

06

Juni 2017

www.aachen.ihk.de

Gute Geschäfte:
Wie sich die Konjunktur
in der Region entwickelt

▶ Seite 8

Gestiegene Gefahr:
Wie der Fachkräftemangel
die Betriebe beschäftigt

▶ Seite 18

Geniale Gedanken:
Wie die IHK Erfindern
unter die Arme greift

▶ Seite 36



Bärenstarke Bären-Marke?

Wie sich Betriebe, Produkte und
ganze Regionen profilieren



Brummen ist einfach.



sparkasse.de

Weil die Sparkassen den Motor unserer Wirtschaft am Laufen halten.

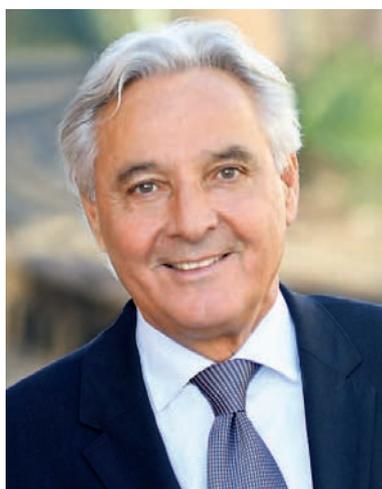
Mittelstandsfinanzierer Nr. 1*

*bezogen auf die Sparkassen-Finanzgruppe

 Finanzgruppe

Nach der Wahl: Keine Taktik, sondern Praktik!

Der Wahlausgang hat Bewegung in den Landtag Nordrhein-Westfalens gebracht. Die Wähler haben Armin Laschet bekanntlich einen Auftrag zur Regierungsbildung erteilt. Allerdings scheint nur eine Konstellation möglich zu sein. Harte, aber herzliche Verhandlungen sollen geführt werden. Ich meine: Dabei muss das Wohl unseres Landes im Mittelpunkt stehen – nicht parteitaktische Überlegungen vor der Bundestagswahl im Herbst. Die neue Regierung muss schnell die Weichen für den Wirtschaftsstandort NRW stellen, um Nordrhein-Westfalen wieder zum Impulsgeber für Deutschland zu machen. Auf der Landesebene gilt es jetzt unbedingt, den



Grundstein für einen „Masterplan Wirtschaft“ zu legen.

Es gibt genügend dringende Aufgaben: Die Unternehmen unseres Kammerbezirks sehen in den Bereichen Bildung, Infrastruktur und Bürokratieabbau die wichtigsten Handlungs-

felder, auf denen Innovation und Wachstum entstehen können. Die Region Aachen hat in einem breiten Konsens entsprechende Eckpunkte für die Strukturentwicklung bis zum Jahr 2030 formuliert und diese Forderungen allen Parteien vorgestellt. Jetzt erwarten wir von unseren Abgeordneten, dass sie diese essenziellen Themen bei den Koalitionsverhandlungen im Blick behalten. Dazu zählt ein Fonds für die Vorhaben der „Innovationsregion Rheinisches Revier“ und die Bereitstellung von 300 Hektar zusätzlicher Gewerbeflächen für einen vorausschauenden Strukturwandel. Unterstützung ist außerdem für wegweisende Projekte unserer Region gefragt: der Ausbau des „RWTH Aachen Campus“, das Industrie- und Logistikkreuz Eschweiler-Weisweiler und der Automobilcampus Aldenhoven. Ebenso wichtig sind Investitionen, die der Bildungslandschaft und der Gewinnung von Fachkräften zugute kommen.

Inwieweit es gelingt, diese Ziele in der künftigen Regierungsarbeit zu verankern, daran werden wir den Erfolg des neuen Ministerpräsidenten und der gesamten Landesregierung messen. Es war an verschiedener Stelle Leitspruch im Wahlkampf: „Unser Land kann mehr!“ – Bald wissen wir, wie viel.

Bert Wirtz,
Präsident der Industrie-
und Handelskammer Aachen

Marken-Zeichen

TITELTHEMA



Foto: © Sergey Nivens – stock.adobe.com

Erfinder machen sich naturgemäß einen Kopf. Ist dann ein Produkt oder eine Dienstleistung „geboren“, bleibt immer noch vieles Kopsache. Denn: Der Weg von der Idee bis zum geschützten geistigen Eigentum ist sehr verzweigt und voller Fragen: Wie schützt man sich vor Ideenklau? Welche Auswirkungen hat das Arbeitnehmererfindergesetz in der Praxis? Welche Bedeutung haben Kartell- und Wettbewerbsrecht im Technologietransfer? Und wie recherchiert man überhaupt bereits vorhandene Patente? Trotz all' jener Fragen: Es gibt ihn, den Trend zum Patent! Gut 15.000 entsprechende Urkunden hat das Deutsche Patent- und Markenamt im Jahr 2016 erteilt. Das ist der höchste Wert in den vergangenen neun Jahren.

Sonja Labitzke kennt das Prozedere. Und trotzdem – oder gerade deshalb: Drei Jahre nach ihrem Weg vom Eigenbedarf zur erfolgreichen Marke hat die Unternehmerin und „Boneguard“-Erfinderin aus Mechernich schon wieder neue Pläne (Seite 20). Auch Mario Wagner kennt sich aus. „Es ist manchmal erstaunlich, wie dieselben Personen, die ihr Fahrrad immer nur vom Fachmann pflegen lassen, bei komplexen juristischen Themen meinen, alles selbst machen zu können“, sagt der Aachener Patentanwalt im Interview (ab Seite 22). Komplex ist auch die Findung einer Marke, wenn sie eine ganze Region in sich vereinen soll. Warum die Eifel im zweiten Anlauf alles besser gemacht hat und Heinsberg öffentlich über sich selbst lacht, verraten wir ab Seite 28. Außerdem gibt es wertvolle Tipps für Erfinder (Seite 36).

Eine markante Lektüre wünscht Ihnen

Mischa Wyboris

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

KOMMENTAR

03 Nach der Wahl: Keine Taktik, sondern
Praktik!

06 SPOTLIGHTS

IHK AKTUELL

08 IHK-Konjunkturumfrage: Betriebe mel-
den gute Geschäfte – auch im Export

10 „Lebenswerk trifft Meisterwerk“: IHK
lädt zum Aktionstag „Nachfolge“ ein

FORUM

14 „Industriepolitische Leitlinien“: Was
47 Unternehmen und die IHK vom
künftigen Kabinett fordern

18 IHK-Report: Der Fachkräftemangel
wird zur größten Sorge

13 RÜCKSPIEGEL

VERLAGS- SONDERVERÖFFENTLICHUNG

19 Werben und Gestalten

TITELTHEMA

20 Auf den Hund gekommen: Eine Erfin-
derin aus Mechernich und ihr Weg vom
Eigenbedarf zur erfolgreichen Marke

22 „Eine gute Marke hält, was sie
verspricht“: Warum das nicht so einfach
ist, erklärt Patentanwalt Mario Wagner

28 Marketing der Regionen: Weshalb die
Eifel beim zweiten Mal alles besser ge-
macht hat, Heinsberg über sich selbst
lacht und die DG nun Ostbelgien heißt

34 Wenn Siri und Alexa schweigen: Wie
Betriebe aus unserer Region ihre Mar-
ke entwickelt haben

36 Ersucher und Erfinder: Wie IHK-Innova-
tionsberater auf dem Weg zum Schutz-
recht helfen

INTERNATIONAL

38 Unternehmerreise führt nach Indonesien

40 kurz & bündig

FORSCHUNG & TECHNOLOGIE

42 Hochschulspots





Foto: © fotofrance – stock.adobe.com

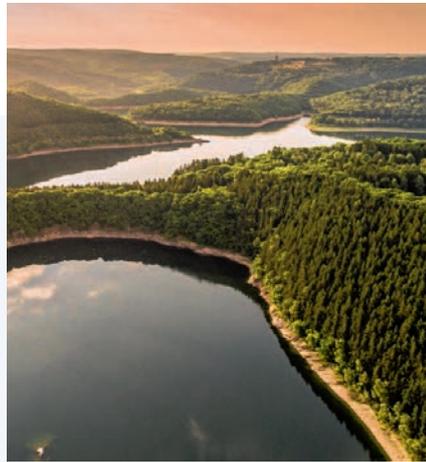


Foto: Eifel Tourismus GmbH



Foto: © Warren Goldswain – Fotolia.com

Industriemuseum?

Die IHK Aachen hat im Auftrag der Vollversammlung mit 47 Betrieben des produzierenden Gewerbes die „Industriepolitischen Leitlinien und Handlungsfelder aus Sicht der Wirtschaft“ veröffentlicht. Damit will sich die Kammer an die neue Regierung in Land und Bund wenden. „Wenn nicht ausreichend Areale zur Verfügung gestellt werden, wird nicht nur die Region Aachen zum Industriemuseum“, warnt IHK-Vizepräsident Dr. Stephan Kufferath.

» Seite 14

Insellösung?

„Starke Städte, schwache Marken?“ Diese Frage stellt die Marketing-Zeitschrift „absatzwirtschaft“. Viele Kommunen in der gesamten Region Aachen, Düren, Euskirchen und Heinsberg haben sich mit unterschiedlichen Konzepten auf die Suche nach sich selbst gemacht – um sich neu zu definieren und dabei vor allem eines zu erreichen: Aufmerksamkeit bei Unternehmern und Arbeitnehmern. Ein Blick in den IHK-Bezirk und über die Grenze nach Belgien.

» Seite 28

Indonesien!

Dank zahlreicher Infrastrukturprojekte und eines riesigen Konsumentenmarktes bietet Indonesien zahlreiche Geschäftschancen. Mit 260 Millionen Menschen steht der Inselstaat weltweit an vierter Stelle der bevölkerungsreichsten Nationen. Bemerkenswert ist auch das Wirtschaftswachstum von mehr als fünf Prozent. Gründe genug für die IHKs aus Aachen und Bonn/Rhein-Sieg, hiesigen Unternehmern eine Markt-Erkundungsreise anzubieten.

» Seite 38

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG

45 Zeitarbeit

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

- 46 Das 69. „GründerFoyer“ lädt junge Unternehmen nach Euskirchen ein
- 46 „Bildungsscheck NRW“ ermöglicht Arbeitgebern Zuschuss zur Weiterbildung
- 47 Touristische Betriebe in Euskirchen können Beratung in Anspruch nehmen
- 47 „AUFBRUCH“: Die Gründermesse steigt am 30. Juni in Aachen
- 47 „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ verlangt Angaben von Großbetrieben
- 47 REGINA-Vorstand konstituiert sich neu: Hajo Noerenberg ist Vorstandsvorsitzer

FIRMENREPORT

- 48 Frettnet network expandiert ins In- und Ausland
- 48 „Superbrands“: Lambertz zählt zu Deutschlands stärksten Marken
- 48 VR-Bank – Region Aachen steigert die Bilanzsumme
- 48 AAV registriert drei Millionen mehr Bus- und Bahnfahrten
- 49 Großkunde kauft StreetScooter-Fahrzeuge – zum Vorteil des LBBZ
- 49 „Smart Market Square“: LANCOM Systems und Dialego AG werden Forschungspartner
- 49 Studie: Heimbach ist bundesbester Ausbilder in der Textilindustrie
- 49 Kraft-Schlötels investiert 40 Millionen Euro in Standort Wassenberg
- 50 „VORTEIL AACHEN-DÜREN“: Die Marx-Gruppe kooperiert mit „low-tec“ zur Integration von Flüchtlingen
- 50 Kundenservice: Studie der „WirtschaftsWoche“ ordnet AachenMünchener bei den Branchenbesten ein

- 51 „The Curve“: Babor investiert 20 Millionen Euro in Neubau
- 51 App zur Einsicht in Produktionsdaten: GRP erhält IT-Innovationspreis
- 51 „Deutschland Test“ und „Focus Money“: Zentis zählt zu den bundesweit besten Ausbildungsbetrieben
- 51 WWM gilt als „Hidden Champion des Mittelstands“
- 51 GKD gewinnt internationalen Innovationspreis

VERLAGS-SONDERVERÖFFENTLICHUNG

52 Arbeitsrecht

53 WEITERBILDUNGS-VERANSTALTUNGEN

54 BÖRSEN

58 VORSCHAU UND TV-TIPPS
58 IMPRESSUM

06

Juni 2017
www.aachen.ihk.de

Panama-Papers, Abgas-Skandal und TTIP sorgen für mehr Wirtschaft im TV

► Die Wirtschaftsberichterstattung innerhalb der Fernsehnachrichten ist im öffentlich-rechtlichen Programm am ausführlichsten. Das belegt der „Infomonitor“ als kontinuierliche Programmauswertung des Instituts für empirische Medienforschung (IFEM). Die meisten „Wirtschaftsanteile“ sahen die Zuschauer im vergangenen Jahr im „heute-journal“. Das ZDF-Format widmete Wirtschaftsthemen im Durchschnitt rund acht Prozent Sendezeit. „RTL aktuell“ kam auf drei Prozent, die „Sat.1 Nachrichten“ auf vier Prozent. In täglicher Sendezeit entspricht das je einer Minute bei RTL und Sat.1 und zwei Minuten beim längeren „heute-journal“ im ZDF. Die Wirtschaftsberichterstattung erreichte im April 2016 aufgrund der Panama-Papers, des VW-Abgas-Skandals und der Kontroversen um TTIP ihren Höhepunkt.

„Digitale Fabrik“: PwC-Studie offenbart deutlichen Trend und große Hürden

► Rund 91 Prozent der Industriebetriebe in Deutschland investieren in die digitale Produktion. Laut einer Studie des Netzwerks „PricewaterhouseCoopers“ (PwC) erhoffen sich die Unternehmen dadurch vor allem Effizienzsteigerungen und eine größere Nähe zum Kunden, um flexibler auf die veränderten Anforderungen reagieren zu können. Für die Untersuchung „Digital Factories 2020 – Shaping the future of manufacturing“ wurden 200 deutsche Industriebetriebe befragt. Fast die Hälfte von ihnen rechnet damit, dass sich ihre Investitionen allerdings erst in fünf Jahren amortisieren. Ebenfalls gut die Hälfte der Befragten räumt ein, dass ihre Mitarbeiter dem digitalen Wandel gegenüber nicht offen sind (49 Prozent) und dass ihrem Unternehmen eine „digitale Kultur“ fehlt (52 Prozent).

Der „CSR Jobs Award 2017“ wartet auf zahlreiche Arbeitgeber mit Verantwortungsbewusstsein

► Von der Vereinbarkeit von Familie und Beruf bis hin zum Gesundheitsmanagement und gesellschaftlichem Engagement: Unternehmen, Behörden und Institutionen mit Sitz in Deutschland können sich noch bis zum 30. Juni zur kostenfreien Teilnahme am „CSR Jobs Award“ bewerben. Die Auszeichnung des Employer-Branding-Beratungsunternehmens

CSR jobs & companies GmbH wird mittlerweile zum vierten Mal an „Arbeitgeber mit Verantwortung“ verliehen, die sich der „Corporate Social Responsibility“ (CSR) verpflichtet fühlen. In diesem Jahr sind die Kategorien „Unser Inklusionsprogramm“, „Unsere Vielfalt“ und „Unsere Qualifizierung“ neu im Programm. Die zehn besten Betriebe erhalten

unter anderem ein ausführliches Unternehmensprofil im Internetportal des Wettbewerbs, wo sich auch die Bewerbungen einreichen lassen. Medienpartner sind unter anderem „UNICUM“, „creditreform“ und das „handelsjournal“.

@ www.csr-jobs.de

Für direkte Hilfe aus der Nachbarschaft: Das Auftragsportal „lokalmacher“ geht an den Start

► Wer für kleine oder große Projekte professionelle Unterstützung aus der unmittelbaren Nähe sucht, kann künftig im neuen Online-Portal „lokalmacher“ fündig werden. Die vom Inhaber der Monschauer Agentur „kredler media“ ins Leben gerufene Internet-

präsenz soll Hilfe etwa bei Arbeiten rund um das Haus oder das Auto ebenso wie Lösungen für PC-Probleme ermöglichen. In dem Portal können Nutzer ihr Gesuch in verschiedenen Kategorien kostenlos einstellen; anschließend dürfen sich lokale Interessenten per E-Mail

auf die Ausschreibung bewerben. Das „lokalmacher“-Branchenverzeichnis soll außerdem eine Übersicht zu Betrieben aus der Region bieten.

@ www.lokalmacher.de

Existenzgründungen: NRW ist bundesweit Spitze – und entwickelt sich entgegen dem Bundestrend

► Die Zahl der wirtschaftlich bedeutenden Gründungen in Nordrhein-Westfalen ist 2016 gegenüber dem Vorjahr um 20,7 Prozent auf rund 20.300 gestiegen. Im Bundesdurchschnitt gab es laut Angaben des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn einen Zuwachs von lediglich 3,9 Prozent. Insgesamt meldete das Land NRW 0,8 Prozent mehr Existenzgründungen als im Vorjahr. Der Bundesdurchschnitt bei allen Gründungen liegt bei minus 2,7 Prozent gegenüber 2015. Als „wirtschaftlich bedeutend“ gelten Gründungen, wenn sie mindestens einen sozialver-

sicherungspflichtigen Arbeitsplatz geschaffen haben und (beziehungsweise oder) ein Eintrag im Handels- oder Handwerksregister vorliegt. NRW war im Jahr 2016 mit insgesamt gut 64.800 gewerblichen Existenzgründungen erneut bundesweiter Spitzenreiter. Am Bevölkerungsanteil gemessen, entfallen auf NRW rund 23 Prozent aller gewerblichen Existenzgründungen in Deutschland.

@ www.ifm-bonn.org



Foto: © Stadt Aachen/Nadine Jungblut

|| Das gelbe Trikot ist bereits vergeben: Kaiser Karl erwartet dennoch die zweite Etappe der Tour de France.

Kaiser Karl vor dem „Rad-Haus“: Die **Tour de France** führt durch weite Teile der Region Aachen

► Die zweite Etappe des weltberühmten Radrennens „Tour de France“ führt am Sonntag, 2. Juli, von Düsseldorf durch einen Großteil unseres Kammerbezirks nach Lüttich. Schauplätze sind Bereiche des Kreises Heinsberg, des Kreises Düren und der Städteregion Aachen. Nach dem Start am Düsseldorfer Tonhallenufer fahren die Radsportler über Mönchengladbach in den Kreis Heinsberg hinein, vorbei am Tagebau Garzeiler in den Norden

des Kreises Düren. Von dort aus geht es weiter in die historische Stadt Jülich, die von 1794 bis 1814 zum französischen Staatsgebiet im Department de la Roer gehört hatte. Über Würselen erreicht der Tross dann die Stadt Aachen, wo es von der Jülicher Straße, die Peterstraße, den Seilgraben, die Neupforte und die Mostardstraße hinauf zum Markt geht und die Tour schließlich über die Jakobstraße und die Lütticher Straße Kurs in Rich-

tung Lüttich nimmt. Laut einem Bericht der Aachener Zeitung beteiligen sich die großen Städte mit jeweils 50.000 Euro an den Kosten, abgedeckt durch Sponsoren. Der TV-Sender ARD überträgt die Tour de France live. Das Ereignis soll gut 50 Millionen Zuschauer in etwa 190 Ländern vor die Fernsehgeräte ziehen. Es ist das erste Mal seit 30 Jahren, dass die Frankreich-Rundfahrt in Deutschland beginnt.



...wir lassen Sie mit (Arbeits-) Sicherheit nicht alleine...

Ganzheitliche Beratung im Arbeitsschutz und in der Produktsicherheit

- normenkonforme Gefährdungsbeurteilungen von Anlagen und Tätigkeiten
- CE-Konformität nach Maschinenrichtlinie
- Gefahrstoffmanagement (Kataster, Betriebsanweisungen, Substituierung)
- „psychische Belastungen“ am Arbeitsplatz
- Unterweisungsmanagement
- Fachkräfte für Arbeitssicherheit (auch für Klein- und Kleinstunternehmen)

... pragmatisch und rechtskonform – das ist unser Anspruch!

ACG-Ingenieure GmbH & Co. KG • Kaubendenstraße 16 • 52078 Aachen
www.acg-ingenieure.de • Tel.: 0241 / 938 70 - 56

Schwer zu tun

Laut der aktuellen Konjunkturumfrage der IHK laufen die Geschäfte der hiesigen Betriebe gut – auch im Export

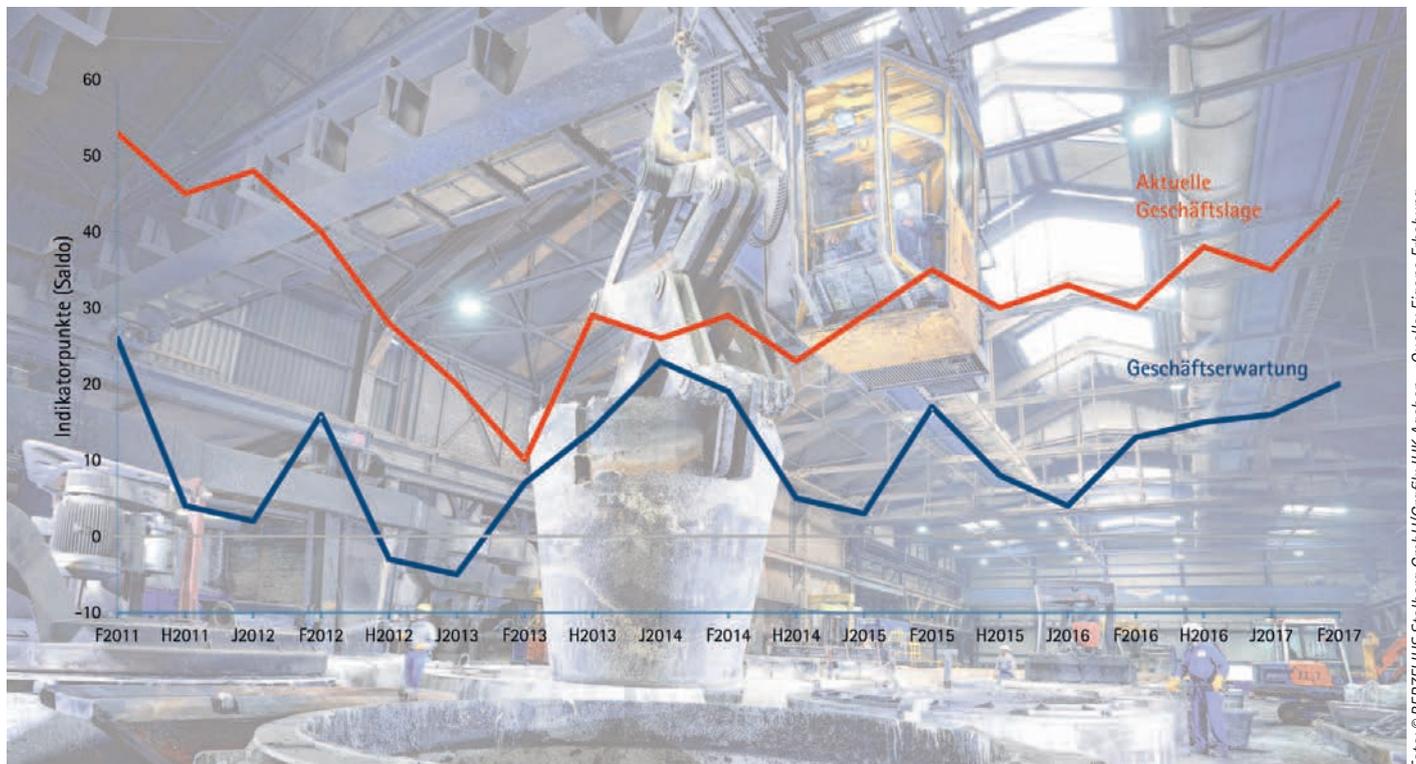


Foto: © BERZELIUS Stolberg GmbH/Grafik: IHK Aachen – Quelle: Eigene Erhebung

Die gute Geschäftsentwicklung vom Jahresbeginn hat sich im IHK-Bezirk Aachen fortgesetzt. „Die anziehende Weltwirtschaft trägt dazu bei, dass sich die positive Lage der Unternehmen nochmal gesteigert hat – auf das beste Ergebnis seit fünf Jahren“, betont IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer. Aktuell beurteilt mehr als die Hälfte aller Betriebe ihre Situation als gut. Nur etwa jedes zehnte Unternehmen ist unzufrieden. Das geht aus der jüngsten Konjunkturumfrage der IHK Aachen hervor, an der sich 251 Betriebe mit insgesamt fast 26.000 Beschäftigten beteiligt haben.

Bei drei von zehn Befragten hat sich die Ertragslage seit Jahresbeginn verbessert; bei rund einem Fünftel ist sie gesunken. Ein Ende des Aufschwungs ist laut der Umfrage weiterhin nicht in Sicht. Ein Drittel der Unternehmen rechnet damit, dass sich die Geschäfte in den kommenden Monaten positiv entwickeln, nur jeder siebte Betrieb geht von einem ungünstigen Verlauf aus. Der Mangel an

geeigneten Fachkräften wird allerdings immer stärker zu einem Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung. Jeder zweite Betrieb sieht das mittlerweile so. „Mit Blick auf die neue Legislaturperiode sehen die Unternehmen deshalb den größten Handlungsbedarf im Bereich der Bildung und Fachkräftesicherung“, erklärt Bayer. Daneben gelten vor allem die Themen Infrastruktur und Gewerbeflächen sowie der Bürokratieabbau als wichtige Aufgaben für die neue Landesregierung.

Lage in der Industrie verbessert sich

Die Situation der Industriebetriebe in der Region Aachen hat sich seit dem Jahresbeginn positiv entwickelt. Jedes zweite Unternehmen meldet gute Geschäfte – so viel wie zuletzt im Herbst 2011. Ursache dieser Entwicklung sind vor allem Umsatzsteigerungen. Bei annähernd der Hälfte der Betriebe ist der Umsatz gestiegen, bei einem Fünftel ist er gesunken. Die Auslastung der Produktionskapazitäten ist geringfügig gestiegen – von 81 auf 82 Prozent. Sie liegt damit über dem

Niveau des langjährigen Durchschnitts von 80,1 Prozent.

Die Dienstleister sind sehr zufrieden

Die äußerst positive Situation im Dienstleistungssektor hat sich seit dem Jahresbeginn noch einmal verbessert. Mehr als die Hälfte der Unternehmen meldet gute Geschäfte, nur fünf Prozent sind unzufrieden. Die Umsätze haben sich ebenfalls positiv entwickelt, allerdings geringer als noch zuletzt: Bei vier von zehn Befragten ist der Umsatz in den zurückliegenden sechs Monaten gestiegen, bei einem Fünftel ist er gesunken.

Handel ist auf hohem Niveau stabil

Die sehr gute Geschäftslage im Handel hat sich seit Jahresbeginn nicht verändert. Fast die Hälfte aller Unternehmen ist mit der aktuellen Situation zufrieden, nur sieben Prozent sind unzufrieden. Im Großhandel beurteilen vier von zehn Betrieben ihre Lage als gut; kein Unternehmen ist unzufrieden. Im Einzelhandel ist die Lage bei der deutlichen Mehrheit

der Betriebe weiterhin positiv, allerdings bei weniger Unternehmen als zuletzt. Die Hälfte der Befragten bewertet das aktuelle Geschäft als gut, jeder zehnte Betrieb ist unzufrieden.

Lage im Bau erreicht Allzeithoch

Das Baugewerbe profitiert weiterhin von niedrigen Zinsen, gestiegenen Löhnen und einer soliden Konjunktur. Zwei Drittel aller Baubetriebe sind mit ihrer gegenwärtigen Lage zufrieden, keines ist unzufrieden. Dabei handelt es sich um die besten jemals gemeldeten Werte im Baugewerbe.

Das Auslandsgeschäft soll wachsen

Der Export der Industriebetriebe hat in den zurückliegenden Monaten spürbar angezogen. Jedes dritte Unternehmen berichtet von

gestiegenen Auslandsumsätzen, bei jedem fünften Befragten sind die Exportumsätze gesunken. Gleichzeitig haben die Auftrags-eingänge aus dem Ausland eine überwiegend positive Tendenz: Ein Viertel der Unternehmen meldet eine gestiegene Auslandsnachfrage, nur jeder Zehnte berichtet von einem Rückgang. Die Erwartungen an das Auslandsgeschäft bleiben daher weiterhin überwiegend positiv, allerdings auf einem niedrigeren Niveau als zuletzt. Rund ein Viertel aller Industriebetriebe rechnet mit einer positiven Entwicklung des Exports, zwölf Prozent haben ungünstige Aussichten.

Die Erträge entwickeln sich positiv

Die Ertragslage der Unternehmen hat sich in den vergangenen Monaten überwiegend ver-

bessert. Drei von zehn Betrieben berichten von gestiegenen Erträgen, bei einem Fünftel der Befragten sind die Erträge gesunken.

Die Unternehmen haben weiterhin Personalbedarf

Die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt wird sich auch in den kommenden Monaten fortsetzen. Ein Viertel aller Betriebe rechnet mit einem Anstieg der Beschäftigung, ein Fünftel erwartet einen Rückgang. Die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt wird sich daher weiter fortsetzen. Die Arbeitslosenquote in der Region Aachen liegt derzeit bei 7,1 Prozent und damit 0,3 Prozentpunkte niedriger als ein Jahr zuvor. In NRW beträgt die Quote 7,5 Prozent, auf Bundesebene liegt sie bei 5,8 Prozent.

Geschäftslage und -erwartung in den Teilregionen

Städteregion Aachen: Stadt Aachen

Die Lage der Betriebe in der Stadt Aachen bleibt auf einem hohen Niveau. 68 Prozent bewerten sie als gut, nur sieben Prozent sind unzufrieden. Vor allem im Baugewerbe (Saldo: +100) und bei den Dienstleistern (Saldo: +66) ist die Situation besonders positiv.

Die Geschäftsaussichten haben sich seit dem Jahresbeginn verbessert: 39 Prozent der Unternehmen gehen von einer positiven Entwicklung aus, neun Prozent von einer negativen. Die besten Perspektiven haben dabei ebenfalls das Baugewerbe (Saldo: +58) und die Dienstleister (Saldo: +41).

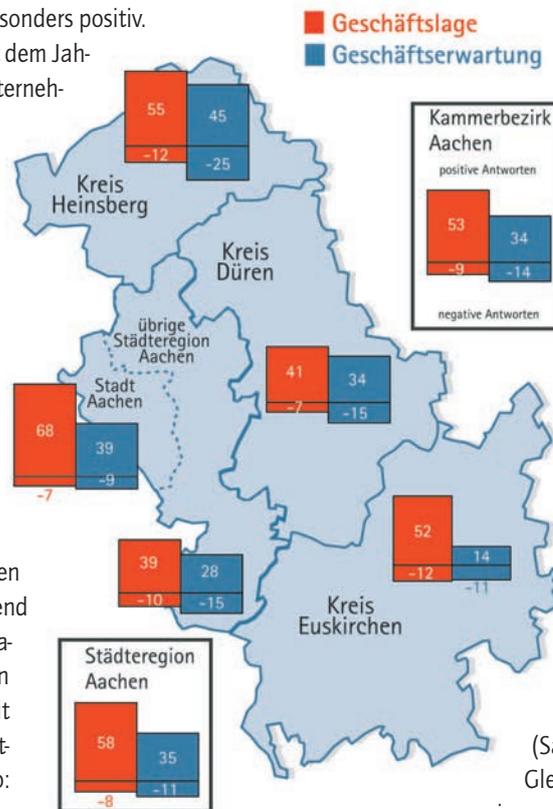
Übrige Städteregion Aachen

Im ehemaligen Kreis Aachen melden 39 Prozent der Betriebe gute Geschäfte, zehn Prozent sind unzufrieden. Am besten ist die Lage bei den Dienstleistern (Saldo: +46) und in der Industrie (Saldo: +30). Die Unternehmen erwarten für die kommenden Monate überwiegend auch eine Verbesserung der Geschäftslage: 28 Prozent der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung, 15 Prozent mit einer Verschlechterung. Am zuversichtlichsten sind der Großhandel (Saldo: +83) und das Baugewerbe (Saldo: +36).

Kreis Düren

Im Kreis Düren bewerten 41 Prozent aller Betriebe ihre gegenwärtige Situation positiv, nur sieben Prozent bezeichnen sie als schlecht. Überdurchschnittlich gut ist die Lage im Großhandel (Saldo: +73) und im

Baugewerbe (Saldo: +55). Die Aussichten haben sich weiter aufgehellt: 34 Prozent gehen von besseren Geschäften in den kommenden Monaten aus, 15 Prozent erwarten eine Verschlechterung. Positiv sind die Erwartungen vor allem im Baugewerbe (Saldo: +45).



Kreis Euskirchen

Die Geschäftslage der Unternehmen im Kreis Euskirchen hat sich seit Jahresbeginn deutlich verbessert: 52 Prozent der Betriebe sind zufrieden, zwölf Prozent sind es nicht. Von überwiegend guten Geschäften berichten das Baugewerbe (Saldo: +67) und die Dienstleister (Saldo: +42). Die Aussichten sind zwar rückläufig, bleiben aber im positiven Bereich: 14 Prozent aller Betriebe rechnen mit einer Verbesserung der Geschäfte, elf Prozent mit einer Verschlechterung. Positive Erwartungen hat vor allem der Großhandel (Saldo: +32).

Kreis Heinsberg

Die Lage der Betriebe im Kreis Heinsberg hat sich kaum verändert: 55 Prozent bezeichnen ihre Geschäftslage als gut, zwölf Prozent als schlecht. Gut geht es vor allem dem Baugewerbe (Saldo: +60) und dem Einzelhandel (Saldo: +59). Gleichzeitig erwartet die Mehrheit der Unternehmen eine positive Entwicklung: 45 Prozent rechnen mit einer

Verbesserung der Geschäfte, 25 Prozent mit einer Verschlechterung. Besonders hoch sind die Erwartungen im Baugewerbe (Saldo: +73) und im Einzelhandel (Saldo: +41).

„PROFILE 2017“: Die Kammer lässt hinter die Kulissen von Rodriguez blicken

Das Unternehmensbesuchsprogramm „PROFILE“ der IHKs im Rheinland widmet sich in diesem Jahr den Themen „Automotive“ und „Industrie 4.0“. Unter dem Motto „Know-how vor Ort!“ können Fach- und Führungskräfte der Region jährlich bei etwa 15 Unternehmen hinter die Kulissen blicken. Die Themen der Fachvorträge sind so vielseitig wie die teilnehmenden Betriebe. Aus der Region Aachen präsentiert sich am Donnerstag, 29. Juni, die Rodriguez GmbH mit Sitz in Eschweiler unter dem Leitsatz „Fokus Kunde – Beispiele für einen ganzheitlichen Ansatz zur Kundenbindung“. Die weiteren Termine für das laufende

Jahr und Informationen zur kostenpflichtigen Anmeldung sind im Internet zu finden.



www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 606010)



IHK-Ansprechpartner:
Thomas Wendland
Tel.: 0241 4460-272
thomas.wendland@aachen.ihk.de
Markus Wolff
Tel.: 0241 4460-239
markus.wolff@aachen.ihk.de

Ein spezielles Online-Verzeichnis erlaubt die Suche nach ungarischen Partnerbetrieben

Als Werkzeug für die Suche nach Herstellern und Dienstleistern in Ungarn hält die IHK Aachen auf ihrer Internetseite das „Hungarian Export Directory“ bereit. Das Verzeichnis

in englischer Sprache führt über 1.600 Betriebe auf, die sich nach Namen, Produktgruppen, Sitz und Zielländern durchsuchen lassen. Zu jedem Eintrag bietet das Verzeichnis detail-

lierte Informationen, Kontaktdaten und Referenzen.



<http://exporthdirectory.mkik.hu/en>

Hightech-Gründer können ihre Ideen in Israel vorstellen

Start-up-Betriebe haben vom 2. bis 7. September die Möglichkeit, die blühende israelische Gründer- und Hightech-Szene kennenzulernen und ihre Geschäftsideen dort zu präsentieren. Eine von „NRW.International“ mit der IHK Aachen organisierte Unternehmerreise nach Tel Aviv und Jerusalem richtet sich vor allem an junge Betriebe aus den Bereichen IT, Media, Gaming, Energie und Energieeffizienz, „Smart Grids“ und Biotechnologie. Auf dem Plan stehen Workshops, ein Besuch des „DLD Tel Aviv Innovation Festivals“ sowie Treffen mit „Venture Capital“-Investoren und „Tech-Scouts“ sowie zwei „Pitches“ vor internationalem Publi-

kum. Mit rund 6.000 Startup-Unternehmen, mehr als 70 Wagniskapitalfonds und über 200 Inkubatoren und Akzeleratoren ist Israel einer der bedeutendsten Gründer-Standorte der Welt. Etablierte Hightech-Firmen wie Google, Facebook, Microsoft und IBM unterhalten dort große Forschungseinrichtungen.



IHK-Ansprechpartner:
Johannes Richter
Tel.: 0241 4460-129
johannes.richter@aachen.ihk.de

„Lebenswerk trifft Meisterwerk“: Die IHK lädt zum Aktionstag „Nachfolge“ ein

Die IHK Aachen nimmt den bundesweiten Aktionstag der Kammern zur Unternehmensnachfolge am Mittwoch, 21. Juni, zum Anlass, ihre Mitgliedsbetriebe sowie Übernahme-Interessenten mit Informationen zu versorgen. Unter dem Motto „Lebenswerk trifft Meisterwerk“ erhalten die Teilnehmer von 13:30 bis 18 Uhr im Suermondt-Ludwig-Museum in Aachen Antworten auf grundlegende Fragen zur Nachfolgestrategie aus Unternehmer- und Übernehmersicht sowie zur Wertermittlung. Die

Veranstaltung geht auf betriebswirtschaftliche, rechtliche und steuerliche Aspekte ein und klärt über die Finanzierungsmöglichkeiten öffentlicher Förderbanken auf. Zudem gibt es ein Beispiel für eine gelungene Unternehmensnachfolge. Die Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme ist online möglich.



www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 10199177)

**Wir fördern
das Gute in NRW.**



STÄRKE

**Sabine Baumann-Duvenbeck und ihr Kraftpaket –
unterstützt durch die Fördermittel der NRW.BANK.**

Die Stärke mittelständischer Unternehmen ist ein wichtiger Motor der Wirtschaft in unserer Region. Eine Eigenschaft, die es wert ist, gefördert zu werden. Z. B. durch den NRW.BANK.Effizienzkredit: Zinsgünstige Darlehen von 25.000 bis 5 Millionen Euro für Modernisierungen, die Ihre Anlagen zukunftsfähig machen. Sprechen Sie mit uns über Ihre unternehmerischen Ziele.

www.nrwbank.de/staerke

London calling: Die IHK informiert über ein berufsbegleitendes Studium in Großbritannien



Foto: © Andrei Nekrasov – Fotolia.com

|| Very British: Das ECBM stellt berufsbegleitende Studiengänge in der IHK Aachen vor.

Einen anerkannten Studienabschluss im Ausland erwerben und weiter in Deutschland arbeiten: Das ermöglichen berufsbegleitende Teilzeitstudiengänge. Entsprechende Bachelor- und Master-Angebote hält die IHK Aachen in Zusammenarbeit mit dem „European College of Business and Management“ (ECBM) als Bildungsakademie der Deutsch-Britischen IHK in London sowie mit den Universitäten South Wales und Liverpool John Moores bereit. Das ECBM stellt die Studiengänge in einer englischsprachigen Info-Veranstaltung am Freitag, 9. Juni, von 17.15 bis 18.15 Uhr in der IHK Aachen vor. Neben dem Bachelorstudiengang „BA in Business Studies“ für Interessenten mit abgeschlossener

kaufmännischer Berufsausbildung geht es dabei um die Studiengänge „Master in International Business and Management“ (MSc) und „Master of Business Administration“ (MBA) für Bachelorabsolventen oder berufserfahrene Betriebswirte, die ihre Managementfähigkeiten und Führungskompetenzen ausbauen möchten. Interessenten können sich bei der IHK Aachen zum Info-Termin anmelden.



www.ecbm-london.de



IHK-Ansprechpartnerin:
Patricia Heiliger
Tel.: 0241 4460-354
patricia.heiliger@aachen.ihk.de

8. IHK-Wirtschaftssprechtag führt in das E-Mobilitätslabor an der RWTH Aachen

Innovationen in der Elektromobilität verändern Wertschöpfungsketten, Geschäftsfelder und Geschäftsbeziehungen. Das eröffnet laut IHK Aachen auch Chancen für Unternehmen, die bisher nicht in „Automotive“ und „Mobilität“ tätig waren. Der 8. IHK-Wirtschaftssprechtag in Kooperation mit dem Elektromobilitätslabor (eLab) an der RWTH Aachen bietet Betrieben deshalb am Donnerstag, 6. Juli, von

14 bis 17 Uhr die Gelegenheit, sich bei Technologieexperten über die Vorteile und Anforderungen im Bereich der E-Mobilität zu informieren und in 45-minütigen Einzelgesprächen individuelle Fragen zu klären. Das „eLab“ unterstützt Betriebe dabei, einzelne Komponenten für Elektrofahrzeuge zu erforschen, zu entwickeln und Prototypen zu bauen sowie die Ergebnisse in marktfähige Produkte umzu-

setzen. Die Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme im „eLab“ ist online möglich.



www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 10199718)



IHK-Ansprechpartner:
Markus Wolff
Tel.: 0241 4460-119
itus@aachen.ihk.de

Bergbaumesse: Betriebe können sich in Mexiko präsentieren

Das Land Nordrhein-Westfalen ist vom 25. bis 28. Oktober zum ersten Mal mit einem Gemeinschaftsstand bei der Messe „Convención Internacional de Minería“ in Guadalajara in Mexiko vertreten. In Zusammenarbeit mit der IHK Aachen und dem Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau bietet „NRW.International“ allen Akteuren aus unserer Unternehmens- und Forschungslandschaft die Möglichkeit, sich dort

zu präsentieren. Weitere Informationen gibt es auf der Website der IHK Aachen (Dok.-Nr.: 3722606).



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

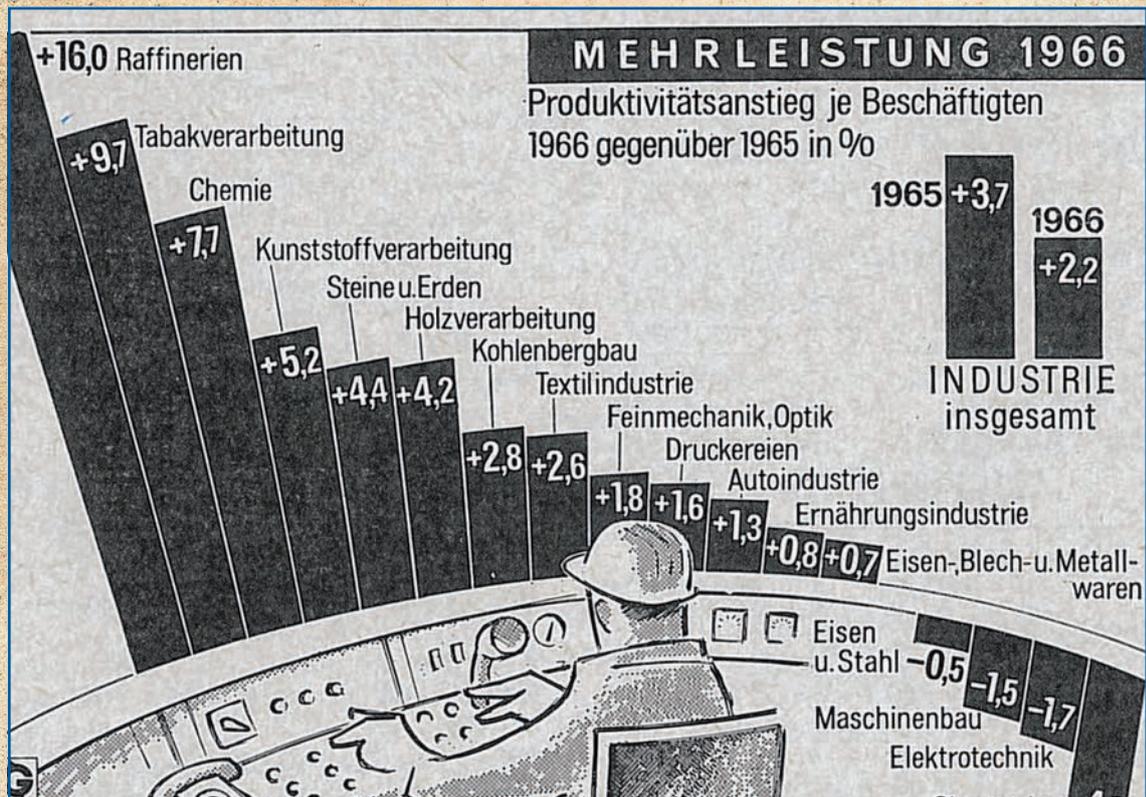


Ansprechpartner Anzeigenberatung

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

Alt... hergebracht

Das stand vor 50 Jahren in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“



Der Industrieumsatz im März 1967

► „Nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes belief sich der Gesamtumsatz der Industrie im Bundesgebiet im März 1967 auf 31 Milliarden DM. Der Inlandsumsatz ist vom Februar zu März 1967 um 11% auf 25,5 Mrd. DM, der Auslandsumsatz um 6,9% auf 5,9 Mrd. DM gestiegen. Gegenüber März 1966 lag der Gesamtumsatz um 10% niedriger. Der Inlandsumsatz war um 12% geringer als im März 1966, der Auslandsumsatz dagegen um 1,2% höher. Alle Hauptgruppen mit Ausnahme der Nahrungs- und Genussmittelindustrien (+3,9%) waren rückläufig (-10% bis -14%).“

Keine Einfuhr von Chinageschirr über die Niederlande

► „Die EWG-Kommission hat die Bundesregierung auf deren Antrag ermächtigt, bis zum 31. Januar 1968 indirekte Einfuhren von keramischen Erzeugnissen aus China vom EWG-Freiverkehr auszuschließen. Die Ermächtigung gilt für Geschirr, Haushalts- und Toilettengegenstände aus Porzellan sowie für Figuren, Phantasie-, Einrichtungs-, Zier- und Schmuckgegenstände aus Porzellan und aus anderen keramischen Stoffen.“

„Sonst wird die Region zum Industriemuseum“

Was 47 Unternehmen und die IHK in ihren „Industriepolitischen Leitlinien“ vom künftigen Kabinett fordern, verraten die folgenden Seiten ▶



II Klassischer Symbolcharakter: Um konkurrenzfähig bleiben zu können, verlangt das produzierende Gewerbe unserer Region in den ersten „Industriepolitischen Leitlinien“ bessere Rahmenbedingungen für den Standort NRW.

„Wenn wir nicht ausreichend Areale für die Industrie zur Verfügung stellen, wandern Produktionsstandorte in andere Regionen ab – und mit ihnen Arbeitsplätze und Steuereinnahmen.“

Dr. Stephan Kufferath,
Vizepräsident der IHK Aachen und Vorstandsmitglied der GKD – GEBR. KUFFERATH AG

VON MISCHA WYBORIS

Die IHK Aachen hat im Auftrag der Vollversammlung mit 47 Betrieben des produzierenden Gewerbes die „Industriepolitischen Leitlinien und Handlungsfelder aus Sicht der Wirtschaft“ veröffentlicht. Damit will sich die Kammer an die neue Regierung in Land und Bund wenden. „Unsere dring-

lichsten Anliegen sind ein leistungsfähiges Verkehrssystem, ausreichend Flächen für Betriebserweiterungen und Wohnraum, verfügbare und qualifizierte Fachkräfte, wettbewerbsfähige Energiepreise und eine bürokratiearme Forschungsförderung“, sagt IHK-Vizepräsident Dr. Stephan Kufferath. Das Vorstandsmitglied des Metallverarbeitungsunternehmens GKD – GEBR. KUFFERATH AG aus Düren richtet seinen Blick so-

wohl auf die Gegenwart als auch in die Zukunft: „Derzeit werden nur 2,2 Prozent der Landesfläche von Industrie und Gewerbe genutzt. Wenn wir nicht ausreichend Areale für die Industrie zur Verfügung stellen, wird die Region Aachen, aber auch ganz NRW zum Industriemuseum. Dann wandern Produktionsstandorte künftig in andere Regionen ab – und mit ihnen Arbeitsplätze und Steuereinnahmen.“



|| Zusammengetragen: Die IHK Aachen um Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer (2. v. r.) und Geschäftsführerin Anke Schweda (l.) bringt die mit Unternehmern wie IHK-Vizepräsident Dr. Stephan Kufferath (2. v. l.), Hans-Helmuth Schmidt und Dagmar Wirtz erarbeiteten „Industriepolitischen Leitlinien“ demnächst zu den Vertretern der Landes- und Bundespolitik.

Foto: Andreas Steinl

Ziehe man in der Statistik der für Industrie und Gewerbe ausgewiesenen Areale noch die mitunter dort existierenden Grünflächen und Wohnbereiche ab, ergebe sich für den tat-

sächlich industriell genutzten Platz eine Quote von 1,7 Prozent in Nordrhein-Westfalen – der gleiche Anteil, den alle Friedhöfe in NRW einnehmen, sagt Kufferath. Grabesstim-

mung ist im bevölkerungsreichsten Bundesland zwar noch nicht aufgekommen, doch seit einigen Jahren bleibt die Industrie in NRW bei Wachstum und Beschäftigung hinter dem Bundesdurchschnitt zurück. Zuletzt hatte das produzierende Gewerbe auch im IHK-Bezirk Aachen im Vergleich zum Vorjahr auf mehreren Ebenen Verluste verzeichnet: Die Zahl der Beschäftigten sank um ein Prozent auf 73.400 Personen, der Auslandsumsatz um 2,7 Prozent auf 7,8 Milliarden Euro und die Exportquote um zwei Prozentpunkte auf 43,8 Prozent. Mit den „Industriepolitischen Leitlinien“ reagieren die Betriebe der Region Aachen jetzt mit einer gemeinsamen Stimme auf diese Entwicklung.

UMFRAGE

„Das Schaffen neuer Arbeitsplätze wird hier erschwert“: Was die Industriebetriebe aus der gesamten Region erleben und fordern



Foto: ELTEBA Elektrotechnik-Elektrobau GmbH & Co. KG

Guido Randerath,
Geschäftsführer der ELTEBA
Elektrotechnik-Elektrobau GmbH & Co. KG
(Heinsberg)

„Es erschwert die Ausbildung, wenn Betriebe Nachhilfe bei schulischen Grundkenntnissen oder sozialen Kompetenzen leisten müssen. Hier ist die Politik aufgerufen, die Betriebe zu unterstützen: ausreichend Lehrer vorzusehen, eine effiziente Schulsozialarbeit zu gewährleisten oder die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen.“



Foto: 3win® Maschinenbau GmbH

Dagmar Wirtz,
Geschäftsführende Gesellschafterin der
3win® Maschinenbau GmbH (Aachen)

„Viele Unternehmen in der Region stehen vor der Herausforderung, geeignete Fachkräfte zu finden. Die Integration von zugewanderten und geflüchteten Menschen kann den Fachkräftemangel abfedern. Mit den politischen Rahmenbedingungen für die Anerkennung von Dokumenten oder die Sprachförderung wäre das durchaus machbar.“



Foto: CWS-Lackfabrik Conrad W. Schmidt GmbH

Hans-Helmuth Schmidt,
Geschäftsführer der
CWS-Lackfabrik Conrad W. Schmidt GmbH
(Düren)

„Die Betriebe in NRW werden bundesweit mit der höchsten Gewerbesteuer belastet, die Energiekosten sind fast doppelt so hoch wie die unserer EU-Nachbarn, und die Auflagen der Behörden gehen weit über deutsche und internationale Maßstäbe hinaus. Es entsteht der Eindruck, dass das Schaffen neuer Arbeitsplätze hier erschwert wird.“



Foto: Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG

Wilhelm Oberdieck,
Prokurist der Pfeifer & Langen
GmbH & Co. KG (Euskirchen)

„Werden Rahmenbedingungen wie eine gute Verkehrsanbindung und eine bezahlbare Energieversorgung nicht erhalten oder geschaffen, könnte der Zucker künftig im Ausland hergestellt werden. Als Folge würden dann auch die Printen, die Marmelade und das Gebäck nicht mehr wirtschaftlich in unserer Region produziert werden können.“

100.000 Jobs hängen an der Industrie

„Die Zahlen zeigen, dass in Zeiten international unsicherer Entwicklungen und des digitalen Wandels die industriepolitischen Rahmenbedingungen stimmen müssen, damit das Netzwerk aus Industrie, Dienstleistern, Handel und Logistik weiterhin für Arbeitsplätze, Wertschöpfung und Wohlstand in unserer Region sorgen kann“, betont Anke Schweda, Geschäftsführerin der IHK Aachen. Rund 40 Prozent der vor- und nachgelagerten Dienstleistungen seien von der Industrie abhängig – gleichbedeutend mit rund 100.000 Arbeitsplätzen in der Region.

„Widerstände aushalten“

Die Industrie in NRW benötige eine klare Strategie, sagt Kufferath: „Dafür brauchen wir ein Ende der sozial- und umweltpolitischen Alleingänge, einen Regulierungsstopp und die Fähigkeit, auch mal Widerstände auszuhalten.“ Indes blicken die Betriebe auch selbstkritisch auf sich. Viele Unternehmen hätten es versäumt, aktiv zu einer positiven Wahrnehmung der Industrie in der Gesellschaft beizutragen, sagt Hans-Helmuth Schmidt, Geschäftsführer der CWS-Lackfabrik Conrad W. Schmidt GmbH mit Sitz in Düren. Dabei würden die Industriebetriebe heute so energieeffizient und umweltfreundlich produzieren wie nie zuvor – und viele Antworten auf aktuelle Fragen finden. „Wir sind nicht Teil des Problems“, sagt Kufferath: „Wir sind Teil der Lösung.“



Die „Industriepolitischen Leitlinien“ als
Download-Dokument:
www.aachen.ihk.de/industrie
(Dok.-Nr.: 3726242)

Der Fachkräftemangel wird zur größten Sorge

Laut dem aktuellen IHK-Report steigt die Risikobewertung um sieben Prozent auf ein Rekordniveau



Foto: © ehrenberg-bilder – stock.adobe.com

|| Mit kritischem Blick: Laut neuem IHK-Report haben so viele Betriebe wie nie zuvor Sorge vor dem Fachkräftemangel.

Trotz großer Bemühungen der Unternehmen in Nordrhein-Westfalen, Fachkräfte zu gewinnen, sieht sich vor allem der Mittelstand in der Gefahr, nicht genügend qualifizierte Mitarbeiter zu finden. 44 Prozent der für den aktuellen IHK-Fachkräftereport befragten Betriebe bezeichnen den Fachkräftemangel als „größtes Risiko für ihre wirtschaftliche Entwicklung“ – so viele wie nie zuvor.

Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Risiko-Einschätzung um sieben Prozent. Der Fachkräftereport der Industrie- und Handelskammern Nordrhein-Westfalens für das Jahr 2017 gibt Einblicke in die aktuellen Entwicklungen bei den vorhandenen und künftig benötigten Fachkräften in NRW. Daraus wird deutlich: Den Unternehmen fehlen bereits heute etwa 134.000 qualifizierte Fachkräfte. Im Jahr 2030 wird sich die Situation noch einmal deutlich verschärfen: Demnach fehlen dann etwa 592.000 Personen.

Von diesen Entwicklungen sind alle Branchen betroffen. Besonders die unternehmensnahen Dienstleistungen, aber auch die Baubranchen, die Logistik und die Betriebe aus dem Gastgewerbe berichten von Problemen bei der Sicherung des Fachkräftebedarfs. Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung ist der demografische Wandel. Dessen

Auswirkungen machen sich auch beim steigenden Durchschnittsalter der Fachkräfte bemerkbar: Liegt der Wert aktuell noch bei 44,3 Jahren, steigt er bis 2030 auf 46,3 Jahre.

Verstärkt wird der Engpass außerdem durch den anhaltenden Trend zur Akademisierung. Seit dem Jahr 2013 übersteigt die Zahl der neu eingeschriebenen Studenten bundesweit die der neu eingetragenen Auszubildenden. Immer mehr Unternehmen richten deshalb schon heute ihren Blick auf Zielgruppen, die sie als zusätzliche Fachkräfteresource erschließen können. Dazu zählt etwa die stärkere Gewinnung von Frauen. Auch Menschen mit Migrationshintergrund sowie bereits vorhandene Mitarbeiter sollen weiterqualifiziert werden.

Der vollständige Fachkräftereport steht auf der Internetseite der IHK Aachen zum Download bereit. Der „Fachkräftemonitor“ bietet außerdem Zugriff auf die aktuellen Zahlen aus den verschiedenen Branchen im Kammerbezirk Aachen.



www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 3709138)
www.ihk-fachkraefte-nrw.de



Foto: © motorradcbr – Fotolia.com



Foto: © epr – AKAD



Foto: © Scanrail – Fotolia.com



Foto: © goodluz – Fotolia.com

Werben und Gestalten

Anzeigensonderversöffentlichung

Analogisch: Ohne „Big Idea“ nützt auch „Big Data“ nichts

Warum im digitalen Dschungel eine professionelle Werbestrategie unabdingbar ist

Wie schwierig es geworden ist, eine richtige Werbestrategie zu wählen, beschreibt Robert Ader, Director „Marketing Communications“ der Porsche AG, in einem Vortrag recht treffend. Es ist ein bisschen wie beim Bowling: Hatte man sich vormals für eine Bowlingbahn als Werbekanal entschieden, so reichte es, die Kugel schwungvoll in Richtung seiner Zielgruppe zu rollen. Vielleicht traf man nicht alle zehn Kegel, aber das investierte Marketing-Budget erzielte schon nach kurzer Zeit seine erwünschte Wirkung.

Heute sind abertausende Frames „24/7“ möglich. „Programmatic“ scheint das Zauberwort zu sein. Mit Hilfe der GAFA – Google, Apple, Facebook, Amazon – ermöglicht „Big Data“ nahezu unerschöpfliche Spielformen beziehungsweise Nutzerprofile zu er-

reichen. Je nach Medium und selektierter Zielgruppen können Sie per Maus-klick direkt von Ihrem Rechner aus ein Vermögen investieren, um anschließend Klickraten oder die „dwell time“ – die Verweildauer – zu messen.

Jetzt spielen Sie aber an einem Flipper-automaten Pinball! Ihre „Marketing-Kugel“ schießt in einem Werbe-Universum hinter einer Glasplatte hin und her. Hierbei stößt sie links und rechts an, wird – meist unkontrolliert – in alle Richtungen katapultiert. Zig Kontakte und Impulse werden auf dieser rasanten Reise erzeugt, bevor die silberne Kugel zwischen den beiden Fangarmen im Dunkeln verschwindet. Außer ein paar „Likes“ merken Sie aber erst einmal nichts.

Diese Analogie möchte verdeutlichen, dass es mehr als je zuvor auf die richtige Werbestrategie ankommt. Das ver-

meintlich kontrollierte Hin-und-Her-Schießen von Botschaften in Social-Media-Kanälen oder klassischen Medien endet oftmals in einem „Trial and Error“-Ansatz der KPI, der Schlüsselkennzahlen. Die Wirkung verpufft ohne konkrete Ergebnisse.

Aufgrund der breiten Kundenvielfalt von M+M und dem branchenübergreifenden Marketing-Know-how wissen wir, was im Markt erfolgreich funktioniert – und wie man heutzutage wen, wann und wo mit relevantem Content erreicht. Auch die noch so ausgetüftelte, mitunter auf Algorithmen basierende Strategie kommt ohne eine kreative „Kern-Idee“ nicht aus. Anders formuliert: Ohne „Big Idea“ nützt auch „Big Data“ nichts. Lassen Sie sich besser von Experten beraten!

*Me+M,
Oliver Mohr*



Legen Sie Ihren Finger bitte mal hier hin.



MOHR UND MORE
Strategie – Branding – Design

Gut gemacht, Sie haben genau ins Schwarze getroffen. Das sollte auch Ihre Werbung können!

Mit unserem branchenübergreifenden Know-how seit 2001 finden wir auch für Ihr Unternehmen die treffende Marketingstrategie, um Ihre Kernzielgruppe zu erreichen.

Wenn Ihnen der oben stehende Beitrag gefällt – einfach anrufen:
mohr-more.de · die aachener werbeagentur · 0241-978 17-0



|| Ein Knochen-Job: Bis(s) Labrador-Hündin Jette in den Genuss von „Boneguard“ kommen konnte, hat Sonja Labitzke viele Entwicklungsschritte hinter sich gebracht.

Auf den Hund gekommen

Drei Jahre nach ihrem Weg vom Eigenbedarf zur erfolgreichen Marke hat Unternehmerin Sonja Labitzke aus Mechnich wieder neue Pläne

VON JULIANE HORN

Wenn Dinge im Alltag nicht funktionieren oder es Probleme mit Produkten gibt, dann ist das für Sonja Labitzke ein Grund zur Freude. Denn aus einer solchen Situation heraus hat sich der berufliche Weg der 45-Jährigen entwickelt. Ihre Motivation: Wo es etwas zu verbessern gibt, nimmt sie es selbst in die Hand. Mit Erfolg: Eine ihrer Erfindungen – eine Halterung zur sicheren Fütterung von Knochen für Hunde – machte Labitzke zur Marke und legte damit den Grundstein für das Unternehmen, das sie heute führt.

Anlass für die Entwicklung des Produkts, das mittlerweile unter dem Namen „Boneguard“

in Tierfachgeschäften zu finden ist, war für die Frau aus Mechnich allerdings ein negatives Erlebnis. Immer wieder habe ihr erster Hund Robin versucht, das Endstück seines Kauknochens zu schlucken, erzählt Labitzke. „Irgendwann blieb es ihm im Hals stecken. Nur mit Mühe und Not konnte ich den Knochen wieder herausziehen.“ Im Internet suchte die gelernte Industriekauffrau daraufhin nach Produkten, die solche gefährlichen Situationen verhindern. Doch anstelle von Lösungen sei sie lediglich auf viele weitere hilfesuchende Hundehalter mit dem gleichen Problem gestoßen. „Dadurch war mein Ehrgeiz geweckt“, erinnert sich Labitzke.

Ihre Idee: Sie wollte selbst etwas entwickeln, das dem Hund das Reststück des Knochens

unzugänglich macht. „Wichtig war vor allem, dass es eine Art Spielzeug ist, damit das Tier es überhaupt akzeptiert“, sagt sie. Aus alltäglichen Materialien baute Labitzke einen Prototyp für eine Halterung, in die der Snack für den Vierbeiner hineingesteckt und dann verschraubt wird. Das Beste daran: „Mein Hund hat es sofort angenommen.“

Dass aus der Idee später mehr wurde, lag nicht zuletzt an ihrem beruflichen Interesse. Denn den Gedanken zur Halterung für Knochen hatte Labitzke, während sie nebenberuflich „Innovationsmanagement“ in Graz studierte. In dem dreijährigen Studium lernte sie, neue Produkte zu entwerfen, umzusetzen und professionell zu vermarkten. „Damals habe ich schon andere Dinge entwickelt,

allerdings eher semi-professionell“, erinnert sie sich. Hinzu kam ein Fernstudium im Bereich „Gewerblicher Rechtsschutz“. Damit eignete sie sich die Grundlagen für die Lizenzierung ihrer Produkte an – einen verschließbaren Futterbeutel und einen Pfotenwaschbeutel für Hunde. Doch Labitzke wollte mehr. Deshalb begann sie das zusätzliche Bachelor-Studium, für das sie freitags und samstags nach Graz reiste.

Nach ihrem Abschluss, 2014, meldete die heutige Geschäftsführerin der Boneguard GmbH das Patent für das gleichnamige Produkt an und ging damit einen Schritt, der auch für sie neu war. „Für meine vorherigen Ideen kam das nicht infrage, aber ich war mir sehr sicher, dass das mit Boneguard klappt“, erzählt sie heute. Durch ihr Studium wusste sie aber auch, was bürokratisch auf sie zukommt. Nach ausführlicher eigener Recherche und mit Hilfe eines Anwalts kümmerte sie sich um die Patentierung – und damit um das gewerbliche Schutzrecht – für ihre Erfindung. Die Zeit bis zur Genehmigung, die sie ein Jahr später bekam, nutzte Labitzke, um sich über die Produktion Gedanken zu machen. Denn: Ende 2015 wollte die Innovationsmanagerin ihr Produkt im Rahmen der Erfindermesse „iENA“ präsentieren. „Nachdem das feststand, musste ich richtig Gas geben und eine Vorserie produzieren.“

So wurde aus ihrem Prototyp ein für den Heimtier-Markt konzipiertes Utensil. Mit ihrem Wissen aus den Materialwissenschaften als Grundlage, entwickelte sie – zunächst aus Modelliermasse – ein Design für das Produkt. Daraus entstand später eine grafische Konstruktion am Computer als Basis für einen 3-D-Druck. Das Modell kam nicht nur bei ihrem Hund gut an, sondern auch beim Publikum der Erfindermesse. Für Labitzke stand damit der Entschluss fest, ihre Erfindung produzieren zu lassen. Zeit zum Durchatmen hatte sie dann wenig: Ein gutes halbes Jahr später, im Mai 2016, fand bereits die weltgrößte Fach-

messe für Heimtierbedarf, die „Interzoo“, in Nürnberg statt. Um Boneguard dort anzubieten, gab es für die Mechemischerin noch einiges zu tun: Sie musste einen Produzenten finden, sich über die Herstellung abstimmen, Testläufe vornehmen, eine größere Stückzahl produzieren lassen, sich die Ware zuschicken lassen und schließlich auch den Stand für die Messe vorbereiten. „Eine Woche vorher kam das erste Muster bei mir an. Ich war so froh, dass damit alles in Ordnung war.“ Außerdem gründete Labitzke kurz vor der „Interzoo“ mit Boneguard eine GmbH.

Wieder war die Messe ein Erfolg für die Gründerin: „Viele Händler aus aller Welt und andere Hersteller waren begeistert von dem Produkt“, erzählt sie. Und damit nicht genug: Unter den rund 100.000 vorgestellten Neuheiten wurde Boneguard von „Scouts“ für den „Innovation Award“ nominiert – und schnappte sich am Ende den zweiten Platz, nachdem es im Rahmen der „iENA“ schon eine Silbermedaille für Labitzke gegeben hatte. Auch nach der „Interzoo“ sei das Interesse nicht abgeklungen. „Viel Presse“ habe sie bekommen, unter anderem einen Auftritt in zwei Fachmagazinen. Seitdem erhalte sie immer wieder Anfragen von Unternehmen, die sich für eine Lizenz interessieren – mit der Absicht, das Produkt selbst herzustellen und Labitzke am Umsatz zu beteiligen. „Das entscheide ich von Fall zu Fall, denn eigentlich ist es mein Ziel, dass es Boneguard vor allem in Tierläden zu kaufen gibt“, sagt die Unternehmerin.

Das Vorhaben ist ihr gelungen: Heute, gut ein Jahr nach der Leitmesse, ist Boneguard – mittlerweile eine bekannte Marke – in vielen Fachgeschäften in Deutschland und den Niederlanden erhältlich. Außerdem melden sich häufig Kunden aus skandinavischen Ländern und aus England oder der Schweiz. „Das Geschäft ist richtig gut angelaufen. Vor allem, wenn man bedenkt, dass wir das Flugzeug ja quasi in der Luft zusammengebaut haben“, sagt sie und lacht. Inzwischen arbeitet die Geschäfts-

führerin mit einem Team aus Freelancern und Partnern zusammen, die sie bei der Online-Vermarktung, den Computer-Konstruktionen oder in der Logistik unterstützen. Doch auch für die 45-Jährige selbst sind viele Aufgabenfelder hinzugekommen. In ihrem Alltag kümmert sie sich um die gesamte Organisation – von der Kommunikation mit Kunden, Großhändlern und Spediteuren bis hin zur strategischen Entwicklung ihrer Produkte. „Ich lerne immer wieder etwas Neues dazu, weil ich mich mit Dingen beschäftigen muss, von denen ich bis dahin keine Ahnung hatte“, sagt Labitzke, „zum Beispiel mit hygienischen Anforderungen, Zollbestimmungen und der Produkthaftung.“

„Ein bisschen wie in einem Traum“

Der Entwicklung von Produkten will sie aber treu bleiben. „Im Moment habe ich zwei neue Produkte, die fast fertig sind“, sagt Labitzke. Worum es sich dabei handelt, möchte sie noch nicht verraten. Nur so viel: „Es sind Dinge für den Alltag mit ganz neuen Ansätzen. Und natürlich ist beides für den Hund – denn das ist mein Spezialgebiet.“ Damit steht sie jetzt wieder am Anfang eines Prozesses, den sie mit ihrem Boneguard-Produkt bereits gemeistert hat. „Das Patent ist der nächste Schritt“, kündigt sie an. Als eine Hürde betrachtet sie das aber nicht. „Ich finde es eher spannend. Und ich bin überzeugt, dass auch das funktioniert.“ Das Selbstbewusstsein gibt ihr ihre „Hundemarke“. Trotzdem hat sich die 45-Jährige noch nicht so ganz an ihren Erfolg gewöhnt. „Manchmal“, sagt sie, „fühle ich mich ein bisschen wie in einem Traum...“

„Wir haben das Flugzeug ja quasi erst in der Luft zusammengebaut.“

Sonja Labitzke,
Geschäftsführerin der Boneguard GmbH

„Manchmal fühle ich mich ein bisschen wie in einem Traum.“

Sonja Labitzke,
Geschäftsführerin der Boneguard GmbH



Foto: © Sergey Nivens - stock.adobe.com





„Eine gute Marke hält, was sie verspricht“

Warum das gar nicht so einfach ist, erklärt Patentanwalt Mario Wagner ▶

„Brainstormings ohne Denkverbote“: Laut Patentanwalt Mario Wagner sollten Unternehmen bei ihrer Markenbildung zunächst für alles offen sein, das begrifflich zum Produkt passen könnte.

„Es ist manchmal erstaunlich, wie dieselben Personen, die ihr Fahrrad immer nur vom Fachmann pflegen lassen, bei komplexen juristischen Themen meinen, alles selbst machen zu können.“

Mario Wagner,
Patentanwalt in der Kanzlei BAUER WAGNER PRIESMEYER

VON MISCHA WYBORIS
UND JULIANE HORN

Manchmal dreht sich alles nur um eine Farbe. Rot zum Beispiel. Oder Gold. Bei Kreditinstituten etwa. Oder bei Süßwarenherstellern. Bei genauerer Betrachtung geht es aber um wesentlich mehr als bloß ums Kolorit. Es geht um Identität. Und dafür

ziehen Unternehmen notfalls auch vor den Bundesgerichtshof. Der wiederum hatte in der jüngeren Vergangenheit entschieden: Die Sparkassen dürfen ihr Rot künftig exklusiv nutzen – zum vermeintlichen Leid- und Leitwesen der spanischen Bank „Santander“, die eine Löschung der Farbmarke beantragt hatte. An selber Stelle hatte das auch in Aachen vertretene Unternehmen Lindt & Sprüngli einen langjährigen Streit

mit Haribo gewonnen: Der von Lindt produzierte Schokoladenbär darf also weiterhin sein goldenes Foliengewand tragen – trotz der von Haribo gehaltenen Wortmarke „Goldbär“. Rechtsfragen rund um Marken und Patente betreffen jedoch bei weitem nicht nur große Geldhäuser und global agierende Konzerne, sondern jeden Betrieb, der sich von seiner Konkurrenz abheben möchte. Denn: „Eine gute Marke ist ein Orientierungspunkt in der Flut des Beliebigen“, sagt Patentanwalt Mario Wagner von der Aachener Kanzlei Bauer/Wagner/Priesmeyer.

WN: Mit welchem Markenprodukt sind Sie heute zuerst in Berührung gekommen?

Wagner: Ich wurde heute Morgen vom Markenprodukt „Samsung Galaxy S7“ aus dem Schlaf geholt – übrigens genauso unsanft wie von jedem No-name-Wecker!

WN: Die Intensität beim Wecken mal außen vorgelassen: Was macht eine gute Marke aus?

Wagner: Eine gute Marke hält, was sie verspricht. Sie ist Orientierungspunkt in der Flut des Beliebigen. Ein Garant für Qualität. Und natürlich sollte sie aus markenrechtlicher Sicht geeignet – das heißt: frei von Rechten Dritter – sein, Unterscheidungskraft aufweisen, eine Herkunftsfunktion erfüllen und bei alledem nicht beschreibend, irreführend oder freihaltebedürftig sein. Das alles sind Punkte, die ein in Markensachen versierter Patentanwalt ohne immense Aufwände beurteilen beziehungsweise prüfen kann.

WN: Angenommen, ich bin ein Existenzgründer – und auf der Suche nach einer Marke für mein vielversprechendes Produkt. Wie gehe ich vor? Habe ich ohne juristische Unterstützung überhaupt eine Chance?



Foto: © Alexander Samsz

|| Alles Peanuts? Die COMICIADE hat sich zu einer viel beachteten Marke entwickelt.

Wagner: Zunächst muss man sich darüber klar werden, für wen die Marke eigentlich bestimmt ist, wer also zur Zielgruppe zählt. Ein Shampoo für den Endverbraucher muss anders „gebrandet“ werden als eine CNC-Fräse, die ausschließlich von Facheinkäufern geordert wird. Was ist der Markenkern? Was ist für die Abnehmer wichtig? Zuverlässigkeit, Preis, gutes Design, variable Einsatzmöglichkeiten? Alle diese Eigenschaften können begrifflich aufgenommen werden... Dann setzen am besten Brainstormings ohne Denkverbote ein. Alles, was begrifflich irgendwie zum Produkt passen könnte, wird gesammelt. Ist das Produkt auch für den Export bestimmt? Dann sollte es einen international aussprechbaren und verständlichen Namen bekommen! – So tastet man sich langsam an mögliche Markenkandidaten heran. Schon zu diesem Zeitpunkt sollte die juristische Begleitung selbstverständlich sein, denn das Thema ist sehr vielschichtig. Es ist aber manchmal erstaunlich, wie dieselben Personen, die ihr Fahrrad immer nur vom Fachmann pflegen lassen, bei komplexen juristischen Themen meinen, alles selbst machen zu können. Das

„Aus scheinbar untergeordneten Gründen scheitern oft gute Erfindungen, während manch' Skurriles erfolgreich vermarktet wird, weil die Entwickler über gute Kaufleute und gute Kontakte verfügen.“

Mario Wagner,
Patentanwalt in der Kanzlei
BAUER WAGNER PRIESMEYER

Ergebnis ist dann – übertragen auf das Bild des Fahrrads – die bestens geölte Bremse: schön anzusehen, aber ohne jeglichen Nutzen und sogar gefährlich!

WN: Gibt es einen typischen Weg zur etablierten Marke – oder verläuft jeder Fall individuell?

Wagner: Der Erfolg eines Produkts ist von vielen Faktoren abhängig: Ist es ausge-reift? Braucht der Markt das Produkt? Will der Markt das Produkt? Wie ist das Preisgefüge? Auch persönliche Faktoren des Entwicklers spielen eine große Rolle: Lässt er sich beraten oder will er tatsächlich alles selbst meistern? Versteht er es, sich Zugang zu Herstellern und Vertriebswegen zu verschaffen und andere zu begeistern? Aus solchen scheinbar untergeordneten Gründen scheitern oft gute Erfindungen, während manch' Skurriles erfolgreich vermarktet wird, weil die Entwickler über gute Kaufleute und gute Kontakte verfügen. Ein bisschen Glück gehört natürlich auch dazu...

WN: Ihre Kanzlei berät neben Existenzgründern auch Institutionen, Hochschulen

und Ministerien. Wie sieht solch eine Begleitung aus? Worauf ist beim Ausbau von Marken zu achten? ▶

ZUR PERSON



Foto: © Alexander Samsz

Mario Wagner,
Patentanwalt in der Kanzlei
BAUER WAGNER PRIESMEYER

Ganz patent: Der Wagner-Weg

Nach seinem Ingenieurstudium an der RWTH Aachen absolvierte Mario Wagner eine Ausbildung zum Patentanwalt in einer Kanzlei und am Landgericht in Düsseldorf sowie beim Deutschen Patent- und Markenamt und am Bundespatentgericht in München. Der Gründung einer eigenen Kanzlei im Technologiezentrum am Europaplatz folgte die Partnerschaft mit fünf Kollegen in der Kanzlei „BAUER WAGNER PRIESMEYER Patent- und Rechtsanwälte“ in Aachen.

NICHT WARTEN - STARTEN

Bewerber finden und Ausbildungsstellen melden

Meldung freier Ausbildungsstellen oder Hilfe bei der
Bewerbersuche unter:

0800 4 5555 20

(gebührenfrei aus dem dt. Festnetz)
www.arbeitsagentur.de



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit
Aachen – Düren

ANDRE-MICHELS + CO.
STAHLBAU GMBH

STAHL HALLEN BAU

02651. 96200

Andre-Michels.de

Wagner: Unabhängig von der Größe des Mandanten ist es unsere oberste Priorität, eine für ihn wirtschaftlich sinnvolle Strategie zu entwickeln. Häufig wird an uns nämlich der Wunsch herangetragen, die Marke „weltweit“ zu schützen. Das ist aber in den meisten Fällen überhaupt nicht nötig. Ihr Produkt wird in Finnland nicht verkauft? Wozu dann dort Schutz erlangen? Ihre Dienstleistung – zum Beispiel eine Restaurantkette – soll auch mittelfristig nur in Deutschland angeboten werden? Dann reicht ein Markenschutz in Deutschland aus. Andererseits greift jemand zu kurz, der eine EU-weit gültige Marke anmeldet und dabei übersieht, dass etwa die

Schweiz oder Norwegen keine EU-Mitglieder sind. Strategien sind auch nie statisch, sondern müssen Veränderungen angepasst werden. So denken wir heute zum Beispiel über Fragen im Zusammenhang mit dem „Brexit“ nach. Auch sind Marken regelmäßig zu verlängern, zum Teil ist deren rechtserhaltende Benutzung nachzuweisen und so weiter und so fort. Zu allen diesen Fragen sollte ein Unternehmen einen Ansprechpartner haben, der den Überblick behält.

WN: Wie lassen sich Marken denn dauerhaft schützen? Patente laufen ja nach einiger Zeit aus.

Wagner: Das richtige Schutzrecht zur Absicherung von Marken ist nicht das Patent – obwohl wir den Mandanten natürlich auch verstehen, wenn er hiervon spricht –, sondern die eingetragene Marke, in der Regel erkennbar am ®-Symbol. Im Gegensatz zu allen anderen Schutzrechten lassen sich Marken beliebig oft verlängern. So gehen die in den Aufbau von Marken getätigten Investitionen nicht verloren, sondern erzielen einen langfristigen Wertzuwachs. Viele Menschen haben in diesem Zusammenhang bestimmt schon mal etwas von den jährlich ermittelten „Brand Values“ mit Markenwerten von Coca Cola, Google und anderen gehört. Aber auch in kleinen, überschaubaren Nischenmärkten können Marken schnell wertvolle „Assets“ darstellen, die durchaus mit sonstigen Vermögensgegenständen des Unternehmens wie beispielsweise Produktionsanlagen konkurrieren können.

WN: Was müssen Unternehmen beachten, wenn sie eine Marke nicht nur in Deutschland, sondern europa- oder weltweit etablieren möchten?

Wagner: Da gibt es zahlreiche Strategien – neben nationalen Marken etwa die Unionsmarke oder die bei der WIPO in Genf anzumeldende „International Registrierte Marke“. Das im Einzelnen zu erläutern, würde ziemlich lange dauern. Alle diese Verfahren können wir direkt oder über ein in Jahrzehnten gewachsenes weltweites Netz von zuverlässigen Partnerkanzleien abwickeln.

WN: Gibt es eine besonders originelle Marke – oder eine außergewöhnliche Entwicklung dahin –, an die Sie sich aus ihrer täglichen Arbeit erinnern können?

Wagner: Aus der letzten Zeit fällt mir spontan die Marke des Comic-Festivals „COMICIADE“ ein. Das Organisatoren-Team, dem ich selbst angehöre, hatte sich mit einigen Markenvorschlägen etwas verrannt. So konnte ich quasi Kraft meines Amtes die Marke „Euregio-Strip“, die vielleicht in die falsche Richtung gewiesen hätte, gerade noch verhindern. Dass wir mit der COMICIADE am Ende den Aachener Marketingpreis eingefahren haben, war für uns das sprichwörtliche Sahnehäubchen.

WN: In welchen Bereichen betreuen Sie als Patentanwälte besonders viele Klienten?

NACHGEFRAGT



Foto: Privat

„Komplexe Ähnlichkeitsrecherchen sind mit kostenfreien Datenbanken nicht möglich“

Dr. Susanne Ruffert,
Dezernatsleiterin Patent- und Normenzentrum Aachen

WN: Welche Rolle nimmt das Patent- und Normenzentrum (PNZ) Aachen bei der Anmeldung eines gewerblichen Schutzrechts ein?

Ruffert: Zunächst mal: Bei der Schutzrechtsanmeldung spielt der konventionelle Weg eher eine untergeordnete Rolle. Das erfolgt heute zu einem großen Teil auf elektronischem Weg – vor allem, wenn Patentanwaltskanzleien involviert sind. Im vergangenen Jahr hatten Patente mit 77,5 Prozent und Design mit 78,3 Prozent den größten Anteil bei elektronischen Anmeldungen. Marken und Gebrauchsmuster wurden dafür häufiger auf konventionellem Weg angemeldet. Wer konventionell anmelden möchte oder Fragen zur Anmeldung hat, für den ist die Einreichung über das PNZ eine gute Alternative. Wir beraten zu Fragen bei allen Schutzrechtsanmeldungen und leiten die Anmeldungen kostenfrei und sicher an das Amt weiter. „Prioritätssichernd“ kann mit unserem Fristenbriefkasten bis 24 Uhr angemeldet werden – und wer uns zu unseren Öffnungszeiten besucht, kann sich direkt mit weiteren Informationen versorgen oder erste Recherchen vornehmen.

WN: Was spricht denn für eine Schutzrechte-Recherche in professionellen Datenbanken gegenüber der Suche in einer frei verfügbaren?

Ruffert: Kommerzielle Datenbanken sind den frei verfügbaren Angeboten mehrfach überlegen: Sie bieten viele Funktionen, die die Suche komfortabel machen, und oft ist der recherchierbare Bestand deutlich erweitert. Nehmen wir als Beispiel die Recherche nach Wortmarken: Hier reicht es in der Regel nicht, den konkreten Begriff zu suchen, denn auch phonetisch ähnliche Wörter mit anderer Schreibweise können mit anderen Marken kollidieren. Komplexe Ähnlichkeitsrecherchen sind mit den kostenfreien Datenbanken nicht möglich. Wir stellen PNZ-Kunden, die betreute Recherchen in Anspruch nehmen, für alle Schutzrechte professionelle Datenbanken bereit. So lassen sich neben deutschen Marken in einem Schritt auch „Unionsmarken“ und „International registrierte Marken“ mit Schutzwirkung in Deutschland recherchieren – denn auch aus denen könnten Widersprüche gegen nationale Marken erhoben werden.

Wagner: Schwerpunkte haben wir in den Bereichen Medizintechnik, Kfz, Informationstechnologie, Kosmetik, Bau, Sicherheitstechnik und Lebensmitteltechnologie. Das ist ja das Schöne: Jeder Mandant bringt neue Herausforderungen und spezielle Fragestellungen mit.

WN: Haben Sie durch Ihre tägliche Arbeit eine andere Sicht auf Marken?

Wagner: Marken sind allgegenwärtig. Da entwickelt man natürlich eine besondere Wahrnehmung. Ich freue mich über jede gelungene neue Marke wie den „e.GO“ aus Aachen – und natürlich über Marken, die ich in den Medien sehe und die wir selbst vertreten. Manchmal ärgere ich mich aber auch über schlechte Markenführung. Da tun mir Fälle besonders weh, in denen Start-up-Be-

triebe durch mangelnde Kenntnis offensichtliche Fehler begehen, die in teilweise massiven Problemen wie Abmahnungen, einstweiligen Verfügungen oder Unterlassungs- und Schadenersatzklagen münden. Deshalb engagieren wir uns seit vielen Jahren mit Vorträgen in der Gründerszene und an der RWTH. Wir müssen die Zahl dieser Missgriffe mindern! ■

INFO

Mit Recht: Hier geht es zu Patentanwälten in der Region

Die Auswahl des Gesprächspartners für dieses Interview ist rein exemplarischer Natur. In der Wirtschaftsregion Aachen sind zahlreiche weitere Patentanwälte zu finden. Hierzu zählen neben der Kanzlei Bauer/Wagner/Priesmeyer (Aachen) beispielsweise Thomas Burchardi (Würselen), Jostardt Patentanwalts-AG (Aachen), König/Naeven/Schmetz (Aachen), Kai Kohlmann (Aachen), Liermann-Castell (Düren), Meinken Zehetner Patentanwälte (Aachen), Siegfried Metz (Roetgen), Dr. Klaus Potthast (Düren), RCD Patent (Jülich), Hans-Martin Reuther (Düren) und Schieber/Farago (Aachen). Nähere Auskünfte gibt es im Internetportal der Patentanwaltskammer und beim Patent- und Normenzentrum Aachen.



www.patentanwaelte.de
www.ub.rwth-aachen.de/cms/UB/Forschung/~hmui

NACHGEFRAGT



Foto: Marketing Club Aachen e.V.

„Kunden kaufen keine Produkte, sondern Marken!“

Andreas Ihrig,
Präsident des Marketing Club Aachen e.V. und
Marketing-Leiter der EWV Energie- und
Wasser-Versorgung GmbH

WN: Im November feiert der „Marketing Club Aachen“ sein 40-jähriges Bestehen. Wie haben sich der Club selbst und das generelle Verständnis einer Marke in den vergangenen vier Jahrzehnten gewandelt?

Ihrig: Unser Verein wurde 1977 von Vertretern der Aachener Wirtschaft gegründet. Aus Gesprächen weiß ich, dass der Club anfangs eher „elitär“ ausgerichtet war. Heute sind wir im gesamten Kammerbezirk unterwegs und mit gut 300 Mitgliedern der siebtgrößte Marketing-Club in Deutschland. Wir bieten Unternehmern genauso wie Fach-, Führungs- und Nachwuchskräften viele Veranstaltungen und ein aktives Netzwerk. Diese Entwicklung feiern wir am 6. Oktober, wozu Mitglieder und Gäste herzlich eingeladen sind. Allen Unternehmen, die sich bei unserer 40-Jahr-Feier – in deren Rahmen wir den 5. Aachener Marketingpreis verleihen – präsentieren möchten, bieten wir auch Sponsoring-Möglichkeiten. In den vergangenen 40 Jahren hat sich beim Markenverständnis die Entwicklung fortgesetzt, die damals schon sichtbar war: weg vom reinen Absenderkennzeichen, hin zu mehr Orientierung in einer wachsenden und austauschbaren Flut von Angeboten. Marken symbolisieren Haltung, Lebensgefühl, Emotionen. „Kunden kaufen keine Produkte, sondern Marken.“ – Ich weiß nicht, wer das zuerst gesagt hat, aber das trifft es sehr gut.

VALERES

Industriebau GmbH

International 100.000 m² pro Jahr...

Das heißt für Sie: beste Preise
und ein erfahrener Partner.



Immobilie. Gerne erstellen wir Ihnen unverbindlich ein maßgeschneidertes Angebot.
Rufen Sie uns an!

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

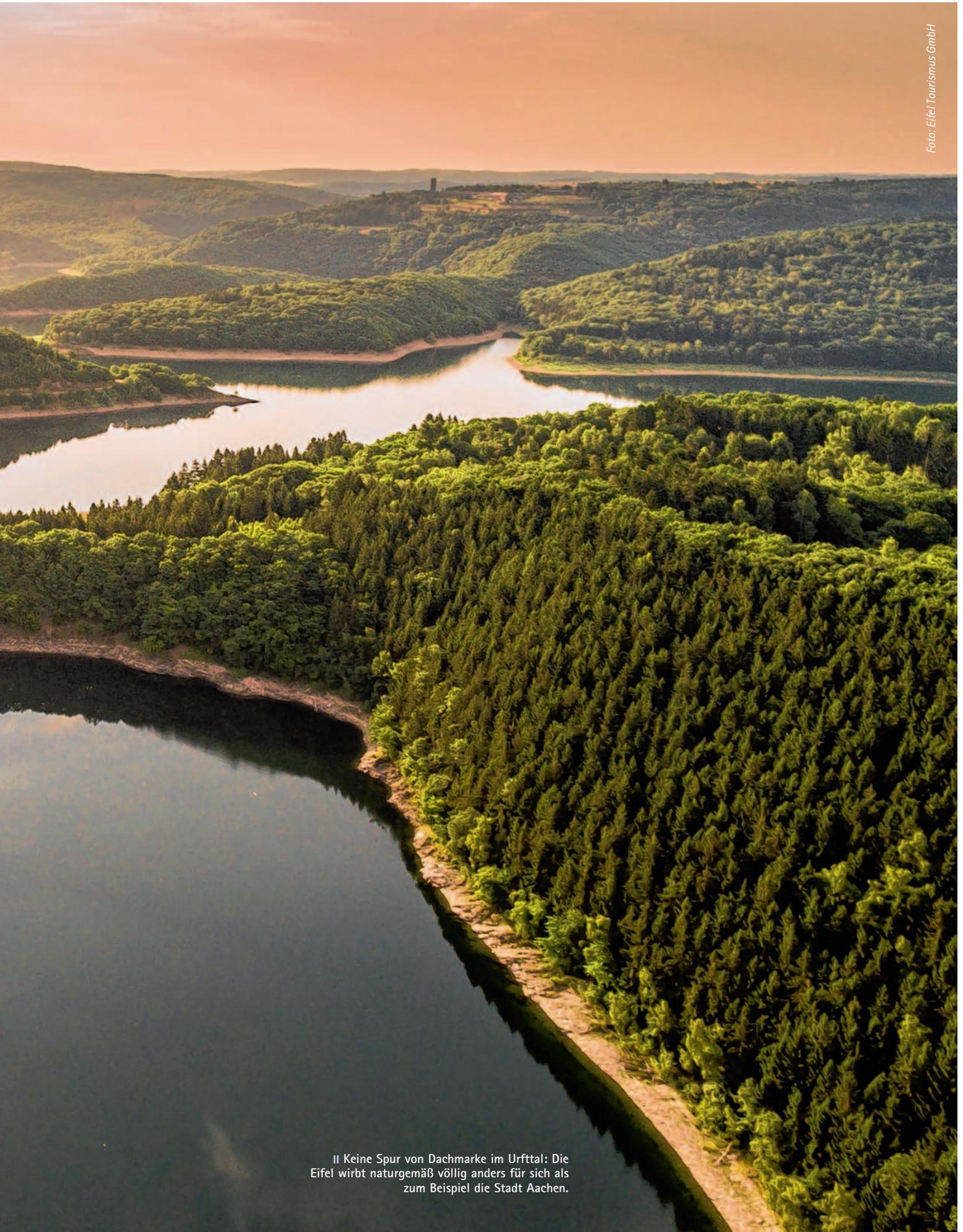
**Kostenbewusstsein, garantierte Qualität
und schnelle Umsetzung machen uns zum
idealen Partner für den Bau Ihrer Gewerbe-**

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



„O“ WIE „WASSER“

Warum beim Marketing der Regionen die Eifel beim zweiten Mal alles besser gemacht hat, Heinsberg über sich selbst lacht und die DG jetzt „Ostbelgien“ heißt ▶



|| Keine Spur von Dachmarke im Urfttal: Die Eifel wirbt naturgemäß völlig anders für sich als zum Beispiel die Stadt Aachen.

„Im Kreis fahren, damit es vorwärts geht!“

Slogan des Prüf- und Validationscenters für Schienenfahrzeuge der Siemens AG in Wegberg-Wildenrath
im Zuge der Kampagne „Spitze im Westen“

VON HELGA HERMANN

Starke Städte, schwache Marken? Diese Frage formuliert die Marketing-Zeitschrift „absatzwirtschaft“ auf dem Titel ihrer Mai-Ausgabe. Das Magazin zeigt darin, wie sich das Stadtmarketing gerade bundesweit neu erfindet. In der dort zitierten Rangfolge der markenstärksten Städte in Deutschland findet sich Aachen auf Platz 16 der 49 größten Kommunen wieder. Doch wie vermarktet man eine ganze Region? Wie schafft man Identität? Und wie verbindet man einen großen Standort mit positiven

Emotionen? Viele Kommunen in der gesamten Region Aachen, Düren, Euskirchen und Heinsberg haben sich mit unterschiedlichen Konzepten auf die Suche nach sich selbst gemacht – um sich neu zu definieren und dabei vor allem eines zu erreichen: Aufmerksamkeit bei Unternehmern und Arbeitnehmern. Von „Spitze im Westen“ bis hin zur „Technologieregion Aachen“ – ein Blick in den IHK-Bezirk und über die Grenze nach Belgien zeigt: Viele tun etwas, manche lassen es. Und beides aus gutem Grund.

Die Eifel als Arbeits- und Wohnort? – Ja! Das sagen offenbar immer mehr junge Leute, die Wert auf Lebensqualität und ein familienfreundliches Umfeld legen. Nichts scheint geblieben vom alten Image der 1960er oder 1970er Jahre,

man von Freunden beinahe mitleidig angeschaut wurde, wenn man den Familienurlaub in Heimbach auf dem Campingplatz und nicht an der Côte d'Azur oder in Rimini verbrachte. Die Eifel hat sich als Wirtschafts- und Tourismusstandort neu erfunden. „Wir stehen mit Unternehmen wie TUI oder ‚booking.com‘ im Wettbewerb um potenzielle Gäste“, sagt Klaus Schäfer, Geschäftsführer der Eifel Tourismus GmbH: „Da ist Wahrnehmung wichtig!“ 2003 hatten sich die Anliegerkommunen in NRW und Rheinland-Pfalz dazu entschlossen, die Eifel als touristische Gesamtregion zu vermarkten. Laut einer vor kurzem veröffentlichten Untersuchung ist sie inzwischen die bekannteste ländliche Region in Nordrhein-Westfalen, und im Vergleich mit rund 170 Konkurrenzstädten und -regionen liegt die Eifel auf Platz 27.

Die Region Eifel: Alles unter einem Dach
Schon im Jahr 2004 hatte die Eifel eine Regionalmarke für Produkte und Qualitätsdienstleister entwickelt.
„Der Versuch, die Eifel 2005



Foto: Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Heinsberg mbH

|| Abgefahren: Der Kreis Heinsberg vermarktet sich als „Spitze im Westen“.

als Wirtschaftsstandort zu positionieren, hat allerdings nicht funktioniert", sagt Schäfer. Im zweiten Anlauf hat man 2015 dann begonnen, die unterschiedlichen, schon bekannten Aspekte „Wirtschaft“, „Kultur“, „Tourismus“ und „Regionale Produkte“ noch stärker zu positionieren und mit Inhalten zu füllen. Mit dem neuen Slogan „Wir. Leben. Eifel“ sollen nun alle Aspekte unter einem Dach gebündelt werden. Hinter dem Begriff müsse auch ein Thema stehen, betont Schäfer, denn es gehe darum, sich „in einem gesättigten Wettbewerb der Konkurrenz

um Tourismusküste oder Arbeitskräfte zu stellen". Die Eifel besitze großes Potenzial als Reiseziel und Arbeitgeber, und die einzelnen Kommunen seien sich darüber einig,

dass sie jeweils mehr erreichen, wenn sie alle Standortvorteile gemeinsam in die Waagschale werfen, um eine Identität zu schaffen und sich damit von der Konkurrenz abzugrenzen.

Die Positionierung wurde von der Berliner Agentur „Embassy“ begleitet, die nach einer europaweiten Ausschreibung den Zuschlag erhalten hatte. „Der Vorteil war, dass sie einen unverstellten Blick auf die Region hat und die Stärken und Identitätsmerkmale gut herausarbeiten konnte", sagt Schäfer, der das Standortmarketing als „Dauerlauf im Wettbewerb der europäischen Regionen" betrachtet: „Auch andere machen einen guten Job, und das ist für uns der Ansporn weiterzumachen und dabei die Menschen in der Eifel mitzunehmen."

Der Kreis Heinsberg: „Spitze im Westen"

Wer sich auf französischen, italienischen oder dänischen Autobahnen in den Urlaub begibt, begegnet hin und wieder Lkw-Aufliegern des Heinsberger Dienstleisters „Trailer Profi VW GmbH". Einige seiner weißen „Anhänger" hat Inhaber Timo Sieben über die Wirtschaftsförderungsgesellschaft (WFG) für den Kreis Heinsberg zur rollenden Werbefläche für seine Heimat gemacht. Das plakative Bekenntnis gibt es in zwei Versionen: Bei einer blickt man in eine riesige Lagerhalle hinein und liest „Kreis Heinsberg – mehr drin, als man denkt"; die zweite Variante bildet eine Foto-Collage mit den Skylines großer Nachbarstädte wie Köln oder Düsseldorf. „Kreis Heinsberg –

näher dran, als man denkt" heißt hier der Slogan. Ähnlich selbstironisch ist auch die Marke, mit der der Wirtschaftsstandort Heinsberg für sich wirbt: „Spitze im Westen". Eine solche Marke bleibe besser im Gedächtnis, und sie schaffe eine Assoziation, sagt Bernd Steinbrecher, Geschäftsführer der Aachener Werbeagentur „Power+Radach". Über einen Wettbewerb kam der Kontakt zur WFG zustande – mit dem Ziel, die Marke neu zu beleben und dann auch stärker Betriebe aus dem Kreis als Botschafter einzubinden. Das Ergebnis ist

eine mit Humor gefüllte Kampagne geworden. Viele große Unternehmen mit bestem Ruf waren bereit, nicht nur ihren Namen dafür „herzu-

geben", sondern auch noch für ihre Teilnahme zu bezahlen. Schließlich geht es auch darum, neue Mitarbeiter zu gewinnen. „Wir sind ja so etwas von oberflächlich...": So wirbt etwa die als Automobilzulieferer international agierende KSK Industrielackierungen GmbH aus Geilenkirchen im Rahmen der Kampagne – und beim Siemens-Prüfcenter für Schienenfahrzeuge heißt es: „Im Kreis fahren, damit es vorwärts geht!"

Aufgabe einer Standortmarke müsse es sein, nach innen zu wirken, sagt Marketing-Experte Steinbrecher. Deshalb könne eine regionale Marke bestens über regionale Botschafter Identifikation stiften. Der Wirtschaftsstandort Heinsberg verfüge über viele gute Argumente, etwa die günstigen Gewerbeflächen. „Die großen Neuansiedlungen der vergangenen

Jahre zeigen, dass der Kreis Heinsberg in vielen Bereichen eine clevere Wirtschaftspolitik betreibt", findet Steinbrecher. Axel Wahlen, von der ersten Stunde an Mitarbeiter der WFG, ist das Lob fast unangenehm. „Wir machen hier einfach unsere Arbeit", sagt er. Und das bedeutet auch, die Grenzlage des Kreises nicht als Nachteil zu deuten, sondern in einen Vorteil umzumünzen – zum Beispiel mit der Bezeichnung „Zentrale Speckgürtel-Randlage" für das Flächenangebot. „Wichtig sind natürlich auch kurze Entscheidungswege und überschaubare Strukturen in den Verwaltungen", sagt Wahlen. Das führe zu einem „für Investoren offenen Gesamtklima". Und es wurde der große Bruch verhindert, den viele Menschen nach der Schließung der Steinkohlenzeche Sophia-Jacoba vor 20 Jahren befürchtet hatten.

Destination: Tourismus

Der Erfolg sei nicht in Zahlen auszudrücken, sagt Wahlen. Aber ein Beispiel von vielen zeige, wie effektiv die „Spitze im Westen" funktioniere: So habe sich der Geschäftsführer der Großbäckerei Kamps persönlich an die WFG gewandt, als er auf der Suche nach einem Standort für den neuen Unternehmenssitz gewesen sei. Entscheidungshilfe hätte dabei die selbstironische Art des Standortmarketings geleistet. Im März folgte die Entscheidung, den Kamps-Sitz von Schwalmtal nach Erkelenz zu verlegen und dort einige Millionen Euro zu investieren. Nach seinen positiven Erfahrungen hat der Kreis Heinsberg im vergangenen Mai bekanntgegeben, auch das Thema „Tourismus" mit einer eigenen Destinationsmarke vorantreiben zu wollen. ▶

BAUER WAGNER PRIESMEYER



PATENT- & RECHTSANWÄLTE

Grüner Weg 1
52070 Aachen

www.law.ac

Fon +49 +241 51000200
Fax +49 +241 51000299

e-mail: ip@law.ac

PATENTANWÄLTE

PATENT- UND GEBRAUCHSMUSTERRECHT
DESIGNSCHUTZ
MARKENRECHT
SOFTWARESCHUTZ

Dirk Bauer, Mario Wagner,
Frank Busse, Maximilian Pellengahr

RECHTSANWÄLTE

HANDELS- UND GESELLSCHAFTSRECHT
VERTRAGS- UND LIZENZRECHT
WETTBEWERBSRECHT
ARBEITSRECHT

Thomas Priesmeyer, Fachanwalt für Handels- und
Gesellschaftsrecht;
Tobias Huber, Fachanwalt für Arbeitsrecht

„Heinsberger Land – erfrischend entspannt“ soll diese zweite Marke heißen, die Tagestouristen und Kurzreisende stärker ansprechen möchte.

Der Kreis Düren: Teil der Region Aachen

Der Kreis Düren hat bisher auf eine eigene Standortmarke verzichtet. Zwar hatte RWTH-Professor Daniel Wentzel 2013 bei einem gemeinsam mit der Bezirksregierung veranstalteten Wirtschaftsforum dazu geraten, über eine eigene Marke nachzudenken, doch „der Kreis Düren versteht sich als Teil der Region Aachen“, erklärt Landrat Wolfgang Spelthahn heute: „Wenn wir als Standort landes- und bundesweit oder international wahrgenommen werden möchten, sind wir in diesem Verbund sehr gut aufgehoben.“ Denn wer aus der Distanz auf die Region Aachen mit ihrer verkehrsgünstigen Lage mitten im Herzen Europas aufmerksam werde und sie genauer betrachte, stoße unweigerlich auf den Kreis Düren. „Mit seiner starken mittelständisch geprägten Wirtschaft und seinen hochkarätigen Forschungseinrichtungen trägt er wesentlich zur Profilbildung der Region Aachen bei“, argumentiert Spelthahn. Seit Jahren boome dort außerdem der Tourismus. „Darüber hinaus sind wir als Flächenkreis Standort von zwei Tagebauen und befinden uns mitten in einem spannenden landschaftlichen und strukturellen Wandel, der uns vor Herausforderungen stellt, uns aber auch neue Chancen beschert“, sagt Spelthahn. Mit seinen günstigen Immobilienpreisen und seiner guten Infrastruktur stelle der Kreis ein äußerst attraktives Lebens- und Arbeitsumfeld dar. „Alles das vermarkten wir als Kreis Düren erfolgreich“, betont der Landrat, „denn entgegen früherer Prognosen nimmt unsere Einwohnerzahl nicht ab, sondern zu.“

Ostbelgien: Schluss mit „Dachgeschoss“

Anderswo – jenseits der Landesgrenzen, aber durchaus im Wirkungskreis der Aachener Region – geht es um andere Aspekte. „Wir sind einzigartig“, sagt der Ministerpräsident der Deutschsprachigen Gemeinschaft (DG) Belgiens, Oliver Paasch, mit einer begeisterten Überzeugung, die nicht die Spur von Arroganz in sich trägt. Denn Paasch liefert fast im selben Atemzug die passenden Argumente: In der Region rund um Eupen herum waren die Menschen Spielball historischer Mächte. Der Landteil zählte mal zu Brabant, mal zu Spani-

en und mal zu Österreich, nach dem Wiener Kongress zu Preußen, dann zum Deutschen Kaiserreich, dann wieder zu Belgien. Im Zweiten Weltkrieg wurde die Region von den Nationalsozialisten annektiert, nach dem Krieg wurde sie endgültig Belgien zugeteilt. Dieses Hin-und-Her habe den Ostbelgiern eine einzigartige Mentalität beschert. „Wir rechnen wie die Deutschen und leben wie die Franzosen“,

sagt Paasch. Hinzu kommt die Mehrsprachigkeit. Alles das ver helfe den Menschen der DG zu einer besonderen interkulturellen Kompetenz, die künftig allerdings sehr viel stärker als bisher nach außen kommuniziert werden soll. Deshalb wurde im März die neue Marke „Ostbelgien“ eingeführt, die als neuer Begriff transportieren soll, was das Lebensgefühl der westlichen Nachbarn Deutschlands aus-

NACHGEFRAGT



Foto: P. Nagel

„Wir brauchen keine Dachmarke für die gesamte Region!“

*Dr. Lothar Mahnke,
Geschäftsführer der AGIT Aachener Gesellschaft für
Innovation und Technologietransfer mbH*

WN: Was war vor rund 20 Jahren die Intention, als Sie an der Entwicklung der Marke „Technologieregion Aachen“ beteiligt waren?

Mahnke: Die Absicht dahinter war eindeutig die Neuansiedlung von internationalen Unternehmen, bei denen man mit dieser Marke den entscheidenden Standortvorteil „Technologiepotenzial“ transportieren wollte. Es war nie das Ziel, das zur Dachmarke der doch sehr heterogenen Region Aachen zu machen. Mit der zeitweisen Aufgabenverbreiterung der AGIT hat man dann aber trotzdem genau das versucht – mit überschaubarem Erfolg. Eine Dachmarke für alle Facetten der Region Aachen gibt es nicht – so etwas wird in modernen regionalen Vermarktungskonzepten auch nicht mehr angestrebt.

WN: Warum trägt eine solche Marke aus Ihrer Sicht heute nicht mehr?

Mahnke: Für alle Fragen der Ansiedlung technologieorientierter Unternehmen oder für die Werbung um Studenten und Wissenschaftler funktioniert diese Marke noch sehr gut. Allerdings vermarktet man heute in der Regionalentwicklung einzelne thematisch ausgerichtete Gewerbegebiete, Cluster oder Projekte. Logistikstandorte wie in Heinsberg kann man schlecht mit dem Technologiefaktor vermarkten, wenn Verkehrsinfrastruktur und Arbeitsmarkt die entscheidenden Kriterien sind. Deshalb wird man als Technologieregion bei einer Logistikmesse nur wenig Aufmerksamkeit erzielen.

WN: Was wäre denn eine sinnvolle Alternative?

Mahnke: Auf die Vermarktung der Region als Ganzes zu verzichten und Marken für Teilräume zu entwickeln. Das passiert ja auch: Tourismus in der Eifel, Logistik in Heinsberg und Euskirchen, Technologie auf der Achse Aachen – nördliche Städteregion – Jülich. Wir brauchen keine Dachmarke für die gesamte Region!

WN: Wie lässt sich der Erfolg beim Marketing einer Region messen?

Mahnke: Die Messbarkeit einer Marke ist in der Regionalentwicklung kaum gegeben, weil – anders als bei Produkten in der Werbung – auch ein hoher Bekanntheitsgrad nicht unbedingt dazu führt, dass sich Unternehmen neu ansiedeln. Da spielen die Herausarbeitung der inhaltlichen Standortpotenziale und die richtige Ansprache der Zielgruppen eine sehr viel wichtigere Rolle. Aber zugegeben: Jeden Tag werden in ganz Deutschland große Summen ausgegeben, um überflüssige Flyer, Roll-ups und Videos unter die meist auch noch falschen Leute zu bringen. Die Frage ist, ob man sich daran beteiligen muss...



Foto: Andreas Steindl

|| Was Aachen im Schilder führt: Die an den Autobahnen 4 und 44 positionierte Marke der „Technologieregion“ zielt auf einen starken Teilbereich des IHK-Bezirks ab.

macht: „Mit dieser Marke geben wir nicht nur eine geografische Einordnung, sondern gleichzeitig ein Bekenntnis zu Belgien ab“, sagt Paasch.

Warum ist das nötig? „Wir müssen auf den demografischen Wandel reagieren“, betont der Ministerpräsident: „Derzeit verlassen mehr Menschen den Arbeitsmarkt, als neue hinzukommen. Es ist nicht einfach, qualifizierte Arbeitskräfte zu finden. Und wir sind ein guter Standort für Unternehmen.“ Außerdem: Schluss mit Verwechslungen der DG mit „Dachgeschoss“ oder dem Mode-Unternehmen „Dolce & Gabbana“. Die Marke „Ostbelgien“ für den ländlichen Raum zwischen

Eupen und St. Vith zieht Dutzende von Journalisten in ihren Bann, die sich derzeit im Amtssitz von Oliver Paasch mitten in Eupen die Klinke in die Hand geben: „The Guardian“ war schon da, die „Süddeutsche Zeitung“ und die „Brussels Times“. Das Interesse an der Region mit ihren rund 76.000 Einwohnern wächst, seit die neue Marke gesetzt wurde. Die „Deutsche Wirtschaft“, eine Unternehmerplattform, hat „Ostbelgien“ sogar für den Preis „Innovator des Jahres“ nominiert.

Das neue Logo wurde von besagter Berliner Agentur „Embassy“ mitentwickelt, die bereits die Geburt der Eifel-Marke begleitet hatte. Ein großes, blaues „O“ in der speziell kreierten

Schriftart „Ostbelgien sans“. Spricht man „O“ aus, verstehen Franzosen „eau“ – also Wasser. Dieses Landschaftselement wird durch eine hellblaue geschwungene Linie im oberen Drittel des „O“ symbolisiert. Eine darunter verlaufende grüne Linie soll die Landschaft assoziieren. Jetzt steht die Weiterentwicklung der Marke „Ostbelgien“ auf dem Plan. Dafür will Paasch Unternehmen als Partner gewinnen, um den Standort gezielter bekanntzumachen – im Rahmen von Messen, an Universitäten und bei vielen anderen Gelegenheiten. Für den O-Effekt.

@ <http://marke.eifel.info>
www.spitze-im-westen.de

Thermotransfer-Etikettendruck

Drucksysteme · Fachservice · Ersatzteile
Etiketten · Farbbänder · Continuous InkJet
umfangreiche Lagerhaltung · schneller Lieferservice

alpharoll Ihr Spezialist für Thermotransfer-Etikettendruck
und Automatische Identifikation



alpharoll

Telefon: 02 41/9 03 90 39
info@alpharoll.com

www.alpharoll.com



Foto: © pix4U – Fotolia.com

|| Von Vorteil im Callcenter: Die Software des Aachener Unternehmens „cognesys“, das viel Durchhaltevermögen im Patentverfahren bewiesen hat.

Wenn Siri und Alexa schweigen

Drei Unternehmen aus unserer Region beschreiben ihre Markenentwicklung – auch mit Gegenwind aus USA

VON CONNY STENZEL-ZENNER

Bis aus einer Idee ein Produkt wird und es sich bestenfalls auch als Marke etabliert, ist es häufig ein langer Weg. Wie finden Gründer einen Namen für ihr Unternehmen? Welcher Inhalt steht hinter ihrer Marke? Wie verläuft eine Patentierung? Vor Fragen wie diesen stehen Betriebe sämtlicher Branchen. Drei Unternehmen aus dem Kammerbezirk Aachen haben diese Phase erfolgreich hinter sich gebracht und geben Einblicke in ihre Erfahrungen.

„Als wir uns 2005 selbstständig machten, waren wir damit zu früh.“ Das weiß Dr. Bernd Schönebeck heute. Doch der Aachener Natur-

wissenschaftler bewies mit seinem Unternehmen „cognesys gmbh“ einen langen Atem – und wurde erfolgreich, denn „heute braucht der Markt genau das, was wir anbieten“, sagt Geschäftsführer Schönebeck. Bei seinem Produkt handele es sich um eine Software, die Texte verstehe, dabei aber ohne Schlagwörter auskomme, erklärt er. An der Berliner Humboldt-Universität und an der RWTH Aachen hatte er am Computer begriffliches Denken des Menschen simuliert, bevor er sich vor zwölf Jahren selbstständig machte.

„cognesys“: Acht Jahre vom Provisorium zum Patent

An die Namensfindung für seinen Betrieb kann sich Schönebeck noch genau erinnern: „Wir kamen schnell auf das Kunstwort ‚cog-

nesys‘, das sich aus ‚Genesis‘ und ‚Cognition‘ zusammensetzt.“ Nicht ganz so einfach sei hingegen das Patentverfahren gewesen. „Nachdem wir sofort eine provisorische Patentierung beantragt hatten, die nichts kostet, hat es acht Jahre gedauert, bis wir unsere Idee in Europa und in den USA schützen konnten“, erinnert er sich. Für ihn sei dieser Prozess nur mit Unterstützung eines Anwalts möglich gewesen. „Die Amerikaner fanden immer wieder Einsprüche, um uns die Patentierung zu versagen“, sagt der Naturwissenschaftler.

Mittlerweile sehe das allerdings anders aus: „Da wir jetzt das Patent führen, wird es für die Branchenriesen schwieriger, uns unser Alleinstellungsmerkmal streitig zu machen“, meint Schönebeck. Denn das Einzigartige an der

Spracherkennung seiner Software sei es, dass sie auf der Nachbildung grundlegender Merkmale des menschlichen Sprachverhaltens beruhe. Im ersten Schritt werde die Bedeutung der sprachlichen Eingabe rekonstruiert und diese anschließend auf mögliche Konflikte in der Interpretation überprüft. Am Ende könne die Aachener Software die tatsächliche Bedeutung des Textes erfassen. „Aufgrund unserer Markterfahrung wird es für Mitbewerber schwieriger zu kopieren, was wir machen“, ist sich der Unternehmer sicher.

Auch auf dem hart umkämpften IT-Markt habe der Betrieb seine Position längst gefunden. So komme die Software vor allem in der Kundenbetreuung von Versicherungen und Krankenkassen, in der Reisebranche, im Verlagswesen, bei Zustelldiensten und in der Telekommunikation zur Anwendung. „Nachdem es das Anliegen der Kunden verstanden hat, kann unser Programm eigenständig stimmige Antworten auswählen und in einen automatischen Bearbeitungsprozess überführen“, erklärt Schönebeck. Von Vorteil sei das etwa in Callcentern, wo die Software dabei helfe, auch dann richtige Antworten zu geben, wenn ein Mitarbeiter kein Experte für das Thema sei. Zu den „cognesys“-Kunden zählt auch Vodafone Deutschland. „Die freuen sich, wenn wir Lösungen bieten, die Siri und Alexa nicht leisten können“, sagt Schönebeck.

„JTL“: Wenn's den Namen doppelt gibt
Um dieselbe Zeit herum wie „cognesys“ entstand auch die JTL-Software-GmbH aus Hückelhoven. Schon Ende der 1990er Jahre entwickelten die Brüder Janusch und Thomas Lisson Computerspiele unter dem Namen

„JTL“. Als die beiden 2004 von einem Freund gefragt wurden, ob sie ein Warenwirtschaftssystem für „eBay“ entwickeln könnten, galt dieser Name bereits als gesetzt, erinnert sich Mark Schüpstuhl, der im Betrieb für „Content Marketing und PR“ verantwortlich ist. „Damals ahnte niemand“, sagt er, „dass wir heute mehr als

„Damals ahnte niemand, dass wir einmal mehr als 120 Mitarbeiter an vier Standorten haben würden.“

Mark Schüpstuhl,
Manager Content Marketing und PR
der JTL-Software-GmbH

120 Mitarbeiter an vier Standorten in Hückelhoven, Hürth, Diemelstadt und Halle an der Saale haben würden.“ Doch auch JTL musste zunächst einige bürokratische Hürden überwinden. Seit 2008 ist die Marke in Europa und den USA eingetragen und das Unternehmen in Deutschland als GmbH aufgeführt. Allerdings: „Unseren Namen gab es ein zweites Mal. Deshalb brauchten wir tatsächlich einen Anwalt“, sagt Schüpstuhl. Weil die Brüder aber nachweisen konnten, dass sie „JTL“ schon länger nutzen als der Mitbewerber, durften sie den Namen behalten.

Mittlerweile gehe es dem Unternehmen vielmehr darum, seine Marke zu festigen. Denn das Hauptprodukt ist eine „FreeWare“ und wird also zur kostenlosen Nutzung bereitgestellt.

„Deshalb verkaufen wir weitere Lösungen, die sich an unser Hauptprodukt anbinden lassen“, sagt der PR-Manager. Ziel des Betriebs sei es, mit seiner Software den Versandhandel und hier vor allem Onlineshops zu unterstützen. Das Warenwirtschaftssystem diene Händlern dazu, ihr Sortiment, den Lagerbestand, die Bestellabwicklung, Rechnungen, Mahnungen und Gutschriften unter einen Hut zu bekommen.

„Als wir uns 2005 selbstständig machten, waren wir damit zu früh. Heute braucht der Markt genau das, was wir anbieten.“

Dr. Bernd Schönebeck,
Geschäftsführer der cognesys gmbh

FEG: Mit Netz und doppelter Spitze

Auf eine ähnlich große Erfolgsgeschichte kann die „FEG Textiltechnik Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH“ mit Sitz in Aachen zurückblicken. Das Unternehmen konzipiert und produziert textile Implantate für die Chirurgie. Dass „FEG“ als Abkürzung und ausgeschrieben im Firmennamen stecke, habe an einem Notar gelegen, der bei der Namensgebung im Jahr 1992 eigens darauf bestanden hatte, erinnert sich Geschäftsführer Dr. Boris Obolenski. Der promovierte Maschinenbau-Ingenieur steht heute gemeinsam mit Stefan Schneemelcher an der Spitze des Unternehmens. „Wenn auch unser Firmenname vielleicht nicht eingängig ist, so sind es aber die Namen unserer Produkte, die allesamt mit ‚DynaMesh‘ beginnen“, erklärt Obolenski.

Im Jahr 1992 war es auch, als die Aachener begannen, Implantate für die Hernienchirurgie herzustellen und damit weltweit Erfolg erzielten. FEG stellte Netze aus einem besonders gut verträglichen, flexiblen und anpassungsfähigen Kunststoff her, der sich nach dem Einsetzen in das menschliche Gewebe auch dauerhaft gut dort einfüge. Den Namen „DynaMesh“ hat die Geschäftsführung 2003 schützen lassen. Dabei soll „Dyna“ für „dynamisch“ und

„Mesh“ für die amerikanische Bedeutung eines textilen Implantats stehen. Inzwischen komme das Aachener Produkt auch in der Inkontinenz- und Beckenbodenchirurgie zum Einsatz, erzählt Obolenski, der die Implantate bei zahlreichen Ärzte-Kongressen vorstellt. Heute besteht das FEG-Team aus gut 60 Mitarbeitern, die in Aachen weiterhin forschen, entwickeln und produzieren – um an den Erfolg der Netze anzuknüpfen...

Der Partner für professionelle Medien- und Veranstaltungstechnik

Multimedia-Technik für Präsentation u. Livestream, Ton- und Beschallungsanlagen für Tagungen und Kongresse. Konzerte aller Art, Gala und Dinner-Events mit entsprechender Beleuchtung.

Kontakt und Informationen über uns finden sie unter www.bergrathsiebert.de

BERGRATH & SIEBERT



VERANSTALTUNGSTECHNIK



Ersucher und Erfinder

Wie IHK-Innovationsberater auf dem Weg zum Schutzrecht helfen



Foto: © Sergey Nivens - Fotolia.com

|| Gute Idee: Wer eine hat, kann bei der Industrie- und Handelskammer Aachen erfahren, wie sie sich schützen lässt.

Erfinder tun gut daran, ihre Ideen vor Konkurrenten schützen zu lassen. Doch vor dem ersten Schritt in Richtung Schutzrecht steht die Orientierung. Die Innovationsberater der IHK Aachen helfen Erfindern, Existenzgründern und Unternehmern dabei, die richtige Route zu planen. „Die häufigsten Fragen beziehen sich darauf, wie sich die eigene Idee verwerten lässt und welche Kosten mit der Anmeldung eines gewerblichen Schutzrechts verbunden sind“, erläutert Markus Wolff, der mit seinem Kollegen Thomas Wendland das Duo der IHK-Innovationsberater bildet. Allerdings überspringen diese Fragen den Ausgangspunkt: Kann für jede Idee überhaupt ein gewerbliches Schutzrecht angemeldet werden?

Zumeist können sich Erfinder an folgendem Ablauf orientieren, um vertraulich und sicher ans Ziel zu gelangen. Zum Ersten sollten sie ausschließlich mit einem kleinen, ausgewählten Personenkreis über ihre Idee sprechen und dabei keine wichtigen Details preisgeben. Zum Zweiten sollten sie sich grundlegende Experteninformationen zu einigen Fragen einholen: Ist ihre Idee schützenswert und schützbar? Welches Schutzrecht kommt infrage? Wie lässt sich die Idee verwerten? Wie sieht das weitere Verfahren aus? Wie hoch sind die Kosten? Zum Dritten sollten Erfinder in Eigenregie oder mit professioneller Hilfe recherchieren: Hatte eine andere Person bereits die gleiche Idee? Ist darauf schon ein Schutzrecht angemeldet? Zum Vierten gilt es, sich vertiefende Auskünfte einzuholen. Regelmäßige Patentsprechtag in der gesamten Region ermöglichen ein kostenfreies, individuelles Erstgespräch mit

einem Patentanwalt. Zum Fünften sollten Erfinder ein Schutzrecht selbst oder mit Hilfe eines Patentanwalts anmelden. Zum Sechsten gilt es, eine entsprechende Verwertungsstrategie – selbst oder mit professioneller Unterstützung – weiterzuentwickeln und umzusetzen.

Erfinder erhalten in einer umfassenden Erstberatung der IHK alle nötigen Basis-Informationen. Sie beinhaltet den Kontakt zu regionalen Experten ebenso wie Hinweise auf Recherche-Optionen, aktuelle Patentsprechtag und das Fördermittel „WIPANO“ sowie eine Muster-Geheimhaltungsvereinbarung. „Selbstverständlich überlegen wir bei einer Anfrage auch gleich mit, welche weiteren Aspekte bei der Verwertung zu bedenken sind – etwa eine Existenzgründung oder die Produktentwicklung in Kooperation mit einer Forschungseinrichtung“, sagt Wendland.



www.aachen.ihk.de/innovation (Dok.-Nr.: 2717350)
www.ub.rwth-aachen.de/forschung/patent_und_normenzentrum
www.agit.de („Für Gründer“: „Ideen entwickeln und schützen“)



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



Markus Wolff
Tel.: 0241 4460-239
markus.wolff@aachen.ihk.de

Persönlichkeits- & Kommunikationstraining für Auszubildende



In 2017 präsentiert HorizontWissen erstmalig drei separat buchbare Kompaktseminare für Auszubildende von und mit Businesstrainerin Klaudia Verhagen:

1. Entwicklung der Persönlichkeit

Von Anfang an richtig!

Der Beginn der Ausbildung ist für junge Menschen der erste Berührungspunkt mit dem Berufsleben. In diesem Seminar lernen Auszubildende, soziale Kompetenzen auszubauen und Ihr Erscheinungsbild nach außen, durch einfache Kniffe und Tricks zu optimieren.

2. Kundenorientierte Kommunikation

Kunden durch Professionalität überzeugen!

Egal ob beim persönlichen Kundenkontakt oder am Telefon, Auszubildende beeinflussen von der ersten Sekunde an das Ansehen des Unternehmens. Klaudia Verhagen wird in diesem spannenden Kompaktseminar zeigen, was eine kundenorientierte Kommunikation ausmacht und wo sich die absoluten „No-Go’s“ verbergen.

3. Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern

Beschwerden souverän meistern!

Was passiert, wenn ein verärgertes oder unzufriedener Kunde Ihr Geschäft betritt? Schwierige Situationen erfordern eine hohe Kompetenz und Selbstsicherheit und diese fehlt gerade in der Ausbildung noch. In diesem Seminar erlernen Auszubildende die Erwartungen des Gesprächspartners richtig zu deuten und die negative Einstellung des Kunden in eine positive Richtung zu lenken.

Termine: **Donnerstag, 21.09.2017,**
„Entwicklung der Persönlichkeit“

Donnerstag, 28.09.2017,
„Kundenorientierte Kommunikation“

Donnerstag, 12.10.2017,
„Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern“
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, die Weiterbildung Ihrer Auszubildenden

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.

Ein Angebot aus dem

Ideal im Inselstaat

Warum die IHK vom 15. bis 20. Oktober eine Unternehmerreise nach Indonesien anbietet



Foto: © Warren Goluswain – Fotolia.com

|| Gute Aussichten: Eine von der IHK organisierte Unternehmerreise nach Indonesien offenbart Geschäftschancen für Betriebe verschiedener Branchen.

Könnte sich ein Inselstaat verstecken – Indonesien müsste es sicherlich nicht. Dank einer dynamischen Wirtschaftsentwicklung, zahlreicher Infrastrukturprojekte und seines riesigen Konsumentenmarktes bietet das südostasiatische Schwellenland vielfältige Geschäftschancen. Mit 260 Millionen Menschen steht Indonesien weltweit an vierter Stelle der bevölkerungsreichsten Staaten. Ein sprichwörtlicher Magnet ist die Insel Java, auf der 60 Prozent der gesamten Einwohner Indonesiens leben und den Großteil des Bruttoinlandsprodukts erwirtschaften. Auch das Wirtschaftswachstum von mehr als fünf Prozent ist bemerkenswert. Die Weltbank rechnet auch für die kommenden Jahre mit einem stabilen Wachstum von 5,5 Prozent. Gründe genug für die IHKs aus Aachen und Bonn/Rhein-Sieg, hiesigen Unternehmern gemeinsam eine Erkundungsreise anzubieten, die vom 15. bis 20. Oktober in die Städte Jakarta und Bandung führt.

Dort sollen die Teilnehmer Geschäftsbeziehungen aufbauen und ihren potenziellen Markteintritt vorbereiten. Neben „B2B-Treffen“ und Unternehmensbesuchen stehen Netzwerkveranstaltungen, Symposien und eine Fachmesse auf dem Programm. Daneben klären wirtschaftliche und politische Institutionen über die unternehmerischen Rahmenbedingungen in Indonesien auf.

„Made in Germany“ ist auch hier sehr viel wert

Warum gerade der sogenannte ASEAN-Raum – und Indonesien im Speziellen – für deutsche Investoren interessant ist, verdeutlicht Roland Rohde, Indonesien-Experte bei „Germany Trade & Invest“ in Jakarta, mit Blick auf verschiedene Absatzmärkte: Gegenüber vielen anderen Ländern biete Indonesien eine stabile Konjunktur sowie geringe inländische Konkurrenz und somit hohe Gewinnmargen. Deutsche Zulieferer profitierten in diesem Land, das seinen Bedarf an hochentwickelten Gü-

tern überwiegend aus Importen stille, von dem Ruf „Made in Germany“, der Exporteuren auch in Südostasien vorausseile. Protektionistische Züge und Schwankungen des rechtspolitischen Rahmens existierten zwar weiterhin, doch lasse sich seit 2010 eine deutliche Verbesserung der Investitionsbedingungen für ausländische Betriebe und eine wachsende Privatisierung staatlicher Unternehmen feststellen. Unter Präsident Joko Widodo seien seit 2014 außerdem zahlreiche Konjunkturprogramme und Reformen auf den Weg gebracht worden, deren Wirkung sich nun in einer steigenden Nachfrage für Waren und Dienstleistungen zeige.

Maschinen- und Anlagenbau bietet jede Menge Potenzial

Unter der Leitung der neuen Regierung begann die Umsetzung des „National Medium Term Development Plan“ für die Jahre 2015 bis 2019, der staatliche Investitionen in den Infrastrukturausbau umfasst – etwa den

Bau von insgesamt 1.000 Kilometern Mautstraßen, einer Hochgeschwindigkeitsbahn von Jakarta nach Bandung, 15 neuer Flughäfen und 24 neuer Seehäfen sowie das Großprojekt zur Neugestaltung der Küste Jakartas inklusive einer 32 Kilometer langen Staumauer. Alles das sorgt für einen erhöhten Bedarf an Maschinen und Anlagen. Diejenigen Maschinen, die im Bestand der Lebensmittelverarbeitung und der Textilindustrie zum Einsatz kommen, haben einen hohen Modernisierungsbedarf. Gleichzeitig bauen die Nahrungsmittel-, Automobil-, Chemie- und Elektrobranche ihre Kapazitäten aus. Dem steht eine relativ kleine und wenig innovative Maschinenbaubranche gegenüber, weshalb Indonesien rund 80 Prozent seiner Fertigungstechnologie importiert.

Medizintechnik: 90 Prozent kommen aus dem Ausland

Noch im Jahr seiner Amtseinführung setzte Präsident Widodo die allgemeine Krankenversicherung durch, die heute schon zwei Drittel der Bevölkerung abdeckt und bis zum Jahr 2019 jeden einzelnen Bürger versorgen soll. Dadurch schnellte die Nachfrage für hochentwickelte Medizintechnikprodukte in die Höhe, doch es fehlt an inländischen Zulieferern mit Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. 90 Prozent aller Medikamente und Medizintechnik müssen deshalb importiert werden – und Deutschland zählt zu den wichtigsten

Zulieferern. Für den geplanten Neubau von rund 2.500 Kliniken bedarf es neben hochtechnologischen Geräten auch der entsprechenden Einrichtung wie Krankenhausbetten, IT-Ausstattung oder Baumaterialien.

Umwelttechnik/Energietechnik: Ein Sektor mit hohem Bedarf

Die wirtschaftliche Entwicklung Indonesiens geht mit einem rasant steigenden Stromverbrauch und der Notwendigkeit einer entsprechenden Netzwerkinfrastruktur einher. Um der Energienachfrage gerecht zu werden, setzt die Regierung neben Kohle und Gas derzeit auf erneuerbare Energien, etwa durch den Ausbau von Biomasse- und Biodieselanlagen sowie von Geothermiekraftwerken. Ein bereits funktionierendes „Joint Venture“, in dem malaysische Investoren deutsche Technik nutzen, um indonesische Palmöl-Abfälle zur Energiegewinnung zu nutzen, soll als Vorbild für weitere Projekte dienen. Die besondere geografische Situation eines Staates, der aus vielen Tausend Inseln besteht, erfordert allerdings auch dezentrale Lösungen, um die Energienachfrage zu bedienen. Hierbei spielen Alternativen wie Solar- und Windenergie eine Rolle. Mit stetig wachsendem Ressourcenverbrauch steht der Staat auch in Fragen der Abfallentsorgung vor Herausforderungen, die durch eine innovative Umwelttechnik gemeistert werden müssen.

Die IKT-Branche trifft auf einen wachsenden Markt

Für die Branche der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) ist Indonesien der drittgrößte Markt Asiens. Seine hohe Dynamik zeigt sich daran, dass zwischen 2015 und 2019 die Anzahl der Smartphone-Nutzer auf mehr als 90 Millionen und die Quote der Internet-User auf 60 Prozent der Bevölkerung und damit auf 130 Millionen Menschen steigen soll. Die technischen Bedingungen für einen guten Empfang und schnelle Internetverbindungen müssen allerdings noch angepasst werden. In den Ausbau der IKT-Infrastruktur investieren Regierung und Telekommunikationsgesellschaften deshalb gerade hohe Summen. Bei der Technik muss Indonesien allerdings auch hier auf Importe aus besser entwickelten Märkten zurückgreifen.

Wer erfahren möchte, was ihn bei der Unternehmerreise in Indonesien erwartet, erhält bei der Veranstaltung „Indonesien – Inselstaat mit Perspektive“ am Mittwoch, 7. Juni, von 17 bis 20 Uhr in Bielefeld nähere Informationen.

@ www.aachen.ihk.de
(Dok.-Nr.: 3567538 und 10198125)

i IHK-Ansprechpartner:
Johannes Richter
Tel.: 0241 4460-129
johannes.richter@aachen.ihk.de

Der Langzeitschutz für innen und außen



Sun Firm

- ➔ feuchtigkeitsregulierend
- ➔ deckend
- ➔ flexibel
- ➔ stoß- und kratzfest
- ➔ licht- und wetterbeständig

geeignet für viele Holzarten

Fassaden und Giebelverkleidungen · Türen · Garagentore
Dachuntersichten · Balkone · Zäune · Pergolen
Sicht- und Windblenden

Holz bleibt schön

FARBENFABRIK
OELLERS

Auf der Komm 1-3 · 52457 Aldenhoven/Jülich
Tel. 02464/99060 · www.farbenfabrik-oellers.de



Politik würdigt die familienfreundlichsten Betriebe in Ostbelgien

► Die Konserven- und Senffabrik „Conserverie & Moutarderie“ aus Raeren und der Baustoffhandel ASB mit Sitz in Amel sowie Niederlassungen in weiteren Ortschaften sind als die familienfreundlichsten Unternehmen Ostbelgiens ausgezeichnet worden. Der Preis wurde zum zweiten Mal verliehen und vom föderalen Mittelstandsminister Willy Borsus in St. Vith überreicht. Vergeben wird der Titel vom Forum „Frauenstimmen“ und der Fraktion der liberalen Partei PFF im Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft.

Der Europarat strebt nach mehr Kooperationen

► Die 47 Mitgliedsländer des Europarats wollen künftig ihre Nachbarschaftsbeziehungen stärken und gemeinsame Ziele verfolgen, um dadurch Gewalt und kriegerische Auseinandersetzungen zu vermeiden. Darauf einigten sich die Teilnehmer bei ihrer Konferenz im Kloster Heidberg in Eupen. Schwerpunkt der vom belgischen Gemeinschaftssenator Karl-Heinz Lambertz initiierten Tagung war die „erfolgreiche Territorialreform“. Der Austausch fand in Deutsch, Französisch, Englisch und Russisch statt.

kurz & bündig NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO

Zwölf Partner erhalten den „Grenzinfopunkt Aachen–Eurode“

► Die Träger des „Grenzinfopunkt Aachen–Eurode“ haben den Fortbestand der Einrichtung gesichert. Sie fungiert seit vielen Jahren als eine wichtige Beratungsstelle für „Grenzgänger“ in der Euregio Maas-Rein. Zwölf Partner aus Belgien, Deutschland und den Niederlanden haben deshalb einen neuen, dauerhaften Kooperationsvertrag zur finanziellen

Sicherung unterzeichnet. Beteiligt sind die Euregio Maas-Rhein, der „Eurode Zweckverband“, Ostbelgien, die Gemeinde Gulpen-Wittem, die Gemeinde Vaals, die IHK Aachen, die niederländische Provinz Limburg, der „Region Aachen – Zweckverband“, die Stadt Aachen, die Stadt Maastricht, die „Stadsregio Parkstad Limburg“ und die Städteregion Aachen.

Für die Klassik: „Musikalisches Zentrum“ entsteht in Maastricht

► Das Erbe der klassischen Musik soll an die jüngeren Generationen weitergegeben werden. Zu diesem Zweck planen die Philharmonie Südniederlande, die Provinz Limburg und die Universität Maastricht ein musikalisches Zentrum mit dem Titel „Maastricht Centre for the Innovation of Classical Music“. Finanziert wird das Projekt durch die Provinz, die Stadt Maastricht, weitere öffentliche Institutionen sowie Privatpersonen. Die Eröffnung ist für 2018 geplant.

Die Arbeitslosenquote sinkt in Wallonie und Ostbelgien

► Seit fast drei Jahren geht die Arbeitslosigkeit in der Wallonie kontinuierlich zurück. Ende März betrug der Rückgang gegenüber dem Vorjahr fast vier Prozent. Auch in Ostbelgien sank die Zahl der Arbeitssuchenden: Hier fiel die Arbeitslosenquote von glatten acht auf 7,7 Prozent.

Mehr Fracht in die USA: „FedEx“ investiert am Lütticher Flughafen

► Das weltweit agierende Frachtflugunternehmen „FedEx“ möchte sein Geschäft am Flughafen Bierset auf längere Sicht stärken und sich damit gegen die europäische Konkurrenz behaupten. So sollen vor allem von Europa ausgehende Frachtguttransporte in die Vereinigten Staaten optimiert werden. Im vergangenen Jahr hatte „FedEx“ das Unternehmen „TNT“ übernommen.

„HYPEREGIO“: 30 Partner aus Wirtschaft und Forschung unterstützen grenzüberschreitende Netzwerke

► Unter der Dachmarke „HYPEREGIO“ haben sich 30 euregionale Partner vereint. Sie wollen die Nutzung des innovativen Potenzials in der Euregio Maas-Rhein forcieren. Dabei sollen Netzwerke aufgebaut und stärker gefördert werden. Dazu ist geplant, kleine und mittelständische

Betriebe und Forschungseinrichtungen künftig zielgerichtet zusammenzubringen. Auf deutscher Seite ist die AGIT für das Vorhaben verantwortlich. „HYPEREGIO“ ist die Dachmarke für die drei „Interreg V-A“-EMR-Projekte „EarlyTech“, „BuSyBee“ und „Innovation2Market“.

Planeten-Entdecker: „Time“-Magazin ehrt **Lütticher Astronomen** als Persönlichkeit mit großem Einfluss

► Der Lütticher Astronom Michael Gillon ist vom „Institut d'Astrophysique et Géophysique“ an der Universität Lüttich in die diesjährige Liste der 100 einflussreichsten Persönlichkeiten aufgenommen worden. Damit wird er für seine Entdeckung des Planetensystems „Trappist-1“ gewürdigt. Die Rangliste wurde in der Mai-Ausgabe des Magazins „Time“ veröffentlicht.

Der „Maastricht Aachen Airport“ verhandelt über **neue Flugziele**

► Der neue Direktor des „Maastricht Aachen Airport“, Jos Roven, hat sich vorgenommen, den Flughafen innerhalb von anderthalb Jahren wieder in schwarze Zahlen zu bringen.

Derzeit führe Roven deshalb Gespräche mit vier Fluggesellschaften, mit denen er Verträge schließen möchte, bevor die neuen Flugverbindungen bekanntgegeben werden.

Europa-Experte: **Niederländisch-Limburg profitiert vom „Brexit“**

► Laut Mathieu Seghers, Europa-Experte der Universität Maastricht, wird die niederländische Provinz Limburg vom Ausstieg Großbritanniens aus der EU Nutzen ziehen. Diese These äußerte er gegenüber dem Limburger Radiosender L1. Durch den Ausstieg würden kleinere Verbände wie die Benelux-Länder wieder bedeutender, sagte er. Limburg und die Nachbargrenzregionen könnten dann von ihrer geografischen Lage profitieren.

Outlet-Center Roermond verzeichnet **Besucherrekord**

► Das Roermonder Outlet-Center hat an den vergangenen Ostertagen so viele Besucher empfangen wie noch nie in dieser Zeit. Von Karsamstag bis Ostermontag besuchten etwa 150.000 Kunden vor allem aus Deutschland und Belgien das Center. Auf mehr als 10.000 Quadratmetern hatte sich die Einrichtung im Rahmen der vierten Ausbauphase mit 50 neuen Geschäften erweitert.

Lütticher Team schießt **Porträtfoto der First Lady**

► Das Anfang April veröffentlichte offizielle Portraitfoto der First Lady der USA, Melania Trump, stammt von den Lütticher Fotografen Régine Mahaux und Benoit Mahaux sowie vom Brüsseler Wim van de Genachte. Régine Mahaux sei von Donald Trump bereits während der Präsidentschaftskampagne mit einer Fotoserie beauftragt worden. Anschließend habe Melania Trump das Lütticher Team für eine Fotoserie zur Amtseinführung engagiert. Dabei sind mehr als 7.000 Einzelfotos entstanden, unter anderem das jetzt offizielle Porträtfoto der First Lady.



Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge

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

Planen Sie frühzeitig die Unternehmensnachfolge



In rund 135.000 Unternehmen steht bis 2018 die Regelung der Nachfolge an, schätzt das Institut für Mittelstandsforschung. Weil die Übergabe ein fachlich, menschlich und auch emotional anspruchsvoller Prozess ist, sollte sie rechtzeitig geplant werden. In Kooperation mit ihren Netzwerkpartnern – zum Beispiel den Kammern – unterstützen die Experten der NRW.BANK mit Fokus auf Nordrhein-Westfalen sowohl Unternehmen als Übergeber als auch die mögliche Übernehmerseite.

Steht auch bei Ihnen der Stabwechsel an? Dann gibt es vielfältige Varianten, wie Sie die Nachfolge organisieren und Ihr Unternehmen übertragen können. Das Wichtigste ist: Planen Sie Ihre Nachfolge frühzeitig und lassen Sie sich professionell beraten.

Bei den Fördersprechtagen der NRW.BANK und den Beratertagen bei den Kammern vor Ort beraten die Förderberater der NRW.BANK zu Förderprodukten für konkrete Nachfolgevorhaben. Das Team Finanzierungsbegleitung der NRW.BANK steht Unternehmen als neutraler Sparringspartner mit dem „Blick einer Bank“ zur Verfügung, diskutiert mit Unternehmern, die einen Nachfolger suchen sowie der potenziellen Übernehmerseite erste Lösungsansätze und Fördermöglichkeiten.

Weitere Informationen und Kontaktdaten finden Sie unter www.nrwbank.de/finanzierungsbegleitung und www.nrwbank.de/veranstaltungen



„Medical Magnesium“: RWTH-Ausgründung überzeugt beim weltgrößten Businessplan-Wettbewerb

► Das aus der RWTH Aachen heraus gegründete Start-up-Unternehmen „Medical Magnesium“ hat beim weltweit größten Businessplan-Wettbewerb „RICE“ in Houston den dritten Platz erreicht. Mit der Auszeichnung beim höchstdotierten universitären Wettbewerb seiner Art erhielten die Gründer eine Finanzierung von 700.000 US-Dollar. Darüber

hinaus gewannen die vier RWTH-Absolventen den „Elevator Pitch Contest“. Gegenstand des Unternehmens ist die Entwicklung und Zertifizierung neuartiger Implantate aus Magnesium, die nach einer Frakturheilung in Knochen umgewandelt werden, so dass eine zweite Operation für die Entfernung orthopädischer Implantate entfällt.



Foto: Slyworks Photography

|| „Leicht“ korrigiert: Die Summe von 700.000 US-Dollar erhalten die RWTH-Absolventen Christoph Ptock (v. l.), Florian Coppers, Alexander Kopp und Kilian Reuß für ihre Technologie von „Medical Magnesium“.

20 Minuten für die „Energieflexibilität“: Das FIR sucht Teilnehmer für eine Studie

► Das Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen lädt Produktionsbetriebe zur Teilnahme an einer Studie zur Energieflexibilität ein. Die Online-Umfrage soll 20 Minuten in Anspruch nehmen. Da das Potenzial zur Vermarktung von Energieflexibilität noch nicht hinreichend bekannt ist, sollen die Ergebnisse der Untersuchung

Aufschluss darüber geben, inwiefern Betriebe das Thema in die Produktionsplanung einbeziehen. Bewertet wird die Flexibilität industrieller Anwender mit dezentraler Energieversorgung.

@ www.flaixenergy.de

Für Führungskräfte aus der Euregio: Die FH Aachen informiert über den Studiengang „OpenBordersMBA“

► Mit ihrem Studiengang „OpenBordersMBA“ bietet die FH Aachen einen „Executive MBA“ für Führungskräfte aus der Euregio an. Alle Interessenten können sich bei einer Veranstaltung am Mittwoch, 21. Juni, von 17.30 bis 19.30 Uhr im Hauptgebäude der FH Aachen an der Bayernallee 11 über den Studiengang informieren. Mit zusammengenommen mehr als 100 Jahren Erfahrung in der akademi-

sehen Wirtschaftsausbildung haben die FH Aachen, die „HEC-ULg Liège“ und die „Hasselt University“ ihre Kenntnisse vereint, um mit dem „OpenBordersMBA“ ein mehrsprachiges Angebot zu schaffen. Ziel ist es, Führungskräfte dabei zu unterstützen, auf ihre Erfahrungen aufzubauen und ihre Fähigkeiten speziell mit Blick auf die geografische Lage in der Euregio weiterzuentwickeln. Zugangsvoraus-

setzungen sind mindestens drei Jahre Berufserfahrung als leitender Angestellter, ein anerkannter Master-Abschluss oder ein Äquivalent sowie fließende Englischkenntnisse. Unverbindliche Anmeldungen zur Info-Veranstaltung sind per E-Mail an deutz@fh-aachen.de möglich.

@ www.fhac.de/OpenBordersMBA

CHE-Ranking: FH und RWTH landen in der Spitzenklasse

► Die FH Aachen hat im von der Wochenzeitung „Die ZEIT“ veröffentlichten „CHE-Hochschulranking“ sehr gute Bewertungen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften erhalten. Der Studiengang „Betriebswirtschaft“ erreichte in allen Kategorien der aktuellen Rangliste die Spitzenklasse. Studenten hatten unter anderem den Praxisbezug, die Betreuung durch Lehrende und die Unterstützung im Studium bewertet. Auch die Studiengänge „Wirtschaftsingenieurwesen“ und „Wirtschaftsrecht“ erzielten Top-Ergebnisse. Ersterer überzeugte mit seiner internationalen Ausrichtung und den Angeboten zum Studieneinstieg; Letzterer stach mit dem Kontakt zur Berufspraxis hervor. Unterdessen wurde in der aktuellen Ausgabe des CHE-Rankings auch die RWTH Aachen für ihre Studiengänge „Betriebswirtschaftslehre“ und

„Wirtschaftsingenieurwesen“ positiv bewertet. Besonders erfolgreich war die Aachener Universität beim wichtigsten Indikator: die gesamte Studiensituation. Hierzu vergaben die Studierenden in allen Fächern mindestens die Note „gut“. Eine deutliche Verbesserung erreichte das Wirtschaftsingenieurwesen mit der Fachrichtung „Elektrische Energietechnik“ mit sieben Platzierungen in der Spitzengruppe gegenüber zweien im Vorjahr. Mit mehr als 300 Universitäten und Fachhochschulen, über 2.700 Fachbereichen, mehr als 10.000 Studiengängen und über 30 Fächern ist das CHE-Ranking laut Angaben des „ZEIT“-Verlags die umfassendste und detaillierteste Hochschulrangliste im deutschsprachigen Raum.

@ www.zeit.de/hochschulranking



Die RWTH Aachen erhält 8,8 Millionen Euro für zwei neue Graduiertenkollegs

► Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) hat zwei Anträge der RWTH Aachen bewilligt. Die Hochschule kann zum kommenden Oktober die Graduiertenkollegs mit den Bezeichnungen „UnRAVeL – Uncertainty and Randomness in Algorithms, Verification, and Logic“ sowie „Energy, Entropy, and Dissipative Dynamics“ einrichten. Das Ziel eines Graduiertenkollegs ist die Ausbildung besonders qualifizierter Doktoranden. Hierzu erhält die RWTH für die nächsten viereinhalb Jahre insgesamt 8,8 Millionen Euro.

Jülich ist auf dem Weg zum Superrechner der nächsten Generation

► Das Unternehmen „Intel“ und das Forschungszentrum Jülich haben gemeinsam mit „ParTec“ und „Dell“ eine Kooperation für die gemeinsame Entwicklung und Implementierung eines neuartigen modularen Supercomputersystems beschlossen. Drei der vier Partner hatten in den vergangenen Jahren bereits im Rahmen der EU-Projekte „DEEP“ und „DEEP-ER“ eng zusammengearbeitet. Die jetzt vereinbarte Erweiterung des Jülicher Superrechners „JURECA“ mit einem „Booster“ als zusätzliche, hoch skalierbare Komponente baut auf den Ergebnissen der vorherigen Forschungsprojekte auf.

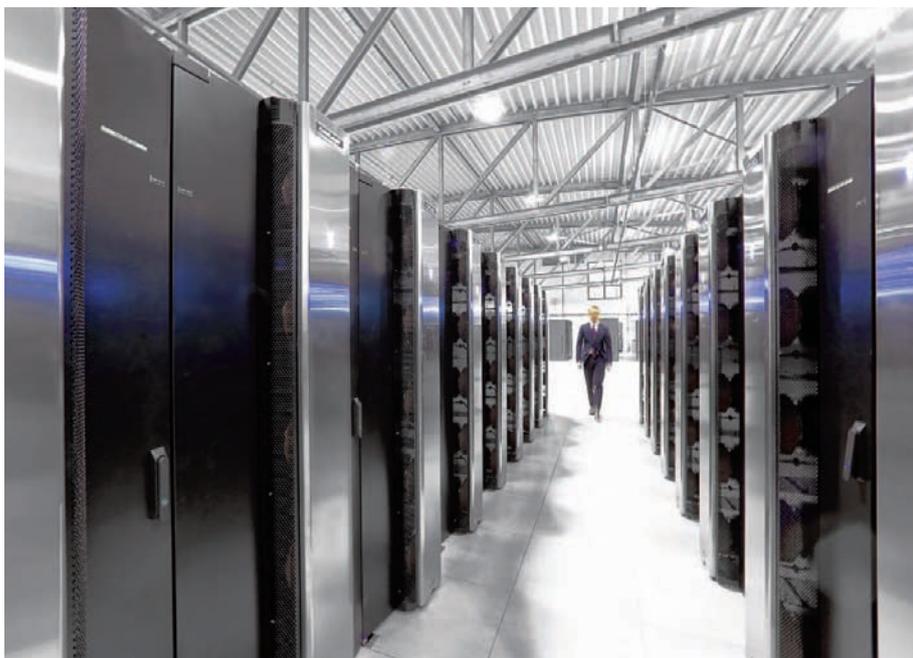


Foto: Forschungszentrum Jülich/Ralf-Uwe Limbach

|| Gangbare Lösung: Der Superrechner „JURECA“ am „Jülich Supercomputing Centre“ erhält neue Kapazitäten.

Mit ihrem „DB Campus 4.0“: Deutsche Bahn wird Mitglied auf „RWTH Aachen Campus“

► Die Deutsche Bahn AG hat sich auf dem „RWTH Aachen Campus“ eingeschrieben. Das zum Betrieb zählende „DB Campus 4.0“-Team soll künftig im Cluster „Smart Logistik“ mitwirken. Dabei sollen die DB-Mitarbeiter das „Center Connected Industry“ verstärken, das im vergangenen Herbst unter der Führung des Forschungsinstituts für Rationalisierung (FIR) e. V. auf dem Campus gegründet worden war. Ziel ist es, die neuen Technologien und Möglichkeiten des „Internets der Dinge“ durch frühzeitige Bewertung und Erprobung in produktiven Nutzen zu überführen.



Schlaun-Wettbewerb für Architektur: Die RWTH belegt zwei erste Plätze

► Die RWTH Aachen hat beim diesjährigen Schlaun-Architekturwettbewerb zwei erste Preise erhalten. Die angehende Architektin Maria Shadrova überzeugte mit ihrer Gestaltung der Montagehalle des ehemaligen Transformatorenherstellers „Garbe, Lahmeyer & Co“. Der Jury gefiel vor allem die Zweiteilung der Halle in „Kreativcampus und Sportarena“: Der Entwurf schaffte es auf den ersten Platz. Zudem hatten sich die künftigen Städteplaner Sarah Wolter und Thomas Klinkhammer mit dem Brache-Areal des ehemaligen Mineralwasserherstellers „Kaiserbrunnen“ vom Talbot-Werk bis hin zur Wurm befasst. Den Studenten ging es vor allem darum, die Vielfältigkeit aufzugreifen und das gemischte Viertel noch lebhafter zu gestalten. Der Schlaun-Wettbewerb lobt jährlich Preise in drei Kategorien aus und ermuntert dabei angehende Architekten, Bauingenieure und Stadtplaner, sich jeweils über ein Gebiet Gedanken zu machen, das bis dato nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit gelegen hat. Am diesjährigen Wettbewerb hatten 42 Hochschulen aus ganz Europa teilgenommen.

„Designetz“ für das Jahr 2035: Die RWTH forscht an Projekt zur Energiewende mit

► Ein Team von 46 Partnern aus Forschung und Entwicklung, Energiewirtschaft und Industrie sollen aus vielen Einzellösungen zur Stromproduktion und -versorgung ein effizientes, sicheres und flexibles Gesamtsystem entwickeln. Das auf vier Jahre angelegte Vorhaben mit dem Namen „Designetz“ findet mit Beteiligung von Wissenschaftlern der RWTH Aachen statt und wird im Rahmen des Förderprogramms „Schaufenster intelligente Energie – Digitale Agenda für die Energiewende“ des Bundeswirtschaftsministeriums mit 30 Millionen Euro unterstützt. Dabei sollen die Bundesländer NRW, Rheinland-Pfalz und das Saarland als Modellregion abbilden, was sich später bundesweit übertragen lassen soll. Sie ist durch Schwerindustrie, aber auch durch städtische Ballungszentren und größere ländliche Gebiete geprägt und soll deshalb als Blaupause für Deutschland dienen. Das RWTH-„Institut für Elektrische Anlagen und Energiewirtschaft“ übernimmt die Leitung des wissenschaftlichen Arbeitspakets mit dem Ziel, das Energiesystem des Jahres 2035 zu modellieren und zu simulieren.

Für Forschung in Katalyse und Kernspinresonanz: RWTH baut Netzwerk mit Universität in Kalifornien aus

► Die RWTH Aachen hat ihre seit 2013 bestehende Zusammenarbeit im Aachen-California Network (ACalNet) mit der University of California in Berkeley, Santa Barbara und Los Angeles bis Ende 2018 verlängert. Bei der Kooperation geht es um Forschung im Bereich

der Katalyse und der Kernspinresonanz. Beteiligt sind auch das Forschungszentrum Jülich und das „CAT-Catalytic Center“ in Aachen. Daneben hat die Zusammenarbeit durch die Bewilligung des dreijährigen IRES-Programms seitens der „National Science Foundation“ der

USA Aufschwung erhalten. Die „International Research Experiences for Students“ ermöglichen es künftig, dass jedes Jahr Doktoranden aus Kalifornien an die RWTH kommen, um dort jeweils zwei Monate lang an einem Forschungsprojekt zu arbeiten.

RWTH eröffnet eine „Business School“

► Die RWTH Aachen hat die „RWTH Business School“ eröffnet. Ziel der neuen Bildungseinrichtung ist es, Führungskräfte optimal auf die kommenden beruflichen Herausforderungen vorzubereiten, die sich aus den schnell voranschreitenden technologiegetriebenen Innovationen ergeben, die etablierte Industrien und deren Prozesslandschaften umwälzen. In Aachen geschehe dies durch ein in Europa bislang einzigartiges Konzept des personalisierten Studiums.

FH Aachen stärkt ihr Engagement in Ostbelgien

► Die FH Aachen und die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Ostbelgiens arbeiten künftig noch enger zusammen. Seit kurzem ist die Hochschule mit einem Büro im Eupener Robert-Schuman-Institut präsent, wo eine FH-Mitarbeiterin als Koordinatorin des Innovationstransfers und der Studienberatung fungiert. Zur engeren Kooperation zählt beispielsweise die Beratung von Unternehmen aus Ostbelgien, die gemeinsame Projekte mit der Hochschule realisieren möchten.

Quantenwissenschaften: RWTH und Forschungszentrum Jülich erhalten eine milliardenschwere Förderung

► Das „QuTech“-Institut in Delft und die „Aachen Jülich Research Alliance“ (JARA) des Forschungszentrums Jülich und der RWTH Aachen haben eine Forschungspartnerschaft geschlossen. Die Kooperation verfolgt das

Ziel, wissenschaftliche und technologische Entwicklungen im Bereich des sogenannten Festkörper-Quantencomputings voranzutreiben. Zudem sollen die Aktivitäten der beteiligten Einrichtungen im Rahmen des geför-

dernten „EU-Flagship“-Programms zur Quantentechnologie gebündelt werden. Das Programm war im vergangenen Mai an den Start gegangen und soll mit einer Milliarde Euro gefördert werden.



Foto: © Scanrail – Fotolia.com



Foto: © Rido – Fotolia.com



Foto: © motorradcbr – Fotolia.com



Foto: © Alexander Raths – Fotolia.com

Zeitarbeit

Anzeigensonderveröffentlichung

Zufrieden in Zeitarbeit

Mit Hilfe welcher Kriterien sich heute ein guter Personaldienstleister erkennen lässt

Die Zeitarbeitsbranche hat noch immer gelegentlich mit einem negativen Image zu kämpfen. Doch zum einen zählt sie mit derzeit mehr als 850.000 Beschäftigten zu einem der bedeutenden Wirtschaftszweige in Deutschland, und zum anderen hat die Branche lange vor der Einführung des Mindestlohns gültige Tarifverträge für ihre Mitarbeiter abgeschlossen. Vor allem aber tragen Personaldienstleister durch ihre flexiblen Beschäftigungsmodelle maßgeblich dazu bei, dass das Arbeitskräftepotenzial hierzulande effektiv genutzt wird, betont die „Gütegemeinschaft Personaldienstleistungen“.

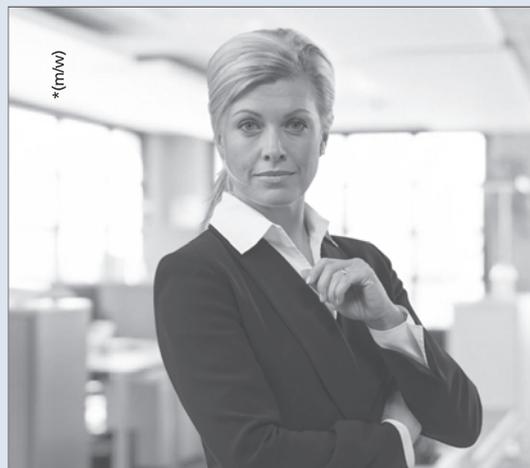
„Zeitarbeit bringt sowohl hochqualifizierte als auch gering- oder nichtqualifizierte Menschen in Beschäftigung und eröffnet ihnen Perspektiven“, sagt Dr. Timm Eifler, Vorsitzender des Gütegemeinschaft Personaldienstleistungen

e.V., ein Zusammenschluss zertifizierter Branchenbetriebe. Laut Eifler hat sich das Qualitätsbewusstsein in der Branche insgesamt sukzessive verbessert. Zudem gebe es für Bewerber einige wichtige Kriterien, anhand derer man die Standards des Personaldienstleisters überprüfen könne. „Der Gesetzgeber macht heute viele Vorgaben – deshalb darf ein Bewerber erwarten, dass er vom Personaldienstleister gut durch diesen Dschungel geleitet wird“, sagt Eifler. Im Bewerbungsverfahren dürften für den Bewerber zudem keinerlei Kosten entstehen. Die Einhaltung der tariflichen Bedingungen sollte selbstverständlich sein, für die Arbeitnehmer dürfe es keinerlei Vertragsstrafen geben. Bewerber können beim Personaldienstleister vor allem eine faire Kommunikation erwarten: Wurden Versprechen eingehalten? Wurde die anvisierte Einsatzdauer eingehalten? Wurden realistische Übernahmechancen beim Kundenbetrieb

kommuniziert? Diese Fragen, sagt Eifler, sollten sich Bewerber nach einem Einsatz stellen. Selbstverständlich sollte ein fairer Umgang in Sachen Bezahlung garantiert sein: „Der Zeitarbeitnehmer darf eine vollständige Lohnabrechnung erwarten. Er sollte alles rund um Lohn und Abzüge plausibel erklärt bekommen.“

Ein guter Personaldienstleister beschreibe dem Bewerber die Stelle beim Kundenbetrieb sehr genau – und habe idealerweise auch Alternativen zur Hand. Das zeige, dass sich der Disponent mit dem Bewerber beschäftigt habe. „Ein anderes wichtiges Thema ist die Weiterbildung. Auch hier sollte ein Bewerber die Initiative des Personaldienstleisters erwarten dürfen.“ Arbeitnehmer seien je nach Qualifikation und Fachkenntnis heute in einer sehr guten Position – und könnten sich den Personaldienstleister ihrer Wahl aussuchen.

(djd)



*(m/w)

Passgenaue Personaldienstleistung im Raum Aachen.

Mit Randstad, Deutschlands führendem Personaldienstleister, haben Sie einen Partner an Ihrer Seite, der Sie mit genau den Mitarbeitern* unterstützt, die Sie brauchen – kompetent, flexibel und kosteneffizient. Egal, ob es um die Vermittlung von qualifiziertem Fach- und Führungspersonal zur Festanstellung geht oder um passendes Personal im Rahmen der Zeitarbeit – Sie können das Suchen uns überlassen.

Namhafte Unternehmen in der Region vertrauen uns bereits und unserer über 40 Jahre langen Branchenerfahrung.

Entscheiden auch Sie sich für Randstad.

Randstad
Holzgraben 17/19, 52062 Aachen
Telefon 0241-445 90 14
www.randstad.de



Beratung und Kontakte: Das 69. „GründerFoyer“ lädt junge Unternehmen nach Euskirchen ein

► Am Donnerstag, 22. Juni, steigt von 18 bis 21 Uhr im Berufsbildungszentrum Euskirchen die 69. Auflage des „GründerFoyers“. Nach einem Vortrag zum Social-Media-Marketing durch AC²-Berater Guido Pelzer aus Baesweiler gewährt Frank Kautz von der Kareitec GmbH aus Mechernich Einblicke in seine Erfahrungen aus der Gründungszeit. Anschließend können die Teilnehmer Geschäftskontakte in persönlichen

Gesprächen und mit Hilfe der Visitenkartenbörse knüpfen. Zudem stehen Gründungsberater und Experten bereit. Weitere Informationen zur Veranstaltung der Initiative „GründerRegion Aachen“ und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es online.

@ www.gruenderregion.de/foyer

Die kleinste Gemeinde in Nordrhein-Westfalen wird „Nordeifel Tourismus“-Gesellschafter

► Dahlem ist als die Gemeinde mit der geringsten Einwohnerzahl und der geringsten Bevölkerungsdichte Nordrhein-Westfalens jetzt der Nordeifel Tourismus GmbH beigetreten. Neben dem Kreis Euskirchen gehören jetzt alle kreisangehörigen Kommunen der Tourismusorganisation für die Region an. Infolge der Zusammenarbeit böten sich für die touristischen Akteure aus dem Gemeindegebiet neue Beteiligungsmöglichkeiten und zusätzliche Chancen, heißt es. Gleichzeitig erweitere „Nordeifel Tourismus“ das eigene Angebot um den Ort Kronenburg mit aktiver Künstlerszene, den Flugplatz Dahlemer Binz samt weiteren touristischen Angeboten im Umfeld sowie den Kronenburger See. Im Gegenzug profitiere die Gemeinde Dahlem künftig von Leistungen in den Bereichen „Außenmarketing“, „Gäste-Information“, „Koordination touristischer Veranstaltungen“ und „betriebliches Qualitätsmanagement“.



Foto: Gemeinde Dahlem

|| Minia-Tour? Das historische Örtchen Kronenburg soll vom Beitritt der Gemeinde Dahlem zur Nordeifel Tourismus GmbH profitieren.

Der „Bildungsscheck NRW“ ermöglicht Arbeitgebern einen Kostenzuschuss zur Weiterbildung

► Arbeitgeber können für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter finanzielle Zuschüsse erhalten. Das ermöglicht der betriebliche „Bildungsscheck NRW“. In diesem Rahmen fördert das Land Nordrhein-Westfalen Betriebe mit bis zu 250 Beschäftigten. Der Bildungsscheck kann jeweils bis zu 500 Euro wert sein und gilt für berufsbezogene Weiterbildungen – etwa Sprach-, Computer- und Kommunikationskurse oder Fachsemina-

re. Die Förderung kommt vom NRW-Arbeitsministerium aus dem Europäischen Sozialfonds. Weitere Informationen auch zu den einzelnen Beratungsstellen gibt es auf der Website von „Region Aachen – Zweckverband“ oder unter Tel.: 0241 9631929.

@ www.regionaachen.de

Noch vier Termine im laufenden Jahr: Touristische Betriebe in Euskirchen können sich beraten lassen

► Der Tourismus besitzt mit einem Jahresbruttoumsatz von 263 Millionen Euro eine hohe regionalwirtschaftliche Bedeutung für den Kreis Euskirchen. Die Nordeifel Tourismus GmbH und die Struktur- und Wirtschaftsförderung des Kreises Euskirchen bieten deshalb wieder Beratungstage für touristische Betriebe an. An den Dienstagen 13. Juni, 5. September, 24. Oktober und 12. Dezember von je-

weils 9 bis 16 Uhr können sich Interessenten im Haus der Nordeifel Tourismus GmbH an der Bahnhofstraße 13 in Kall informieren. Das jeweils etwa 60-minütige Angebot richtet sich an Haus- und Wohnungseigentümer, die Wohnraum an Gäste vermieten möchten, an Hotel-, Restaurant- und Pensionsinhaber, die ihren Betrieb an einen Nachfolger übergeben wollen, an Existenzgründer, die ein Hotel,

eine Pension oder ein Restaurant übernehmen möchten, sowie an bestehende Gastronomie- und Übernachtungsbetriebe, die Beratungsbedarf hinsichtlich Vermarktung, Qualitätsmanagement oder Weiterbildung haben. Interessenten werden um vorherige Anmeldung unter Tel.: 02441 99457-0 oder per E-Mail an info@nordeifel-tourismus.de gebeten.

Carsharing-Station eröffnet im „its Baesweiler“

► Das „Internationale Technologie- und Service-Center“ (its) Baesweiler hat mit dem Aachener Autohaus Thüllen und dem Aachener IT-Unternehmen „fleetbutler“ die erste Carsharing-Station im Baesweiler Gewerbegebiet eröffnet. Das Angebot reicht vom Stadtflyer bis hin zum Transporter und sollen für private und für berufliche Zwecke zu mieten sein. Interessenten können sich im entsprechenden Internetportal anmelden und die „fleetbutler“-App auf ihr Smartphone laden. Die Nutzer sollen dann auf einen Blick sehen können, wann welches der Fahrzeuge verfügbar ist. Die Zahlungen sollen online abgewickelt werden. Erste Betriebe aus dem Gewerbegebiet haben sich laut Angaben von „fleetbutler“ bereits angemeldet.

@ www.its-baesweiler.fleetbutler.de

„AUFBRUCH“: Die Gründermesse steigt am 30. Juni

► Die 15. Auflage der Messe „AUFBRUCH – Das Forum für junge Unternehmen“ der Initiative „GründerRegion Aachen“ findet am Freitag, 30. Juni, von 14 Uhr bis 19 Uhr im Technologiezentrum am Europaplatz in Aachen statt. Die Veranstaltung soll unverbindliche Informationen zur Existenzgründung und Unternehmensführung ebenso ermöglichen wie die Klärung individueller Fragen, den Besuch von Vorträgen und das Knüpfen von Kontakten. Zahlreiche Einrichtungen beraten in den Themenfeldern „Standort und Netzwerke“, „Gründung im Nebenerwerb“, „Marketing“, „Personal“, „Recht und Steuern“ sowie „Finanzierung und Förderung“. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es online.

@ www.gruenderregion.de/aufbruch

Das „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ verlangt zahlreiche Angaben von Großbetrieben

► Das im März in Kraft getretene „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ verpflichtet zahlreiche Betriebe zur Berichterstattung über ihre nichtfinanziellen Tätigkeiten. Betroffen sind große, kapitalmarktorientierte Unternehmen, die jährlich im Durchschnitt mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen. Für Geschäftsjahre,

die nach dem 31. Dezember 2016 begonnen haben, sind verschiedene Angaben in den Lagebericht oder in einen gesonderten Bericht aufzunehmen. Dazu zählt eine Beschreibung des Geschäftsmodells sowie die Angabe sämtlicher Aspekte zu Umwelt, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschen-

rechte und zur Bekämpfung von Korruption beziehungsweise Bestechung. Des Weiteren müssen die Betriebe beschreiben, welche Konzepte sie hierzu verfolgen, welche Ergebnisse sie hervorrufen, welche Risiken sie im Wesentlichen bergen und wie deren Handhabung aussieht.

REGINA-Vorstand konstituiert sich neu: Hajo Noerenberg übernimmt den Vorstandsvorsitz

► Der „Regionale Industrieclub Informatik Aachen“ (REGINA) e.V. hat seinen Vorstand verjüngt. Zum neuen Vorstandsvorsitzenden wurde Hajo Noerenberg als geschäftsführender Gesellschafter der Bauer + Kirch GmbH gewählt. Er übernimmt das Amt von Dr. Hans Röllinger, der als Aufsichtsrat der SOPTIM AG Vorstandsmitglied bleibt. Neu im Vorstand

sind Iris Wilhelmi, Geschäftsführerin des „digitalHUB Aachen e.V.“, und Professor Dr. Martin Wolf, Leiter des Labors für IT-Organisation und -Management der FH Aachen. Sie lösen die langjährigen Vorstandsmitglieder Rolf Geisen (Alabon GmbH) und Jürgen Mansfeld (ehemaliger Geschäftsführer der DSA GmbH) ab, die nicht wieder zur Wahl

antraten. Michael E. Wallrath als Geschäftsführer der Axino Solutions GmbH und Professor Dr. Stefan Kowalewski vom Lehrstuhl für Informatik 11 (Software für eingebettete Systeme) der RWTH Aachen wurden als stellvertretende Vorsitzende gewählt. Zum REGINA-Vorstand zählt auch IHK-Geschäftsführerin Anke Schweda.

**WIR PLANEN
UND BAUEN FÜR SIE
GEWERBEBAUTEN.**

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

GRONAU
WIR PLANEN. WIR BAUEN.

GRONAU GMBH & CO. KG Friedrich-List-Allee 61, 41844 Wegberg,
T 02432 93302-0, info@gronau-bau.de, www.gronau-bau.de

► JUBILÄEN – 25 JAHRE

- EcoTec Verfahrenstechnik GmbH, Aachen
- WKI Absaugtechnik GmbH, Stolberg
- Heike Gerster, Geilenkirchen
- Hans-Joseph Wilms, Titz

Frettnet network expandiert ins In- und Ausland

► **Aachen/Landgraaf.** Die Frettnet network GmbH hat im niederländischen Landgraaf ihr erstes internationales Tochterunternehmen gegründet. Von der Frettnet international B.V. ausgehend, sollen künftig die ausländischen Kunden betreut werden. Außerdem eröffnet der Aachener Betrieb eine Niederlassung in Großwallstadt im Rhein-Main-Gebiet. Vor zwei Jahren war das Personalberatungsunternehmen in Aachen gegründet worden.



Wir sind die Alternative...

Der Brief- und Paketdienst Aachen-Düren-Heinsberg ist ein regionaler, privater Postdienst mit einer hohen Logistik-Expertise. Mit uns verschicken Sie zuverlässig und preiswert Ihre Briefe und Pakete.

BRIEF- UND PAKETDIENST
Aachen | Düren | Heinsberg

Wir machen Ihnen gerne ein unverbindliches Angebot
Telefon: 0241 / 5101-201
E-Mail: service@eu regio-boten.de

- Flexible Abholung und sorgfältige Zustellung Ihrer Post
- Keine Vertragsbindung
- Faire und transparente Preise

Ein Unternehmen aus dem
MEDIENHAUS
AACHEN

Euregio MH Boten GmbH
Dresdener Straße 3,
52068 Aachen
www.euregio-boten.de

„Superbrands“: Lambertz zählt zu Deutschlands stärksten Marken



Foto: Agentur Baganz

► Lambertz-Alleingesellschafter Hermann Bülbecker erhält die diesjährige „Superbrands“-Auszeichnung.

► **Aachen.** Die Firma Lambertz gehört zu den 100 besten und stärksten Marken in Deutschland. Das verkündete die Jury bei der Auszeichnung der Top 100 „Superbrands“. Die Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG ist einer der beiden Preisträger im Bereich Süßwaren. Daneben wurden Marken wie BACARDI, Chiquita und die Deutsche Welthungerhilfe geehrt. Dafür wurden in einem standardisierten Verfahren die stärksten Produkt- und Unternehmensmarken in mehr als 88 Ländern ausgewählt.

VR-Bank – Region Aachen steigert die Bilanzsumme

► **Würselen.** Die VR-Bank eG – Region Aachen hat ihre Bilanzsumme im Geschäftsjahr 2016 um 38 Millionen Euro auf 1,347 Milliarden Euro verbessert. Das berichtet die Aachener Zeitung. Die Summe des betreuten Kundenvolumens wuchs demnach um 33 Millionen Euro auf 2,457 Milliarden Euro, und die Kundeneinlagen erhöhten sich um 38 Millionen Euro auf 1,098 Milliarden Euro. Das Kreditgeschäft blieb mit 759 Millionen Euro stabil. Der Überschuss der normalen Geschäftstätigkeit liegt bei 8,3 Millionen Euro. Die größte Genossenschaftsbank in der Region Aachen beschäftigte zum Bilanzstichtag 285 Mitarbeiter – davon 32 Auszubildende – an insgesamt 35 Standorten.

AVV registriert drei Millionen mehr Bus- und Bahnfahrten

► **Aachen.** Die Aachener Verkehrsverbund GmbH (AVV) und die ihn ihm zusammengeschlossenen Verkehrsbetriebe haben im vergangenen Jahr Rekorde beim Fahrgastaufkommen und bei den Einnahmen erzielt. 2016 hatten die Fahrgäste 107,7 Millionen Fahrten mit Tickets des AVV-Tarifs in Bussen und Bahnen unternommen. Im Vergleich zum Vorjahr sind das drei Millionen beziehungsweise 2,9 Prozent mehr. Die Einnahmen der Verkehrsunternehmen stiegen um 1,2 Millionen Euro auf 97,7 Millionen Euro, was einem Umsatzplus von vier Prozent entspricht. Unterdessen werde das „Job-Ticket“ mit monatlich knapp 15.700 Fahrgästen weiter rege nachgefragt.

Großkunde kauft StreetScooter-Fahrzeuge – zum Vorteil des Laser Bearbeitungs- und Beratungszentrums

► **Bremerhaven/Aachen/Geilenkirchen.** Die Deutsche Post AG hat für ihren in Aachen entwickelten und produzierten Elektro-Lieferwagen „StreetScooter“ einen Großkunden gefunden. Das geht aus einem Bericht der Aachener Zeitung hervor. Demzufolge will der Fischgroßhändler „Deutsche See“ insgesamt 80 Fahrzeuge erwerben. Speziell für „Deutsche See“ soll das „StreetScooter“-Modell erstmals mit einem Kühlkoffer ausgestattet werden, der bis zu 680 Kilo frische Ware fasst. Die Deutsche Post hatte zuvor bereits angekündigt, die Produktions-

kapazität für ihren Elektro-Lieferwagen noch in diesem Jahr auf bis zu 20.000 Stück zu verdoppeln. Von der Erfolgsgeschichte des „StreetScooters“ profitiert auch die „LBBZ Laser Bearbeitungs- und Beratungszentrum NRW GmbH“, wo die komplette Karosserie des E-Mobils entsteht. Nachdem im vergangenen Jahr eine neue Produktionshalle mit rund 3.000 Quadratmetern zusätzlicher Fläche entstanden war, ist für kommenden Sommer der Baubeginn für ein weiteres, 5.000 Quadratmeter großes Gebäude geplant.

„Smart Market Square“: LANCOM Systems und Dialago werden Forschungspartner

► **Würselen/Aachen.** Die LANCOM Systems GmbH nimmt ab sofort am Forschungsprojekt „Smart Market Square“ teil. Ziel dessen ist es, bewährte Strategien des Onlinehandels auf den niedergelassenen Handel zu übertragen. Dafür sollen datenbasierte Mehrwertdienste und Apps entwickelt werden, die im innerstädtischen Raum ein digitales Einkaufserlebnis für den Nutzer schaffen und zur Kundenbindung beitragen. Als Hersteller von Netzwerklösungen trägt der Betrieb aus Würselen mit Infrastrukturgrundlagen wie „Location-Based Services“ oder WLAN-Hotspots zum Projekt bei. Neben LANCOM Systems sind die Dialago AG aus Aachen, die Uni Duisburg-Essen, die Westfälische Wilhelms-Universität Münster und die Universität Paderborn als Partner beteiligt. Das Bundesforschungsministerium fördert „Smart Market Square“ mit insgesamt 1,7 Millionen Euro.

Studie: Heimbach ist bundesbestener Ausbilder in der Textilindustrie

► **Düren.** Die Heimbach GmbH & Co. KG zählt laut einer Untersuchung des Wirtschaftsmagazins „Focus Money“ zu den besten Ausbildungsbetrieben in Deutschland. Die Zeitschrift hatte die 5.000 umsatzstärksten deutschen Unternehmen auf die Qualität ihrer Ausbildung hin getestet. Im „Ausbildungsatlas für Deutschland“ mit den besten Lehtbetrieben aus mehr als 50 Branchen belegt Heimbach im Bereich der Textilindustrie mit der Höchstpunktzahl von 100 Punkten bundesweit den ersten Platz. Aktuell werden am Standort Düren 27 Azubis in sieben verschiedenen Berufsbildern ausgebildet. Darüber hinaus studieren vier junge Menschen neben ihrer betrieblichen Ausbildung in den Studiengängen Papiertechnik, „Textile Technologien“ und Betriebswirtschaftslehre.

Für den weltweit größten Rollen-Offset-Druck: Kraft-Schlötels investiert 40 Millionen Euro in Standort Wassenberg

► **Wassenberg.** Die Kraft-Schlötels GmbH investiert 40 Millionen Euro in ihren Standort. Laut einem Bericht der Heinsberger Nachrichten hat das Unternehmen bereits zwei neue Druckmaschinen angeschafft. Damit stehen nun die beiden größten Rollen-Offset-Druckmaschinen der Welt in Wassenberg. Zudem entstehe derzeit neben dem Produk-

tionsgebäude ein modernes, vollautomatisch betriebenes Hochregallager. Das Gebäude, das einem betriebseigenen Logistikzentrum nahekommt, soll Platz für etwa 10.200 gepackte Paletten bieten. Ziel der Großinvestition der WKS-Gruppe sei unter anderem die Effizienzsteigerung des Produktionsstandorts.

ZERTIFIZIERUNG

**Aufbau und Pflege von
Managementsystemen**
z.B.
ISO 9001



QM-BERATUNG
Karl-Heinz Menten

- Qualitätsmanagement
- Umweltmanagement
- Energiemanagement
- Arbeitssicherheit
- Fördermittelbeschaffung

QM-Beratung Tel.: 0 24 07 - 1 81 91
Karl-Heinz Menten Fax: 0 24 07 - 91 61 19
An Gut Forensberg 39 info@qm-beratung-menten.de
52134 Herzogenrath www.qm-beratung-menten.de

Forderungsmanagement

Versprochen ist versprochen und wird doch gebrochen.

Immer häufiger werden Zahlungsverprechen gebrochen. Wir sorgen dafür, dass Sie schneller an Ihr Geld kommen. Für mehr werthaltiges Geschäft – national wie international.

Regional verankert,
weltweit an Ihrer Seite.



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



„VORTEIL AACHen-DürEN“: Marx-Gruppe kooperiert mit „low-tec“ zur Flüchtlingsintegration

► **Düren.** Die Marx-Gruppe fördert künftig das Projekt „VORTEIL AACHen-DürEN“ und arbeitet dafür mit der „low-tec gemeinnützige Arbeitsmarktförderungsgesellschaft Düren

mbH“ zusammen. Die Initiative unterstützt junge Flüchtlinge mit Hilfe von Betriebserkundungen und Praktika bei der Integration in den Arbeits- und Ausbildungsmarkt. Vor der

Kooperation hatte die Marx-Gruppe bereits im vergangenen Herbst einen Flüchtling aus dem low-tec-Projekt in ein Ausbildungsverhältnis zum Industriemechaniker übernommen.

Kundenservice: Studie der „WirtschaftsWoche“ ordnet AachenMünchener bei den Branchenbesten ein

► **Aachen.** Die AachenMünchener zählt mit Blick auf den Kundenservice zu den besten Vertretern der Versicherungsbranche. Zu diesem Ergebnis sind die Marktforscher von „ServiceValue“ bei einer Befragung in Kooperation mit dem Finanzmagazin „WirtschaftsWoche“ gelangt. In der Kategorie „Zentraler Kundenservice“ gehört die AachenMünchener

zu den drei Bestplatzierten. Im Rahmen der Studie „Zentraler Verbraucher-Service in Deutschland“ waren mehr als 52.000 Kunden von insgesamt 31 Versicherern befragt worden. Bei der Untersuchung ging es unter anderem um eine Einschätzung des Kontakts über Telefon, E-Mail, Chat und andere Angebote.



Foto: CompuCare

Out of Office

- 1.) Ich bin Unternehmer, weil...**
mein Schicksal mich vor knapp 25 Jahren da hingeführt hat. ;) Glücklicherweise: Denn so kann ich meine speziellen IT-Kenntnisse deutlich facettenreicher als im Angestelltenverhältnis anwenden und meine verschiedenen Fähigkeiten in immer wieder neue Projekte einbringen.
- 2.) Mein größtes Erfolgserlebnis hatte ich...**
bei einem Tandemsprung im Jahr 2012. Es hat mich selbst erstaunt, keinerlei Höhenangst gehabt zu haben. Und der freie Fall aus vier Kilometern Höhe war wirklich ein unglaubliches Erlebnis.
- 3.) Wen ich gerne mal treffen würde - und warum:**
Eckhart Tolle. Er ist wohl einer der größten spirituellen Lehrer unserer Zeit.
- 4.) Auf diese geniale Erfindung wäre ich gern selbst gekommen:**
Der 3-D-Drucker. Diese Technologie verändert die industrielle Fertigung von Grund auf - und damit auch Geschäftsmodelle und Märkte: Es wird nicht mehr lange dauern, bis viele von uns zu Hause selbst Ersatzteile produzieren!
- 5.) Dieses Album landet immer wieder in meinem CD-Spieler:**
„Just One Night“ von Eric Clapton. Er gehört einfach zu den besten Blues- und Rock-Gitarristen der Welt. Oft begleite ich seine Musik selbst auf meiner Ibanez ST300 - einem echten Sammlerstück!
- 6.) Und das ist meine Vorstellung von Glück:**
In den Herausforderungen des Lebens einen Sinn zu erkennen und sie annehmen zu können.

Ralf Junglas ist seit 1993 Inhaber von CompuCare in Aachen. Der Diplom-Volkswirt programmiert Speziallösungen in Office für mittelständische Betriebe und Großunternehmen und schult als IT-Trainer Personal in der Software-Anwendung.



IHK LEHRSTELLEN BÖRSE

„The Curve“: Babor investiert 20 Millionen Euro in einen Neubau-Entwurf der K2-Architekten

► **Aachen.** Die Dr. Babor GmbH & Co. KG hat mit den Vorbereitungen für ihr neues Hauptquartier „The Curve“ begonnen. Das von dem Aachener Architekturbüro K2 GmbH entworfene Gebäude soll rund 20 Millionen Euro kosten und gilt laut Aachener Zeitung als die größte Einzelinvestition in der Geschichte des Familienunternehmens, das seit Mitte der 1960er Jahre in Aachen ansässig ist und heute in der dritten Generation geführt wird. Der Neubau mit mehr als 5.000 Quadratmeter Nutzfläche soll 150 moderne Büroarbeitsplätze beherbergen und bis August 2018 fertiggestellt sein. Der Umsatz des Unternehmens hatte sich dem Bericht zufolge in den vergangenen zehn Jahren nahezu verdoppelt, und die Zahl der Mitarbeiter stieg allein



Grafik: Dr. Babor GmbH & Co. KG

|| Mit viel Schwung: Das neue Babor-Hauptquartier „The Curve“ soll 150 Büroarbeitsplätze auf einer Fläche von mehr als 5.000 Quadratmetern unterbringen.

zwischen 2012 und 2016 um fast ein Drittel. Jahr 2020 soll diese Zahl auf rund 450 wachsen. Bis zum

App zur Einsicht von Produktionsdaten: GRP erhält IT-Innovationspreis der „Initiative Mittelstand“

► **Aachen.** Die App „GRP-Mobil“ der GRP GmbH & Co. KG aus Aachen ist mit dem „Innovationspreis – IT 2017“ ausgezeichnet worden. Im vergangenen Jahr hatte das Unternehmen die App auf den Markt gebracht, mit der sich sämtliche Daten industrieller Produktionen mobil

einsehen lassen. So werden etwa Diagramme, die wichtigsten Kennzahlen oder ein Überblick über die Maschinen angezeigt. Der Innovationspreis wird von der „Initiative Mittelstand“ jährlich verliehen. Bereits 2016 war die GRP-App mit der Auszeichnung gewürdigt worden.

„Deutschland Test“ und „Focus Money“: Zentis zählt zu den bundesweit besten Ausbildungsbetrieben

► **Aachen.** Die Zentis GmbH & Co. KG gehört zum zweiten Mal in Folge zu den besten Ausbildungsbetrieben in Deutschland. Das hat eine unabhängige Untersuchung im Auftrag von „Deutschland Test“ und „Focus Money“ ergeben. Dabei standen laut einem Bericht der Aachener Zeitung unter anderem der Ausbildungserfolg sowie die Betreuung

und Förderung der Auszubildenden auf dem Prüfstand. Bewertet wurden rund 5.000 der mitarbeiterstärksten Betriebe aus 53 Branchen. 413 Unternehmen, darunter der Aachener Süßwarenhersteller, erhielten das entsprechende Siegel. Derzeit lernen bei Zentis 34 Azubis in insgesamt zehn Ausbildungsberufen. Darüber hinaus ist das Unterneh-

men für seine intensive Qualitätspolitik vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft in Berlin mit dem Bundesehrenpreis ausgezeichnet worden. Der Preis ist die höchste Ehrung, mit der ein Unternehmen der deutschen Ernährungswirtschaft für seine Qualitätsleistungen ausgezeichnet werden kann.

WWM gilt als „Hidden Champion des Mittelstands“

► **Monschau.** Die WWM GmbH & Co. KG ist mit dem Award „Hidden Champion des Mittelstands“ ausgezeichnet worden. Den Titel erhielt das Unternehmen für Messedesign und -bau mit Sitz in Monschau im Rahmen der Buchvorstellung „Hidden Champions des Mittelstands – Mit Sympathie zur Exzellenz“. Im vierten Band der Reihe geht es um Betriebe, die sich kontinuierlich weiterentwickeln und dabei Kunden begeistern, Mitarbeiter motivieren und finanziell erfolgreich sind. Autor Dr. Dr. Cay von Fournier fokussiert dabei den seiner Ansicht nach vernachlässigten Erfolgsfaktor der Sympathie. Anhand von zwölf Faktoren zeigt er auf, wie Sympathie messbar und zu einem Teil der Unternehmensstrategie werden kann. Dazu werden mehrere Betriebe porträtiert.

GKD gewinnt internationalen Innovationspreis

► **Düren.** Zum zweiten Mal in drei Jahren hat die GKD – GEBR. KUFFE-RATH AG mit dem „AFS New Product of the Year Award“ einen der renommiertesten Innovationspreise für Filtermedien gewonnen. Die internationale Vereinigung „American Filtration & Separation Society“ vergibt den Preis jährlich an die weltweit bedeutendste Produktneueheit. Als bestes Produkt des Jahres 2016 wurde das Porometric-Gewebe von GKD ausgezeichnet. Laut Angaben des Unternehmens bietet es durch seine Bindung Effizienz- und Preisvorteile in der Wasserfiltration und der Exploration von Öl und Gas. In der Praxis steigere das Gewebe den Durchfluss um ein Vielfaches im Vergleich zu anderen Filtermedien. Zum Einsatz kommt das Gewebe etwa in Pipelines zur Gas- und Ölförderung.



Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com



Foto: © goodluz – Fotolia.com



Foto: © epr – AKAD



Foto: © Fotowerk – Fotolia.com

Arbeitsrecht

Anzeigensonderrveröffentlichung

Wenn der Mitarbeiter von Vollzeit auf Teilzeit wechselt...

... muss ihn der Arbeitgeber nicht über negative Auswirkungen auf die betriebliche Altersversorgung informieren

Wechselt ein Arbeitnehmer von Vollzeit- in Teilzeitbeschäftigung, muss der Arbeitgeber den Mitarbeiter nicht über die negativen Folgen auf die betriebliche Altersversorgung aufklären. So weit geht seine Fürsorgepflicht nicht. Umgekehrt ist er auch nicht dazu berechtigt, dem Arbeitnehmer die Teilzeit auszureden. Die Arbeitsgemeinschaft Arbeitsrecht des Deutschen Anwaltvereins (DAV) informiert über eine Entscheidung des Landesarbeitsgerichts Nürnberg vom 21. Dezember 2015 (AZ: 3 Sa 249/15).

In dem zugrundeliegenden Fall arbeitete ein Mann bis zum 31. August 2012 als kaufmännischer Ausbildungsberater bei seinem Arbeitgeber. Von 1980 bis 2004 war der Mann in Vollzeit und ab März 2004 in Teilzeit zu 50 Prozent beschäftigt. Insgesamt hatte er damit 281 Monate in Vollzeit und 102 Monate in Teilzeit gearbeitet. 1990 sagte ihm sein Arbeitgeber eine betriebliche Zusatzversorgung zu. Demzufolge sollte er ab dem 65. Lebensjahr Versorgungsbezüge in Höhe von 75 Prozent des letzten Gehalts unter Anrechnung der Altersrente erhalten. Mit hin handelte es sich also um eine betriebliche Aufstockung der staatlichen Rente. Seit 1998 gibt es eine Regelung, laut der bei Renteneintritt vor dem 65. Lebensjahr eine Staffelung vorgenommen wird. Dabei wird auch das Einkommen der letzten drei Jahre, also auch sein Teilzeiteinkommen im Verhältnis zum Vollzeiteinkommen berücksichtigt.

Nachdem der Mann zum 1. September 2012 mit 63 Jahren in den Ruhestand gegangen war, erhielt er unter Berücksichtigung der Teilzeit 73 Prozent. Der Mann fühlte sich benachteiligt und meinte, einen ungekürzten Anspruch zu besitzen. Er klagte auf einen weiteren Zuschuss in Höhe von insgesamt 8.900 Euro für den Zeitraum bis zur Vollendung des 65. Lebensjahres. Schließlich habe er nahezu zwei Drittel seiner Tätigkeit in Vollzeit gearbeitet. Die Klage war jedoch erfolglos. Der Arbeitgeber habe eine Kürzung für Teilzeitarbeitnehmer vornehmen dürfen. Andernfalls käme es zu einer „Übersorgung“. Von einer solchen sei dann auszugehen, wenn der ehemalige Mitarbeiter mit dem Ruhegehalt insgesamt mehr erhalte, als er zuletzt verdient habe. Dies wäre in diesem Fall gegeben gewesen. Auch sei der Arbeitgeber nicht dazu verpflichtet, seinen Mitarbeiter über die nachteiligen Folgen einer von ihm beantragten Teilzeit aufzuklären. Er könne vielmehr davon ausgehen, dass sich der betroffene Mitarbeiter selbst intensiv mit den Auswirkungen beschäftigt habe. Über die Regelung habe man auch in einer Betriebsversammlung aufgeklärt. Die Fürsorgepflicht des Arbeitgebers führe nicht dazu, dass er ohne erkennbaren Anlass den betroffenen Mitarbeiter darüber informieren müsse.

(Deutscher Anwaltverein)

STIEVE · NEIKES & COLL.
DIE SOZIENTÄT DER FACHANWÄLTE



- Dr. Ulrich Noll ^{1,2}
- Torsten Buchmann ^{1,4}
- Dr. Sascha Kaiser
- Michael Baatz
- Eugen Becker ⁶
- Hermann L. Neikes ^{1,3,5,7}
- Dr. Gerhard Zipfel ^(†2016)
- Dr. Friedrich Stieve ^(bis 2010)

- ¹ zugl. Fachanwalt für Arbeitsrecht
- ² zugl. Fachanwalt für Familienrecht
- ³ zugl. Fachanwalt für Erbrecht
- ⁴ zugl. Fachanwalt für Miet- und Wohnungseigentumsrecht
- ⁵ zugl. Fachanwalt für Sozialrecht
- ⁶ angestellter Rechtsanwalt
- ⁷ freier Mitarbeiter

Arbeitsrecht

„Erfahrene Juristen bezeugen, dass es vor Gericht von Vorteil sein kann, wenn man im Recht ist.“ (Graham Chapman)



Dr. Ulrich Noll



Hermann Leo Neikes



Torsten Buchmann

Freiheitsplatz 6 · 41812 Erkelenz
Telefon: 0 24 31 / 40 77 · Telefax: 0 24 31 / 7 54 45
E-Mail: rae@stieve-neikes.de · Web: www.stieve-neikes.de

Industrie- und Handelskammer
Aachen

Weiterbildungs- veranstaltungen

Ausbildung

06.07.2017	Generation Y und die Folgen für die Ausbildung	280 Euro
------------	--	----------

Kommunikation - Rhetorik

12.06.2017	Richtiger Umgang mit schwierigen Menschen	289 Euro
14.06.2017	Berührungängste abbauen – Telefontraining für Auszubildende und junge Erwachsene	240 Euro
26.06.2017	Teammeetings auf den Punkt gebracht: Erfolgreich moderieren, präsentieren und visualisieren	289 Euro

Mitarbeiterführung

21.06.2017	Mitarbeiterführung III: Überzeugen im Gespräch	470 Euro
26.06.2017	Basiskompetenz Führung	580 Euro

Ausbildung

17.06.2017	Projektmanager – Lehrgang mit IHK-Zertifikat	1.650 Euro
------------	--	------------

Ausbildung

20.06.2017	Wieviel ist (m)ein Unternehmen wert? Grundlagen der Unternehmensbewertung	289 Euro
------------	---	----------

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

Generation Y und die Folgen für die Ausbildung

Jung und Alt gemeinsam am Arbeitsplatz: Funktioniert das überhaupt noch? Was hat sich in den vergangenen Jahren im Lauf der Generationen verändert? Was charakterisiert die junge Generation der Auszubildenden von heute? Wie lässt sich die Ausbildung so gestalten und organisieren, dass die „Generation Y“ und die nachfolgende „Generation Z“ gut in die Betriebe integriert werden können? Das Praxisseminar zeigt, was junge Menschen heute beschäftigt. Die Teilnehmer können daraus Handlungsalternativen für die eigene Ausbildung ableiten – zur Entwicklung neuer Möglichkeiten der Förderung von Nachwuchskräften.

Termin: 06.07.2017

Dauer: 8 Unterrichtsstunden

Projektmanager – Lehrgang mit IHK-Zertifikat

Unternehmen wickeln immer mehr Projekte ab, und die Ressourcen dafür nehmen große Ausmaße an. Darüber hinaus kommt Projekten heute eine steigende strategische und wertschöpfende Bedeutung zu. Erfolgreiche Projekte sind kein Zufall. Sie sind das Ergebnis eines optimalen Managements, das unter anderem durch die Kenntnis der entsprechenden Instrumente und Methoden zum Erfolg führt. Die Veranstaltung „Projektmanager“ knüpft an die Lehrgänge „Fachkraft für Projektmanagement“ und „Projektleiter“ an und baut auf den dort behandelten Methoden und Instrumenten auf. Das Seminar richtet sich an Entscheider, die in ihren Betrieben und Projektumgebungen Einfluss auf den organisatorischen und kulturellen Handlungsrahmen der Projektorganisation nehmen können. Für die Teilnahme sind Projektmanagement-Kenntnisse im Umfang des Lehrgangs „Projektleiter“ Voraussetzung. Das Seminar umfasst die Summe von 40 Präsenzunterrichtsstunden sowie eine Selbstlernphase von 16 Unterrichtsstunden, die online unterstützt wird.

Termin: 17.06. - 15.07.2017

Dauer: 56 Unterrichtsstunden

► 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 www.handelsregisterbekanntmachungen.de zu finden (erste Option in der linken Spalte: „Bekanntmachungen suchen“).

► 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)

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

Angebote

Gartengestaltungs-/Gartenbaubetrieb aus Altersgründen zu verkaufen. Seit 30 Jahren am Markt etabliert, hohes Stammkundenpotenzial solventer Privatkunden. Interessenten werden um eine kurz Bewerber an GaLa-Bau.verkaufen@email.de gebeten.

ACA-1255-EX

Nachfolge für Vertrieb und Produktionsunternehmen von Mini-Radladern und Baggern gesucht. Wir sind ein innovatives Vertriebsunternehmen für kleine Spezial-Radlader und Bagger etc., das auch eigene Konstruktionen und Entwicklungen in Kleinserie herstellt. Lage in einem angemieteten Standort zwischen Köln und Aachen mit rund 2.800 Quadratmetern. Zum Kundenstamm (vierteljährlich), der mit Inspektionen, E-Teilen und Reparaturen betreut wird, werden ständig neue Interessenten gesucht und beworben. Das Unternehmen steht zum Verkauf, weil der Inhaber das Rentenalter erreicht hat. Um die Übernahme des Betriebs einfacher zu gestalten, ist der Umsatz von rund 20 Millionen Euro auf zirka eine Million Euro heruntergefahren worden – mit entsprechender Reduzierung des Personals. Aktuell beträgt das Umlaufvermögen 300.000 Euro und das Anlagevermögen 100.000 Euro. Wir arbeiten ohne Bankkredite! Der Kaufpreis für das Unternehmen beträgt 400.000 Euro, wobei Know-how, Konstruktionen, Rechte und TÜV-Abnahme etc. bereits im Kaufpreis enthalten sind. Bei einem geeigneten Nachfolger (Kapitalnachweis erforderlich) kann der Kaufpreis auch über einen Teilbetrag und Rente erbracht werden.

ACA-1254-EX

Modegeschäft aus Altersgründen zu verkaufen. Zeitlose Einrichtung, WWS, modisches und zeitloses Sortiment, hoher Bekanntheitsgrad, große Stammkundendatei. Exklusive Marken am Ort. Gute Rendite. Mietvertrag kann übernommen werden. Nur geringe Altwarenbestände. Keine Festangestellten mit langjährigen Verträgen.

ACA-1253-EX

Nachfragen

Ich bin Pflegedienstleiter und suche nach einem Pflegedienstinhaber, der Interesse an einer Teilhaberschaft mit mir hat. Ich bin gelernter Krankenpfleger und ausgebildete Pflegedienstleitung. Ich verfüge über Erfahrungen in der Neugründung eines Pflegedienstes und bringe BWL-Kenntnisse mit. Durch die Teilhaberschaft kann in Zukunft gerne eine volle Betriebsübernahme stattfinden. Ich biete mich auch als Nachfolger für einen bestehenden Betrieb an.

AC-N-471-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.

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

Inserats-Nummer	Stoffgruppe	Bezeichnung des Stoffes	Häufigkeit	Menge/Gewicht	Anfallstelle
Angebote					
ACA-5487-10	Bauabfälle/Bauschutt	Dachziegel	einmalig	je 100 m ²	Duisburg
ACA-2313-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen, leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
ACA-5593-11	Verpackungen	gebrauchte Faltpapier aus PP	regelmäßig	30 kg	Roetgen
ACA-5617-10	Bauabfälle/Bauschutt	Mauerziegel, Ziegel, Steine	einmalig	1 Stein (Mindestabgabemenge: 500 Stück)	Duisburg
ACA-4957-12	Sonstiges	Betonelemente	einmalig	ca. 9 t/Element	ehemalige Bahnhof Kronenburg
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.



Nähe ist die beste Medizin

RONALD McDONALD HAUS AACHEN

www.mcdonalds-kinderhilfe.org

KONTAKT
Tel.: 0241 88979-0, haus.aachen@mlk.org

SPENDENKONTO
Sparkasse Aachen
IBAN DE39 3905 0000 0000 3488 88
BIC AACSD333

DZI
Spenden
Siegel
Geprüft & empfohlen

Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge

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

► Preisindex

Verbraucherpreisindex für Deutschland (VPI) *)

Jahr	Monat	Basisjahr 2010 = 100
	April	109,0
	März	109,0
2017	Februar	108,8

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
	April	109,6
	März	109,5
2017	Februar	109,4

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

► 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.

@ www.aachen.ihk.de/bauleitplanung

Stadt Aachen

► Bebauungsplan Nr. 974 – Kornelimünster West/August-Macke-Straße – im Stadtbezirk Aachen-Kornelimünster/Walheim, im Bereich zwischen Schleckheimer Straße und August-Macke-Straße

bis einschließlich 9. Juni 2017

Stadt Aachen, Fachbereich Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen, Verwaltungsgebäude am Marschierort, Lagerhausstr. 20, 4. Stock, Zimmer 400

Gemeinde Aldenhoven

► 8. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 17 A – Industriegebiet –

bis einschließlich 6. Juni 2017

Gemeindeverwaltung Aldenhoven, Dietrich-Mülfahrt-Str. 11 - 13, 52457 Aldenhoven

Stadt Baesweiler

► Bebauungsplan Nr. 54 – Haldenvorgelände –, 13. Änderung

bis einschließlich 6. Juni 2017

Stadt Baesweiler, Rathaus, Mariastr. 2, Zimmer 302

Gemeinde Dahlem

► Satzung der Gemeinde Dahlem über die Einbeziehung von Außenbereichsflächen in den im Zusammenhang bebauten Ortsteil „Kronenburg“

bis einschließlich 30. Juni 2017

Gemeinde Dahlem, Schmidtheim, Hauptstraße 23, Rathaus, Zimmer 47, 53949 Dahlem

Wenn Kinder hinken,

DMPi
Deutsche Morbus Perthes Initiative

...stolpert das Leben.



Helfen Sie kranken Kindern durch eine einmalige Tröstebär-Patenschaft über 20 €.

Rufen Sie uns an!
Telefon: 02433 44 74 64 6

www.morbus-perthes.de



FRISCH VOM TABLET (T)

Der Newsletter der IHK Aachen



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

Industrie- und Handelskammer
Aachen



► Wahl zur IHK-Vollversammlung 2017: Erste Wahlbekanntmachung

Erste Wahlbekanntmachung

Die IHK-Vollversammlung, das „Parlament der Wirtschaft“, wird in diesem Jahr für die Wahlperiode 2018 bis 2021 neu gewählt. Bei ihrer Sitzung am 17. Januar 2017 hat die Vollversammlung eine neue Wahlordnung beschlossen, die auf der Internetseite der IHK Aachen und in der Mai-Ausgabe der „Wirtschaftlichen Nachrichten“ veröffentlicht ist. Zugleich hat mich die Vollversammlung zum Vorsitzenden des Wahlausschusses berufen. Stellvertretende Mitglieder des Wahlausschusses sind Hartmut Blumberg und Heike Krier (beide c/o IHK Aachen). Der Wahlbeauftragte hat die Aufgabe, das Wahlverfahren zu organisieren und unter anderem die Fristen für die Stimmabgabe, die Kandidatenvorschläge und die Einspruchsfrist gegen die ausgearbeiteten Listen festzulegen. Die in der Wahlordnung vorgesehenen Bekanntmachungen erfolgen im Internet auf der Website der IHK Aachen (www.aachen.ihk.de).

Hinweise zum Wahlrecht

Gemäß § 3 Abs. 1 der Wahlordnung sind die IHK-Zugehörigen wahlberechtigt. Maßgeblich sind die von mir aufgestellten Wählerlisten (siehe unten). Ausgeübt wird das Wahlrecht bei Einzelunternehmern durch den Unternehmer selbst, bei juristischen Personen des privaten oder öffentlichen Rechts, ferner bei Handelsgesellschaften und nicht rechtsfähigen Personenmehrheiten durch eine Person, die allein oder zusammen mit anderen zur gesetzlichen Vertretung befugt ist (§ 4 Abs. 1 Wahlordnung).

Das Wahlrecht kann auch durch einen im Handelsregister eingetragenen Prokuristen ausgeübt werden. Für IHK-Zugehörige, deren Wohnsitz oder Sitz nicht im IHK-Bezirk gelegen ist, kann das Wahlrecht durch einen Wahlbevollmächtigten ausgeübt werden (§ 4 Abs. 2, 3 Wahlordnung). Bei Wahlbevollmächtigten bedarf es einer speziellen Wahlvollmacht.

Frist der Stimmabgabe

Die Wahl erfolgt durch Briefwahl. Die Wahlunterlagen werden ab dem 30.10.2017 versandt. Die Frist für die Abgabe der Stimmzettel wird auf den 28.11.2017, 14 Uhr, eingehend bei der IHK Aachen, Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, festgelegt (§§ 8 Abs. 2, 10 Abs. 1 Wahlordnung).

Wählerlisten

Wählen kann nur, wer in die Wählerlisten eingetragen ist oder bis einen Tag vor Ablauf der Wahlfrist (§ 8 Abs. 2) nachweist, dass sein Wahlrecht erst nach Ablauf der Frist gemäß § 9 Abs. 4 für Einsprüche gegen Eintragungen und Anträge auf Aufnahme in die Wählerlisten entstanden ist (§ 9 Abs. 5). Die Frist gemäß § 9 Abs. 4 wird unten unter Punkt 2 erläutert.

1. Aufstellung und Auslegung der Wählerlisten

Die noch aufzustellenden Wählerlisten liegen

vom 2. August 2017 bis 8. August 2017

während der Öffnungszeiten in den Räumen der IHK Aachen zur Einsichtnahme aus.

2. Einsprüche gegen Eintragungen und Anträge auf Aufnahme in die Wählerlisten

Einsprüche gegen die Zuordnung zu einer Wahlgruppe können bis zum

16. August 2017

eingereicht werden. Ebenso können bis zu diesem Datum Anträge auf Aufnahme in eine Wahlgruppe beziehungsweise einen Wahlbezirk oder auf Zuordnung zu einer anderen Wahlgruppe oder einen anderen Wahlbezirk eingereicht werden.

Die endgültigen Wählerlisten werden von mir am

20. August 2017

festgestellt.

Wahlvorschläge

Wählbarkeit

Die Wählbarkeit richtet sich nach § 5 Wahlordnung. Wählbar sind natürliche Personen, die spätestens am letzten Tag der Wahlfrist (28.11.2017) volljährig und zur Ausübung des Wahlrechts berechtigt sind und entweder selbst IHK-Zugehörige sind oder alleine oder zusammen mit anderen zur gesetzlichen Vertretung einer IHK-zugehörigen juristischen Person, Handelsgesellschaft oder nichtrechtsfähigen Personenmehrheit befugt sind. Wählbar sind auch die in das Handelsregister eingetragenen Prokuristen und besonders bestellte Bevollmächtigte von IHK-Zugehörigen. Besonders bestellte Bevollmächtigte sind Personen, die - ohne im Handelsregister eingetragen zu sein - im Unternehmen des IHK-Zugehörigen eine der eigenverantwortlichen Tätigkeit des Unternehmens vergleichbare selbstständige Stellung einnehmen. Dies ist durch eine entsprechende Vollmacht nachzuweisen (§ 5 Abs. 1 b).

Jeder IHK-Zugehörige kann nur mit einem Mitglied in der Vollversammlung vertreten sein. Für jeden IHK-Zugehörigen kann sich nur ein Kandidat zur Wahl stellen.

Inhaltliche Anforderungen an Wahlvorschläge

Für die Einreichung von Wahlvorschlägen stehen Vordrucke unter www.aachen.ihk.de/wahlen bereit. Im Einzelnen gilt Folgendes:

Die Wahlvorschläge sind mit Familiennamen, Vornamen, Geburtsdatum, Beruf oder Stellung, Bezeichnung des IHK-zugehörigen Unternehmens und dessen Anschrift aufzuführen.

Außerdem ist eine Erklärung jedes Bewerbers beizufügen, dass er zur Annahme der Wahl bereit ist und dass ihm keine Tatsachen bekannt sind, die seine Wählbarkeit nach der Wahlordnung der Industrie- und Handelskammer Aachen ausschließen.

Jede Kandidatenliste soll mindestens einen Kandidaten mehr enthalten als in der Wahlgruppe und dem Wahlbezirk zu wählen sind (§ 11 Abs. 6 Wahlordnung).

Wahlgruppen, Wahlbezirke

Die Sitze in der Vollversammlung sind durch die Wahlordnung in Wahlgruppen und Wahlbezirke eingeteilt. Aus der nachstehenden Aufstel-

lung geht auch hervor, wie viele Mandate jeweils zu vergeben sind.

Wahlgruppe 1 Industrie		
Wahlbezirk I.	Stadt Aachen	4 Mitglieder
Wahlbezirk II.	StädteRegion Aachen (ohne Stadt Aachen)	5 Mitglieder
Wahlgruppe 2 Großhandel		
Wahlbezirk III.	Kreis Düren	4 Mitglieder
Wahlbezirk IV.	Kreis Heinsberg	4 Mitglieder
Wahlbezirk V.	Kreis Euskirchen	3 Mitglieder
Wahlgruppe 3 Einzelhandel		
Wahlbezirk I.	Stadt Aachen	3 Mitglieder
Wahlbezirk II.	StädteRegion Aachen (ohne Stadt Aachen)	2 Mitglieder
Wahlbezirk III.	Kreis Düren	1 Mitglied
Wahlbezirk IV.	Kreis Heinsberg	2 Mitglieder
Wahlbezirk V.	Kreis Euskirchen	2 Mitglieder
Wahlgruppe 4 Sparkassen		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	2 Mitglieder
Wahlgruppe 5 Geschäftsbanken und Genossenschaftsbanken		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	1 Mitglied
Wahlgruppe 6 Verkehrsgewerbe, Post- und Paketdienste, Telekommunikationsleistungen		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	4 Mitglieder
Wahlgruppe 7 Tourismus-, Hotel- und Gaststättengewerbe		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	3 Mitglieder
Wahlgruppe 8 Vermittlungsgewerbe und Versicherungen		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	2 Mitglieder
Wahlgruppe 9 Bau- und Immobilienwirtschaft (ohne Bauindustrie einschließlich Immobilienvermittlung)		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	2 Mitglieder
Wahlgruppe 10 Datenverarbeitung		
Wahlbezirk VI.	Gesamter Kammerbezirk	2 Mitglieder
Wahlgruppe 11 Dienstleistungsgewerbe und übriges Gewerbe		
Wahlbezirk I.	Stadt Aachen	5 Mitglieder
Wahlbezirk II.	StädteRegion Aachen (ohne Stadt Aachen)	3 Mitglieder
Wahlbezirk III.	Kreis Düren	2 Mitglieder
Wahlbezirk IV.	Kreis Heinsberg	2 Mitglieder
Wahlbezirk V.	Kreis Euskirchen	1 Mitglied

Frist für die Einreichung der Wahlvorschläge

Wahlvorschläge müssen spätestens bis 7. September 2017 bei der IHK Aachen eingegangen sein. Die Übermittlung per Fax oder die Übermittlung des eingescannten Dokuments per E-Mail reichen aus.

Aachen, 3. Mai 2017

Dr. Wolfgang Rüsgeß
Wahlbeauftragter

Industrie- und Handelskammer Aachen

DA BIST DU JA!

Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe.

WERDE PATE!

World Vision
Zukunft für Kinder!

WORLDVISION.DE

DZI Spenden-Siegel

Meron, 5 Jahre

THEMENVORSCHAU

Bürowelt 4.0



Foto: © Trianel GmbH

Ausgabe Juli/August

Titelthema: Bürowelt 4.0
Redaktionsschluss: 06.06.2017

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:

- Energie und Umwelt
 - Fuhrpark/Leasing
 - Verpackung und Logistik
- Anzeigenschluss: 14.06.2017

Ausgabe September

Titelthema: Regionalentwicklung

Redaktionsschluss: 04.08.2017
Anzeigenschluss: 14.08.2017

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

Wirtschaft im TV: Juni 2017



Freitag, 9. Juni 2017

„Xenius: Greenwashing“

„Fair trade“, „Conscious Cotton“ oder „Ökostrom“: Große Konzerne werben häufig damit, nicht nur umweltfreundlich zu handeln, sondern mit ihren Produkten die Welt zu einem besseren Ort zu machen. Einiges davon ist jedoch als „Greenwashing“-Schwindel bekannt geworden. Eine „Xenius“-Dokumentation geht der „Umetikettierung“ von Produkten auf den Grund...

ARTE, 17.15 Uhr

Freitag, 16. Juni 2017

„makro: Königreich gegen Kontinent – Der Brexit und die Folgen“

Nach der Parlamentswahl der Briten laufen die Scheidungsverhandlungen mit der EU. Ein Rosenkrieg hätte weitreichende Folgen für die Wirtschaft auf beiden Seiten des Ärmelkanals. Innerhalb von zwei Jahren muss das Wirtschaftsgefüge entflochten werden. Banken, Autobauer und Energie-Unternehmen werden nervös. Britische Fischer hingegen sehen den Trennungstag herbei...

3sat, 21.00 Uhr

Donnerstag, 29. Juni 2017

„Square Salon“

Das neue ARTE-Format „Square Salon“ befasst sich mit dem Sorgenkind Europa. In einem von Annette Gerlach moderierten Denkerkreis diskutieren Künstler und Wissenschaftler über die Neuerfindung Europas.

ARTE, 0.25 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, Juliane Horn, Heike Horres-Classen
Redaktionssekretariat: Carolin Hecker
Industrie- und Handelskammer Aachen
Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-268

Redaktionelle Mitarbeit:
Helga Hermanns, Richard Mariaux, Conny Stenzel-Zenner

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. 38 gültig seit 1. Januar 2017
www.aachen.ihk.de/mediadaten

Layout: Daniel Pestel, Meike Dosquet

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 Bezieherers 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.

Schirmherrschaft:
Bürgermeister Rudi Bertram

Moderation:
Robert Esser, Patrick Nowicki

FREILICHTBÜHNE
Eschweiler-Markt

EMF

ESCHWEILER MUSIC FESTIVAL

Medienpartner:

SUPER Sonntag **SUPER** Mittwoch

AZ **AN**
Eschweiler Zeitung
Eschweiler Nachrichten

FESTIVAL-GASTRONOMIE
MARKTWIRTE-INITIATIVE

24.08. Donnerstag
20:00

NABUCCO

Support: Cristian Lanza (Ital) & Roberval Cardoso (Brasil)

Tickets in allen
bekannten VVK-Stellen



Roncole Verdi Orchestra, Chor,
int. Solisten mit 85 Künstlern

25.08. Freitag
20:00

ORIGINAL

BLUES BROTHERS BAND

22:00 EMF-Kneipenkonzerte Eintritt frei

Tickets in allen
bekannten VVK-Stellen



Support: Chain of Fools

26.08. Samstag
20:00

HERMES HOUSE BAND & LOU BEGA

22:00 EMF-Kneipenkonzerte Eintritt frei

13:00 Jugend Rockt u. Gitarrenklasse C. Guth Musikschule Eschweiler

Tickets in allen
bekannten VVK-Stellen



27.08. Kölner Sonntag
15:00

CAT BALLOU · BLÄCK FÖÖSS · KASALLA

11:00 EMF Gottesdienst & Renew Brass Band, St. Peter & Paul Kirche

Tickets in allen
bekannten VVK-Stellen



Hauptsponsor



Deine Energie. Deine Region.

STÄDTISCHES
WASSERWERK ESCHWEILER

RWE



Sparkasse
Aachen

EVS EUREGIO
Verkehrsschiennetz GmbH





AUTO CONEN GRUPPE

AUTOMOBILE BESTLEISTUNGEN!

**Ständig über 1.800 Fahrzeuge auf
70.000 m² sofort verfügbar!**

**GROSSRAUMBÜRO
MIT STIL.**

AB **€ 389,-¹** (NETTO)
BUSINESS LEASING OPTIONAL MIT
WARTUNG UND REPARATUR²



**DER JEEP
GRAND CHEROKEE**

Jeep
DAS ORIGINAL

Mit Stil zum Meeting und mit Komfort ins Abenteuer: Der souveräne Auftritt des Jeep® Grand Cherokee hinterlässt immer einen bleibenden Eindruck. Dabei setzt er dank seiner umfangreichen Serienausstattung, innovativer Technologien und der vorbildlichen Performance auf der Straße und im Gelände auch im Geschäftsleben neue Maßstäbe.

Kraftstoffverbrauch (l/100 km) nach RL 80/1268/EWG für den Jeep® Grand Cherokee Overland 3.0l V6 Multijet (Modelljahr 2016) 184 kW (250 PS): innerorts 8,0; außerorts 6,4; kombiniert 7,0. CO₂-Emission (g/km): kombiniert 184.

¹ Ein gewerbliches Leasingangebot der FCA Bank Deutschland GmbH, Salzstraße 138, 74076 Heilbronn, für den Jeep® Grand Cherokee Overland MY16 3.0l V6 Multijet (Modelljahr 2016) 184 kW (250 PS), 48 Monate Laufzeit, 40.000 km Gesamtfahrleistung, ohne Leasingsonderzahlung, 389 € monatliche Leasingrate zzgl. MwSt. und 890,- € Transportkosten.

² Details erhalten Sie bei teilnehmenden Vertragspartnern und/oder unter: www.jeep.mopar.eu/jeep/de/de/fahrzeugaantie

Das Angebot ist gültig für gewerbliche Kunden (zzgl. MwSt.) und nur für Bestellungen von nicht bereits zugelassenen Neufahrzeugen Jeep® Grand Cherokee Overland MY16 3.0l V6 Multijet (Modelljahr 2016) 184 kW (250 PS) bis 30.06.2017. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

Jeep® ist eine eingetragene Marke der FCA US LLC.

DER DUCATO.
TRANSPORTER EINER NEUEN GENERATION.

DUCATO EASY FÜR
€ 15.490,-*



MEHR TECHNOLOGIE. MEHR EFFIZIENZ. MEHR WERT.
Sie sehen, der Ducato hat immer mehr zu bieten: modernste technologische Lösungen, einen der besten Verbrauchswerte seiner Klasse, enorme Ladekapazitäten und ein beeindruckendes Design.

www.fiatprofessional.de

FIAT PROFESSIONAL

* Aktionsangebot zzgl. MwSt. und inkl. Überführungskosten für gewerbliche Kunden für nicht bereits zugelassene Neufahrzeuge für Ducato Kastenwagen 28 115 Multijet II (Version 290.SLG.4), gültig bis 30.06.2017. Nicht kombinierbar mit anderen Angeboten. Abbildung enthält Sonderausstattung.



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



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

www.autoconen.de