 8,7 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gestiegenen Bilanzsumme abgeschlossen. Mit einem erfolgreichen Service-Center, digitalen Neuerungen und erweiterten Öffnungszeiten sei das Kreditinstitut für die kommenden Herausforderungen „gut aufgestellt", wird Vorstandsvorsitzender Thomas Pennartz in der Aachener Zeitung zitiert. Beeindruckend sei vor allem das Wachstum der Kundeneinlagen von fast zehn Prozent auf 2,282 Milliarden Euro. Bei den Kundenkrediten meldete die Kreissparkasse Heinsberg einen Anstieg um 109,3 Millionen Euro oder 4,3 Prozent auf einen Bestand von 2,643 Milliarden Euro. Das Wachstum resultiere vor allem aus einem Plus von fast 98 Millionen Euro bei den Krediten an Selbstständige und Unternehmen.

Starkes Baufinanzierungsplus: Sparda-Bank in Aachen setzt ihr Wachstum fort

Aachen. Die Sparda-Bank West eG in Aachen hat ihr Wachstum auch im Geschäftsjahr 2016 fortgesetzt. Das Geschäftsvolumen wuchs um elf Millionen Euro auf fast 270 Millionen Euro (plus 4,32 Prozent), die Kundeneinlagen stiegen um sechs Millionen auf mehr als 177 Millionen Euro (plus 3,52 Prozent). Ihren Kreditbestand baute die Genossenschaftsbank um mehr als fünf Millionen auf über 92 Millionen Euro aus (plus 5,89 Prozent). Das Fundament für die positive Entwicklung bildete erneut das Baufinanzierungsgeschäft: Dank Neuzusagen im Umfang von 16,6 Millionen Euro steigerte die Bank ihr Kerngeschäft um 5,6 Millionen Euro (plus 6,76 Prozent) auf einen Gesamtbestand von 88 Millionen Euro. Bei den Konsumentenkrediten gab es im vergangenen Jahr einen weiteren erwarteten Rückgang: Das Gesamtvolumen belief sich auf 2,9 Millionen Euro (minus 9,68 Prozent). Die Zahl der Kunden stieg um 1,84 Prozent auf 13.769. Im Jahr 2016 förderte die Sparda-Bank in Aachen zahlreiche Vereine und Projekte mit insgesamt 31.000 Euro.

Genossenschaftsbanken im Kreis Heinsberg steigern die Bilanzsumme und das Kundenvolumen

Kreis Heinsberg. Die Genossenschaftsbanken im Kreis Heinsberg haben im Geschäftsjahr 2016 ihre Bilanzsumme und das Kundenvolumen erhöht. Die addierte Bilanzsumme der vier Volksbanken und Raiffeisenbanken stieg um 4,2 Prozent auf 2,47 Milliarden Euro; das Gesamtkundenvolumen wuchs um 3,4 Prozent auf 5,21 Milliarden Euro. Die an Privat- und Firmenkunden verliehenen Kredite nahmen um 4,1 Prozent zu. Die damit erreichten 1,59 Milliarden Euro im Kreditgeschäft bilden das höchste jemals von den „Geno"-Banken in die Region gegebene Investitionsvolumen. Auch die vermittelten Kredite legten zu – um 6,9 Prozent auf 248 Millionen Euro. Zudem vertrauten die Kunden der vier Geldinstitute ihren Banken insgesamt 4,6 Prozent mehr Spargelder als im Vorjahr an, was zu einer Rekordgesamtbilanz von 1,84 Milliarden Euro führte. Die Banken erwarten einen Bilanzgewinn von 6,8 Millionen Euro nach Steuern. Aus dem Jahresüberschuss soll eine Dividende von 1,3 Millionen Euro gezahlt werden. Ihr aus Geschäftsguthaben, Rücklagen und Fonds für allgemeine Bankrisiken bestehendes Kernkapital wollen die Institute gemäß den steigenden gesetzlichen Anforderungen ausbauen: Vorgesehen ist, das Eigenkapital um mehr als 23 Millionen auf fast 245 Millionen Euro zu steigern.

Unterdessen sieht Dr. Veit Luxem als Sprecher der Genossenschaftsbanken im Kreis Heinsberg in der aktuellen Niedrigzinspolitik negative Folgen für die Region. So könne die Altersarmut zunehmen und die kommunalen Haushalte durch gestiegene Sozialleistungen belasten. Zudem führten schon jetzt die wegen der Niedrigzinsphase sinkenden Erträge der Regionalbanken dazu, dass sie Strategien zur Kostensenkung entwickeln müssen. Der Vorstandsvorsitzende der Volksbank Erkelenz wurde indes vom Verbandsrat des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) als Vorsitzender bestätigt.

Foto: Volksbanken und Raiffeisenbanken im Kreis Heinsberg

Grund für gute Laune: Dr. Veit Luxem zieht Bilanz für die Genossenschaftsbanken im Kreis Heinsberg und bleibt BVR-Verbandsratsvorsitzender.

Volksbank Erkelenz und VB Mönchengladbach wollen fusionieren

Erkelenz/Mönchengladbach. Die Volksbank Erkelenz eG und Volksbank Mönchengladbach eG haben konkrete Fusionsverhandlungen aufgenommen und erste Vereinbarungen getroffen. Demnach soll das neue gemeinsame Institut – vorbehaltlich der Zustimmung der Vertreterversammlungen Ende Juni dieses Jahres – „Volksbank Mönchengladbach" heißen. Das Erkelenzer Haus soll sich dann offiziell „Volksbank Erkelenz, Niederlassung der Volksbank Mönchengladbach" nennen, in Kurzform aber die Bezeichnung „Volksbank Erkelenz" beibehalten. Der Vorstand soll zunächst mit fünf und ab April 2018 mit drei Mitgliedern besetzt sein und in Mönchengladbach und Erkelenz sitzen. Beide Genossenschaftsbanken hatten zuletzt immer wieder darauf hingewiesen, dass die Herausforderungen für regionale Geldinstitute immens zugenommen haben: vom digitalen Wandel über die sich ändernde Altersstruktur der Gesellschaft bis hin zu steigenden Anforderungen der Mitglieder und Kunden an die Beratungsqualität und das Kreditgeschäft. Hinzu komme, dass Politik und Bankenaufsicht mittlerweile Rahmenbedingungen geschaffen hätten, in denen größere Genossenschaftsbanken deutlich besser ihrem Förderauftrag nachkommen könnten. Die Verschmelzung der beiden Kreditgenossenschaften soll rückwirkend zum Bilanzstichtag 1. Januar 2017 erfolgen. Aktuell haben beide Genossenschaftsinstitute eine addierte Bilanzsumme von rund 1,8 Milliarden Euro.

II Blick mit Zuversicht: Fuad Kerimov ist vor einigen Jahren als Flüchtling aus dem Aserbaidschan nach Deutschland gekommen.

Foto: Franz Küpper

Gute Perspektive

Wie sich Fuad Kerimov vom Flüchtling zur Fachkraft entwickelt hat – Teil 5 unserer Serie „Geflüchtete in Ausbildung“

Fuad war gerade einmal elf Jahre alt, als er mit seinen Eltern nach Deutschland kam. Seine damalige Heimat: Aserbaidschan. Große wirtschaftliche Not veranlasste die Familie damals, den beschwerlichen Weg auf sich zu nehmen. Danach: eine fremde Sprache, eine andere Kultur und die Suche nach neuen Freunden. Das neue Leben des Fuad Kerimov begann in Monschau – in der dortigen Hauptschule. Dort habe er schnell neue Freunde getroffen, sagt er. Überhaupt seien die Erfahrungen zum größten Teil positiv gewesen; Deutschland habe sich der Familie als freundliches Land gezeigt. Heute, einige Jahre später, ist Fuad auch beruflich angekommen: Ende Januar hat er seine Prüfung bestanden und ist jetzt als Hotelfachmann in Hürtgenwald angestellt.

Fuads Vater hatte damals eine Stelle in der Produktion eines Industriebetriebs gefunden, und auch Fuad selbst war schnell integriert. Ein „ganz normaler“ Junge mit einem für sein damaliges Alter „ganz normalen“ Berufswunsch: Polizist wollte er werden. Doch seine Staatsbürgerschaft und sein Aufenthaltsstatus waren damals ein Hindernis. Nach dem Schulabschluss mit Fachoberschulreife wurde die Berufswahl dann konkreter: Eine Tätigkeit mit Kundenkontakt und viel Abwechslung sollte es sein. Für Fuad kristallisierte sich der Beruf des Hotelfachmanns heraus. Ein Neujahrsempfang beim „Lions Club“ Monschau war es schließlich, der seinen Wunsch in Erfüllung gehen ließ. Eigentlich nur als Dolmetscher für zwei Landsleute mitgekommen, lernte er hier Gisbert Kurlfinke von der IHK Aachen und Peter von Agris kennen. Schnell war für den damaligen Eigentümer des Landhotels Kallbach in Simonskall klar: Er braucht den jungen Mann als Auszubildenden für sein Vier-Sterne-Haus in der Gemeinde Hürtgenwald im Kreis Düren. Kurz darauf, im Jahr 2014, begann Fuads Ausbildung zum „Hotelfachmann“. Knapp drei Jahre später war es dann soweit: Im vergangenen Januar hielt er endlich seine Bescheinigung über die bestandene Abschlussprüfung in der Hand.

Geflüchtete in Ausbildung

Fuads Weg vom Flüchtling zur Fachkraft: Für Manuela Baier, seit Anfang 2015 neue Eigentümerin des Landhotels Kallbach, ist Fuad Kerimov zu einem sehr wichtigen und zuverlässigen Mitarbeiter geworden. Jetzt will er erst mal Geld verdienen und etwas für die Fitness tun. Wie es dann weitergeht? „Restaurantleiter werden“, das könne er sich vorstellen. Oder vielleicht doch irgendwann noch Polizist zu werden. So ganz hat er seinen Kindheitstraum wohl noch nicht aufgegeben.

Zwischenprüfung für kaufmännische und gewerblich-technische Auszubildende: Das sind die Termine

Die schriftlichen Zwischenprüfungen im Herbst 2017 finden im kaufmännischen Bereich am 27. September und im gewerblich-technischen Bereich am 21. September statt. Hierzu werden den Ausbildungsbetrieben Aufforderungs- beziehungsweise Anmeldeschreiben mit den Namen der für die Zwischenprüfungen vorgesehenen Auszubildenden zugesendet. Eine ausdrückliche Anmeldung ist nicht erforderlich. Lediglich Änderungen müssen der IHK Aachen mitgeteilt werden.

Weiterbildungs-veranstaltungen

Industrie- und Handelskammer Aachen

Ausbildung*		
01.03.2017	Vorbereitung auf die praktische Ausbildereignungsprüfung	300 Euro
04.03.2017	Berufsausbildung erfolgreich planen und organisieren	280 Euro
22.03.2017	Führen von Auszubildenden	489 Euro
30.03.2017	Arbeitsorganisation und Zeitmanagement für Auszubildende	289 Euro
Außenwirtschaft		
07.03.2017	Der Unionszollkodex	70 Euro
13.03.2017	Warenursprung und Präferenzen – Ausfuhr nach Drittländern und passive Veredlung	240 Euro
20.03.2017	Die Incoterms 2010	289 Euro
24.03.2017	Von der Kundenanfrage bis zur Auftragsbestätigung im Auslandsgeschäft	289 Euro
30.03.2017	Einreihung von Waren in den Zolltarif	70 Euro
Assistenz-Sekretariat		
07.03.2017	Finden statt suchen – Ablage und Dokumentenmanagement professionell gelöst	280 Euro
22.03.2017	Im Team erfolgreicher: Chefentlastung durch das Sekretariat	450 Euro
Besondere Branchen und Zielgruppen		
07.03.2017	Change Management	289 Euro
10.03.2017	Erfolgsfaktoren Achtsamkeit, Bewusstsein, Wahrnehmung	290 Euro
22.03.2017	Eventmanagement in der Praxis – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	1.380 Euro
30.03.2017	Resilienz – Zum „Stehauf-Menschen" werden	289 Euro
Einkauf		
29.03.2017	Erfolgreiche Methoden beim Einkauf – Einsatzpotenziale erkennen und anwenden	289 Euro
Immobilien		
24.03.2017	Immobilienverwalter von Miet- und Eigentumsanlagen	1.850 Euro
Kommunikation – Rhetorik		
15.03.2017	Telefondienst und Empfang als Visitenkarte des Unternehmens	450 Euro
Marketing – Verkauf		
07.03.2017	PR- und Marketing-Workshop	300 Euro
Mitarbeiterführung		
15.03.2017	Konfliktmanagement	280 Euro
Personalmanagement		
16.03.2017	Alte Hasen – junges Gemüse: Wissenstransfer im Unternehmen organisieren	280 Euro
23.03.2017	Gesichtsausdruckskunde – Ein Instrument für Personaler, Kundenbetreuer und Führungskräfte	420 Euro
Projektmanagement		
11.03.2017	Projektleiter – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	1.650 Euro
Rechnungswesen – Controlling		
09.03.2017	Einführung einer Kosten- und Leistungsrechnung in kleinen und mittelständischen Unternehmen	290 Euro
16.03.2017	Liquiditätsmanagement	280 Euro
Unternehmensführung – Strategie		
14.03.2017	Die GmbH-Geschäftsführung: Rechte, Pflichten und Haftungsrisiken	280 Euro
15.03.2017	Strategisch vorbereitete Krisen-PR für kleine und mittelständische Unternehmen	300 Euro
Unterrichtungsverfahren		
13.03.2017	Unterrichtung für Beschäftigte im Bewachungsgewerbe nach § 34 a GewO	405 Euro
22.03.2017	Gaststättenunterrichtung nach § 4 Absatz 1 Nr. 4 Gaststättengesetz	51 Euro

Weitere Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen erhalten Sie unter Tel.: 0241 4460-100 oder online unter www.aachen.ihk.de/veranstaltungen

Erfolgsfaktoren Achtsamkeit, Bewusstsein, Wahrnehmung

Gute Beziehungen helfen uns, in jeder Hinsicht erfolgreich zu sein. Die Kommunikation mit anderen Menschen ist dabei ein wesentlicher Faktor. Sie findet permanent statt, vielfach auch ohne, dass wir uns dessen bewusst sind. Wir agieren und reagieren, verhalten uns anderen gegenüber und hinterfragen selten, wie wir auf andere gewirkt haben. Vor allem hier – in der Reflexion unseres eigenen Verhaltens – liegen die Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung. Wichtige Schlüsselfaktoren bilden die Basis für eine gute Beziehung zu den Mitmenschen und zu sich selbst. In besonderem Maße sind das ein starkes Bewusstsein des eigenen Handelns, die aufmerksame Wahrnehmung des Umfeldes und der sich darin befindenden Personen und der achtsame Umgang miteinander.

Termin: 10.03.2017
Dauer: 8 Unterrichtsstunden

Telefondienst und Empfang als Visitenkarte des Unternehmens

Telefondienst und Empfang sind für die Einstimmung der Kunden von entscheidender Bedeutung. Ein sympathischer Telefondienst ist ein wichtiger Werbeträger, und ein kompetenter Empfang kann entscheidend mithelfen, geschäftliche Kontakte wirksam vorzubereiten. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer, wie sie kundenorientiert handeln, das heißt höflich und freundlich, aber dennoch gezielt und zügig zu informieren und zu vermitteln.

Termin: 15.03. und 22.03.2017
Dauer: 16 Unterrichtsstunden

Alte Hasen – junges Gemüse: Wissenstransfer im Unternehmen organisieren

Fachkräfte-Engpass, fehlende Nachwuchskräfte, die stete Alterung der Belegschaft... Neben dem demografischen Wandel sorgen auch ökonomische Entwicklungen wie die Beschleunigung von Arbeitsabläufen, zunehmende Komplexität von Arbeit, steigende Ansprüche der Kunden und die Entwicklung zur Wissensgesellschaft für den dramatischen Fach- und Führungskräftemangel auf dem Arbeitsmarkt. Ziel des Seminars ist es, das Erfahrungswissen der „alten Hasen" mit dem Fach- und Methodenwissen des „jungen Gemüses" verschmelzen zu lassen und so das „Wissenskapital" im Unternehmen zu verstärken.

Termin: 16.03.2017
Dauer: 8 Unterrichtsstunden

*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.

Handelsregister: Wo es zu finden ist und warum Sie Rechnungen genau prüfen sollten

Bei Neueintragungen oder Änderungen im Handelsregister erhalten Unternehmen häufig Post von Adressbuchverlagen. Deren Angebote sind oft so gestaltet, dass man sie auf den ersten Blick kaum von den gerichtlichen Kostenrechnungen unterscheiden kann. Die Industrie- und Handelskammer Aachen rät deshalb allen Unternehmen dazu, vor der Zahlung unbedingt zu prüfen, ob es sich bei dem entsprechenden Dokument tatsächlich um eine Rechnung des Registergerichts handelt oder ob lediglich die Offerte eines privaten Anbieters vorliegt. Das aktuelle Handelsregister ist unter **ww.handelsregisterbekanntmachungen.de** zu finden (erste Option in der linken Spalte: „Bekanntmachungen suchen").

Dr. Kirrily de Polnay behandelt den dreijährigen Yaseen im Flüchtlingscamp Jamam, Südsudan. © Robin Meldrum/MSF

WIR HÖREN NICHT AUF ZU HELFEN. HÖREN SIE NICHT AUF ZU SPENDEN.

Leben retten ist unser Dauerauftrag: 365 Tage im Jahr, 24 Stunden täglich, weltweit. Um in Kriegsgebieten oder nach Naturkatastrophen schnell handeln zu können, brauchen wir Ihre Hilfe. Unterstützen Sie uns langfristig. Werden Sie Dauerspender.

www.aerzte-ohne-grenzen.de/dauerspende

DAUERSPENDE

ab 5,– im Monat

Spendenkonto 97 0 97 • Bank für Sozialwirtschaft • BLZ 370 205 00

MEDECINS SANS FRONTIERES
ÄRZTE OHNE GRENZEN e.V.
Träger des Friedensnobelpreises

Unternehmensbörse

Die Unternehmensbörse wendet sich zum einen an **Mitgliedsunternehmen der IHK Aachen**, die einen Nachfolger oder aktiven Teilhaber suchen, zum anderen steht sie allen Interessenten offen, die sich selbstständig machen wollen und im Zuge einer Nachfolge ein Unternehmen zur Übernahme suchen. Ausgeschlossen sind rein finanzielle Beteiligungen, zum Beispiel stille Teilhaberschaften, sowie Unternehmens- und Immobilienofferten. Angebote und Gesuche werden von der IHK Aachen entgegengenommen. Die Veröffentlichung der Offerten erfolgt unter einer Chiffre-Nummer, so dass das Namensschutzinteresse gewahrt bleibt. Nähere Informationen zum Unternehmen beziehungsweise Existenzgründer erhalten Sie nur vom Inserenten. Hierzu richten Sie ein kurzes Schreiben mit näheren Angaben zur Person an die IHK Aachen, die dies mit der Bitte um Kontaktaufnahme weiterleitet.

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

i René Oebel, Tel.: 0241 4460-227
Heike Pütz-Gossen, Tel.: 0241 4460-284
recht@aachen.ihk.de

Angebote
Ideal für Existenzgründer, Branchen-Kenner oder Investoren: Seit mehr als 50 Jahren etabliertes Fachgeschäft für Damen- und Herrenhosen sucht neuen Inhaber. Das gutgehende Ladenlokal wird samt Ware und kompletter Einrichtung kurzfristig abgegeben. Das traditionsreiche Fachgeschäft befindet sich in zentraler Lage einer 32.000-Einwohner-Stadt im Kreis Düren, besitzt einen festen, überregionalen Kundenstamm und verfügt über langjährig erfahrenes Fachpersonal. Das Ladenlokal kann aus laufendem Betrieb heraus weitergeführt werden.

AC-A-1245-EX

Wir sind ein Bettenfachgeschäft in der Städteregion Aachen und suchen für unser Einzelhandelsunternehmen einen solventen Käufer. Da wir das Geschäft seit mehr als 25 Jahren betreiben, ist ein großer Kundenstamm vorhanden, und unsere Firma hat in der Region wie in der Branche einen bekannten Namen. Sie übernehmen als Käufer neben großem Kundenstamm und Firmennamen ein fertiges Konzept inklusive Warenbestand, komplettem Inventar und langjährigen Kontakten zu hervorragenden Lieferanten. Dabei können Sie selbstverständlich eigene Ideen und Konzepte einbringen und somit Ihr Unternehmen für die Zukunft selbst gestalten. Wir bieten Ihnen eine solide Basis für eine langjährige, erfolgreiche unternehmerische Tätigkeit im Einzelhandel mit Betten und Zubehör. Ein erweiterbarer Online-Shop ist ebenfalls vorhanden. Da unser Unternehmen in den vergangenen Jahren Gewinne erwirtschaftet hat, gibt es auch für Existenzgründer eine Möglichkeit zum Einstieg in die Selbstständigkeit.

AC-A-1247-EX

Nachfragen
Hersteller von Kunststoff-Produkten für Verpackungen gesucht. Als mittelständischer Hersteller von Spritzguss- und Blasformprodukten für die Lebensmittel- und Chemie-Industrie sind wir am Zukauf von Unternehmen aus diesem Bereich interessiert. Da unsere Produktionskapazitäten perspektivisch nicht ausreichen, suchen wir zur Bewältigung des weiteren Wachstums Betriebe aus diesem Bereich, gerne auch im Rahmen einer Unternehmensnachfolge. Anfragen werde diskret und schnell beantwortet. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

AC-N-466-EX

Lotto-Laden oder Imbiss zur Übernahme im Raum Aachen gesucht. Ich möchte gerne in die Selbstständigkeit starten. Kenntnisse und Kapital sind vorhanden.

AC-N-467-EX

Suche etabliertes Unternehmen im Bereich Anlagen-/Maschinenbau im Raum NRW, Region Aachen/Düren und Köln, zwecks Nachfolge. Aufgrund meiner Ausbildung und meines beruflichen Werdegangs möchte ich mich der Selbstständigkeit widmen. Da ich diesen Plan schon lange anstrebe, aber erst noch mehr Berufserfahrung sammeln wollte, habe ich meine Freizeit genutzt, um mich neben dem Berufsleben weiterzubilden. Meine nachfolgenden Qualifikationen dienen mir als solide Basis, um auf die Anforderungen einer Selbstständigkeit bestmöglich vorbereitet zu sein. Qualifikationen: Hochschulabschlüsse in den Bereichen Maschinenbau mit der Vertiefung Energietechnik (Dipl.-Ing.), Internationale Betriebswirtschaftslehre (Bachelor), Berufsbegleitender Masterstudiengang in Management und Entrepreneurship (2018). Zusätzliche Qualifikationen: Project Management Professional, Funktionale Sicherheit – SIL Qualitätsmanagement. Ich suche ein etabliertes Unternehmen mit festem Kundenstamm – nationaler und internationaler Markt möglich – und würde es begrüßen, wenn man die Übernahme in Form eines Stufenverfahrens absolvieren könnte, um Unternehmensstruktur, Mitarbeiter und Kundenstamm schrittweise kennenzulernen (ca. ein Jahr bis drei Jahre Einarbeitung durch den bisherigen Geschäftsführer, Übernahme des operativen Geschäfts in dieser Zeit in Teilschritten erwünscht).

AC-N-468-EX

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-4957-12	Sonstiges	Betonelemente	einmalig	ca. 9 t/Element	ehemaliger Bahnhof Kronenburg
AC-A-2313-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen, leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
AC-A-5487-10	Bauabfälle/Bauschutt	Dachziegel	einmalig	je 100 m²	Duisburg
Nachfragen					
AC-N-2294-2	Kunststoffe	ABS, LDPE, HDPE, PA, PBT, PC, PP, PVB, PVC, TPE, TPU, SB	regelmäßig	1 t	Aachen/EU-weit
AC-N-1795-12	Sonstiges	Elektroschrott, Elektronikschrott, IT-Geräte 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.

Preisindex

Verbraucherpreisindex für Deutschland (VPI) *)

Jahr	Monat	Basisjahr 2010 = 100
2017	Januar	108,1
2016	Dezember	108,8
	November	108,0

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 *)

Jahr	Monat	Basisjahr 2010 = 100
2017	Januar	108,7
2016	Dezember	109,4
	November	108,4

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

*) 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

Korrektur zur Veröffentlichung der Wirtschaftssatzung 2017

Die Verabschiedung der Wirtschaftssatzung für das Geschäftsjahr 2017 durch die Vollversammlung der IHK Aachen erfolgte nicht – wie in der Februar-Ausgabe der „Wirtschaftlichen Nachrichten" irrtümlich veröffentlicht – am 17. Februar 2017, sondern am 17. Januar 2017.

Bauleitplanung

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

@ https://www.aachen.ihk.de/bauleitplanung

Gemeinde Niederzier

- Aufstellung des Bebauungsplans Nr. B 24 „Kindertagesstätte Weiherhof", Ortschaft Oberzier
- Aufstellung des Bebauungsplans Nr. B 22 „Siefstraße", Ortschaft Oberzier
- 61. Änderung des Flächennutzungsplans

bis einschließlich 21. März 2017

Gemeinde Niederzier, Rathausstraße 8, Zimmer 7, 52382 Niederzier

Stadt Schleiden

- 4. Änderung des Bebauungsplans Nr. 31 „Oberhausen-Wiesgen"
- 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 5 „Olef-Auel"

bis einschließlich 20. März 2017

Stadt Schleiden, Blankenheimer Straße 2, Zimmer A2.221, 53932 Schleiden

Gemeinde Titz

- 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 29, Ortslage Titz
- 17. Änderung des Flächennutzungsplans, Ortslage Ameln
- 10. Änderung des Bebauungsplans Nr. 17, Ortslage Ameln

bis einschließlich 6. März 2017

Gemeinde Titz, Rathaus, Zimmer 5, Landstraße 4, 52445 Titz

THEMENVORSCHAU

„Digital Leadership“

Foto: © jim – Fotolia.com/© svedoliver – Fotolia.com

Ausgabe April

Titelthema: „Digital Leadership“
Redaktionsschluss: 07.03.2017

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:
- **Architektur, Bauen, Erhalten**
- **Sicherheit/Objektschutz**
- **Grüne Technologien**

Anzeigenschluss: 17.03.2017

Ausgabe Mai

Titelthema: Ehrenamt

Redaktionsschluss: 04.04.2017
Anzeigenschluss: 12.04.2017

Anzeigenberatung: Tel.: 0241 5101-254
wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de

Wirtschaft im TV: März 2017

» Freitag, 3. März 2017
„makro: E-Auto und dann?“
Die deutschen Hersteller bringen Bewegung in den Markt der E-Mobilität. VW möchte bis 2025 gar Weltmarktführer sein und schon in vier Jahren 30 E-Modelle anbieten. Eine von vielen Fragen: Wer stellt die Akkus für Millionen von E-Mobilen her? China errichtet gerade zahlreiche neue Batteriefabriken... ***3sat, 21.00 Uhr***

» Sonntag, 5. März 2017
„Deutschlands große Clans – 1/4: Die Oetker-Story“
„Dr. Oetker“ macht sein Geld längst nicht mehr nur mit Backzutaten. Brauereien, Luxushotels und eine eigene Reederei zählen zu den weltweit mehr als 400 Unternehmen. Das Privatvermögen der Oetkers wird auf vier Milliarden Euro geschätzt. Mit 125 Jahren Geschichte gehören sie zu den ältesten Industriellenfamilien Deutschlands – doch ihre Gesichter sind wenig bekannt... ***Phoenix, 20.15 Uhr***

» Freitag, 10. März 2017
„Lehre statt Studium?“
Die Anzahl der Uni-Absolventen steigt – und viele Lehrstellen bleiben unbesetzt. Karl-Otto Kaiser ist Berufsschullehrer in Göppingen und bringt Schulen mit Unternehmen zusammen. Die große Frage ist: Worauf müssen sich die Betriebe zwischen Fachkräftemangel und „Akademisierungswahn“ heute einstellen? ***WDR Fernsehen, 13.00 Uhr***

(Achtung: Kurzfristige Programmänderungen sind möglich.)

IMPRESSUM

Die Zeitschrift wird herausgegeben seit 1919.
Erscheinungsweise: monatlich, jeweils am 1. des Monats
Verbreitete Auflage: 30.925 [Stand IVW IV|16]
IVW-Nr.: 3010201474

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

Verantwortlich für den Inhalt: Fritz Rötting
Redaktion: Mischa Wyboris, Sarah Koll, Heike Horres-Classen
Redaktionssekretariat: Carolin Hecker
Industrie- und Handelskammer Aachen
Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-268

Redaktionelle Mitarbeit:
Dr. Jeannette Hark, Vojislav Miljanovic, Richard Mariaux

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

Anzeigen:
Jürgen Carduck
Tel.: 0241 5101-273
Fax: 0241 5101-798 270

Anzeigenberatung:
Michael Eichelmann
Tel.: 0241 5101-254
Fax: 0241 5101-253
wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de
Anzeigenpreisliste Nr. 37 gültig seit 1. Januar 2016
www.aachen.ihk.de/mediadaten

Layout: Daniel Pestel

Druck: Weiss-Druck GmbH & Co. KG, 52156 Monschau

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

Ansprechpartnerinnen für Bestellungen und Kündigungen des Abonnements:
KGT: 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 Industrie- und Handelskammer Aachen. 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) bzw. 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.

Keine Umwege:
Siegel online abholen!

Ihr Ansprechpartner:
Team Service Center
Theaterstraße 6–10
52064 Aachen
Tel.: 0241 4460-0

Zeit sparen. Kosten senken.
Ursprungszeugnisse und Handelsrechnungen online beantragen:
Wir setzen das IHK-Siegel, Sie drucken das Dokument in Ihrem Unternehmen aus. Fertig.

Wir beraten Sie gerne!
Tel.: 0241 4460-0

Industrie- und Handelskammer Aachen

IHK

www.aachen.ihk.de

AUTO CONEN GRUPPE

AUTOMOBILE BESTLEISTUNGEN!

Ständig über 1.800 Fahrzeuge auf 70.000 m² sofort verfügbar!

Details dazu erfahren Sie bei uns oder unter:
www.fiatprofessional.de/de/Angebote/4-Jahre-Garantie#topPage

50 JAHRE AUTO CONEN

Find us on Facebook

AUTO CONEN GmbH • Rudolf-Diesel-Str. 15 • 52351 Düren • 02421 / 95370
AUTO CONEN GmbH • Erkelenzer Straße 80 • 52525 Heinsberg • 02452 / 9680

www.autoconen.de

FIAT · FIAT PROFESSIONAL · ALFA ROMEO · LANCIA · ABARTH · Jeep · PEUGEOT · CITROËN · HONDA · KIA · HYUNDAI · bürstner · carado · Inter Horse Truck PFERDE TRANSPORTER