

## Frische Ideen

Wie Unternehmen mit PR und Marketing hervorstechen



**02**

Februar 2020  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de)

**Gestoppt:**  
Signale für ein Ende der  
Konjunktur-Talfahrt

» Seite 12

**Gestartet:**  
„Speed-Aix“ geht in  
eine neue Runde

» Seite 14

**Geregelt:**  
Neue Vorgaben beim  
Geldwäschegesetz

» Seite 60



# vierpunkteins

## Der neue Wirtschafts-Newsletter für die Region



Fotos: stock.adobe.com

Unser neuer Wirtschafts-Newsletter „vierpunkteins“ liefert Ihnen wöchentlich am vierten Tag der Woche (donnerstags) immer um eins (13 Uhr) alle relevanten Infos rund um die regionale Wirtschaft sowie interessante Events und Termine. Industrie 4.0 ist uns dabei nicht genug. Mit vollem Fokus auf unsere Heimat stellen wir Ihnen die Infos zusammen, um allen anderen immer einen kleinen Schritt voraus zu sein – eben „vierpunkteins“.

Melden Sie sich jetzt schon an und erhalten Sie **ab dem 6. Februar** jeden Donnerstag unseren neuen Wirtschafts-Newsletter bequem und kostenlos per Mail. Unter allen neuen Newsletter-Abonnenten, die sich bis zum 15. Februar registrieren, verlosen wir **fünf Exemplare des Bildbandes „Wirtschaft verstehen mit Infografiken“** von Thomas Ramge.

### Das erwartet Sie:

- Ein kompakter, übersichtlicher Newsletter mit kurzweilig aufbereiteten Informationen
- Jede Woche die besten regionalen Wirtschafts-Nachrichten aus der Region
- Relevante Termine und spannende Events und Fortbildungen

### Jetzt anmelden unter:

[aachener-zeitung.de/vierpunkteins](http://aachener-zeitung.de/vierpunkteins)  
[aachener-nachrichten.de/vierpunkteins](http://aachener-nachrichten.de/vierpunkteins)



Ein Produkt aus dem

**MEDIENHAUS**  
AACHEN

## Werbe-Rat

Marketing entscheidet nicht erst seit gestern über Erfolg und Misserfolg von Produkten, Geschäftsideen und Unternehmen. Bereits Henry Ford wusste, dass er die besten Autos der Welt bauen und trotzdem pleitegehen kann. Wichtig ist es auch, die Welt wissen zu lassen, wer die besten Autos der Welt baut. Ford hat seine Erkenntnisse in folgendem Satz fließen lassen: „Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso die Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.“



Zeit ist zwar einige ins Land gegangen, seit dieser Satz formuliert wurde. Gültig ist er aber nach wie vor. Allein die Erkenntnis, dass Marketing wichtig ist, garantiert aber noch keine gelungene Kampagne. Es gibt gute Werbung und es gibt schlechte Werbung – das war schon immer so und wird sich auch nicht ändern. Doch gerade die Wirkung von schlechter Werbung auf

das Unternehmen, mit dem sie in Verbindung gebracht wird, ist heute eine andere als noch zu Zeiten Fords. Damals führte sie vielleicht dazu, dass Menschen beim Betrachten einer Plakatwand mit dem Kopf schüttelten. Heute ist davon auszugehen, dass sie die Plakatwand fotografieren, das Foto online posten und es mit einem Kommentar versehen. Es ist wahrscheinlich, dass andere das Foto weiterverbreiten und es schließlich eine Reichweite erzielt, die mit guter Werbung nie zu erreichen gewesen wäre. Ist besonders schlechte Werbung dann in Wahrheit besonders gute? Da gehen die Meinungen auseinander.

Der kalkulierte Skandal gehört längst zu den gängigen Marketing-Instrumenten. Ob man

damit arbeiten möchte, ist letztlich jedem selbst überlassen. Gerade politische Populisten setzen in ihrem Streben nach maximaler öffentlicher Wirkung auf den kalkulierten Skandal. Als Instrument des Marketings mag er legitim sein. Die Frage ist, ob man sich damit in allzu guter Gesellschaft befindet.

Man braucht kein Kulturpessimist zu sein, um in den Sozialen Medien einen gewissen Hang zu Spott, Häme und Freude an der Kritik zu erkennen. Auch das hat Marketing nicht einfacher gemacht. Unternehmen befinden sich heute in einem permanenten Dialog mit ihren (potenziellen) Kunden. Die Reaktionen sind unmittelbar, ungefiltert, teilweise auch unqualifiziert. Ergebnisse von Marketing-Aktionen lassen sich unabhängig vom Kanal kaum noch vorhersagen. Selbst virales Marketing garantiert nicht, dass eine große Reichweite über die Soziale Medien erzielt wird. Auf der anderen Seite besteht immer die Möglichkeit, dass gerade Beiträge, von denen man sich wünscht, dass sie besser niemand sieht, plötzlich viral gehen. Kurz: Es ist komplizierter geworden.

Aber selbst heute gibt es Dinge, mit denen Unternehmen nicht viel falsch machen können, wenn es darum geht, auf sich aufmerksam zu machen. Das fängt bei einer hochwertigen, benutzerfreundlichen Website an und geht mit einem guten Ranking in den Suchmaschinen weiter. Wichtiger denn je ist es, nicht nur eine Strategie zu haben, welche Kanäle man im Online-Marketing überhaupt nutzt, sondern auch, wie man mit Reaktionen auf die eigenen Aktivitäten umgeht. Dazu kann auch gehören, auf Beiträge bewusst nicht zu reagieren.

Fest steht: Marketing ist vielseitiger geworden. Das führt zu Herausforderungen, birgt aber gleichzeitig eine Menge Chancen. Und gewiss ist: Kein Marketing ist auch keine Lösung.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andreas Bauer'.

Andreas Bauer,  
Vizepräsident der Industrie- und  
Handelskammer Aachen

## Gut Ding will Werbung haben

TITELTHEMA • ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Foto: Malgorzata Kistryn - stock.adobe.com

Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Werbung: macht Arbeit, kostet Zeit, ist teuer. Da kommen schnell Fragen auf. Lohnt sich das überhaupt? Bringt das eigentlich was? Machen wir den Test: \_\_\_\_\_ macht Kinder froh und Erwachsene ebenso. Wohnst du noch oder \_\_\_\_\_? Nichts ist unmöglich, \_\_\_\_\_. Quadratisch, praktisch, \_\_\_\_\_. Die meisten Menschen können diese Sätze nicht nur problemlos vervollständigen, sondern wissen auch, wer damit welche Produkte bewirbt. Das führt ganz gut vor Augen, was für ein mächtiges Instrument Marketing sein kann, wenn es darum geht, den Bekanntheitsgrad eines Unternehmens zu erhöhen. Zugegeben: Einen Slogan zu kreieren, der so eingängig ist, dass er in den allgemeinen Sprachgebrauch übergeht, ist so etwas wie ein Hauptgewinn. Dafür braucht es Expertise, ein großes Budget und auch ein bisschen Glück.

Gutes Marketing ist aber längst mehr als ein eingängiger Slogan. Die Zahl der digitalen Kanäle ist größer als je zuvor. Das sind gute Nachrichten für jeden, der auf sich aufmerksam machen möchte. Aber keiner dieser Kanäle ist eine Einbahnstraße. Da kommt was zurück, davon kann man fest ausgehen. Umso wichtiger ist es, zu wissen, wie man damit umgeht (ab Seite 19) – noch besser ist es, eine Strategie zu haben, welche Kanäle für welche Zwecke genutzt werden sollen (ab Seite 30). Denn Kommunikation bedeutet immer, sich klar zu machen, wer der Empfänger meiner Nachricht sein soll (ab Seite 34) – das gilt für jede Form des Dialogs. Für den öffentlichen gilt es ganz besonders. Übrigens, ein guter Slogan funktioniert auch heute noch, auf fast jedem Kanal. In diesem Sinne: just \_\_\_ it!

Christoph Claßen

Die Wirtschaftlichen Nachrichten  
im Internet: [www.aachen.ihk.de/wn](http://www.aachen.ihk.de/wn)



Foto: ©radub85 - stock.adobe.com

### 03 KOMMENTAR

### 06 SPOTLIGHTS

#### IHK AKTUELL

- 10 Für regionale Energiesicherheit: Heppendorfer Erklärung übergeben
- 11 IHK lädt zu Jahresvollversammlung ein
- 11 Seminar: Die neuen Quick Fixes für Buch- und Belegnachweise
- 12 Konjunkturumfrage: Talfahrt gestoppt
- 14 Unternehmer-Sprechtage zum Thema Import/Export in Euskirchen
- 14 Webinar erklärt alles Wissenswerte rund um das Thema Ursprungszeugnis
- 14 Neues Jahr, neue Dates: „Speed-Aix“ geht in die nächste Runde

### 15 RÜCKSPIEGEL

#### FORUM

- 16 Wie die Berufsausbildung in Teilzeit zum Erfolgsmodell werden kann

#### TITELTHEMA

- 18 Wie die Unternehmenskommunikation von einer Einbahnstraße zum Dialog wurde: Interview mit Frank Bärmann
- 22 Warum Corporate Blogs ein modernes Aushängeschild für Unternehmen sind
- 28 Welche Medien die Deutschen wie oft und wie lange nutzen: ein Überblick
- 30 Kanal-Arbeiten: Die Frage, welche Inhalte wo funktionieren, beschäftigt auch die RWTH Innovation GmbH
- 35 Was Journalisten, Marketing-Manager und Unternehmensberater in Sachen Öffentlichkeitsarbeit empfehlen
- 40 Herzstück: Mit dem neu definierten Markenkern soll das Profil der Marke IHK künftig weiter geschärft werden

#### INTERNATIONAL

- 42 kurz & bündig: Nachrichten aus der Euregio
- 46 HOCHSCHULSPOTS



Foto: Andreas Herrmann

## Aufgeteilt

Als Nazan Rasim Oglou mit ihrem zweiten Kind schwanger war, hörte sie zum ersten Mal von TEP, dem Programm „Teilzeitberufsausbildung – Einstieg begleiten – Perspektiven öffnen“. Sie habe sofort gemerkt, dass es wie für sie geschaffen sei, erzählt die 26-jährige Kauffrau für Büromanagement. Mit der Initiative unterstützt das Landesarbeitsministerium Menschen mit Familienverantwortung bei der Suche nach einem betrieblichen Ausbildungsplatz in Teilzeit.

» Seite 16



Foto: mmphoto – stock.adobe.com

## Neu verteilt

Mit dem jüngst vom Kabinett beschlossenen fünften Entfesselungspaket hat die Landesregierung NRW insgesamt 17 Maßnahmen zur Beschleunigung und Vereinfachung von Verfahren beim Ausbau der Erneuerbaren Energien auf den Weg gebracht. Bis 2030 soll auf Basis der Energieversorgungsstrategie der Landesregierung die installierte Leistung von Windkraft (auf 10,5 Gigawatt) und Photovoltaik (auf 11,5 Gigawatt) verdoppelt werden.

» Seite 50



Foto: Recte Fotodesign – stock.adobe.com

## Mitgeteilt

Mit der Modernisierung des Berufsbildungsgesetzes (BBiG) gibt es in der Ausbildung seit Beginn des Jahres einige Neuerungen: den Mindestlohn für Azubis, eine einheitliche Regelung zur Freistellung für den Berufsschulunterricht und Erleichterungen für die Teilzeitausbildung sowie im Prüfungsbereich. Ein Überblick über die Änderungen des Berufsbildungsgesetzes beantwortet die wichtigsten Fragen, die sich für Ausbildungsbetriebe jetzt stellen.

» Seite 58

## WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

- 50 Strategie für die Energieversorgung in NRW: Windkraft und Photovoltaik sollen doppelt so viel Leistung bringen
- 51 Zwischenbilanz: Programm Digitale Modellkommunen NRW treibt Transformation voran
- 51 Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen bei der Digitalisierung
- 52 „ConSense ScientificAward“: Aachener Softwareentwickler stiftet wieder einen Preis für neue Ansätze im Qualitäts- und Integrierten Management
- 52 Ressourceneffizienz beim Bau: Entwicklungsgesellschaft holt weitere Fördermittel ins Inland

- 53 Wettbewerb „5G.NRW“: Land fördert Ausbau der 5G-Technologie mit bis zu 90 Millionen Euro

## FIRMENREPORT

- 54 Rehappy GmbH entwickelt Motivationssoftware für Schlaganfallpatienten
- 54 HOLTEC feiert 50 Jahre Anlagenbau zur Holzbearbeitung
- 55 Innovativ: Carl Krafft & Söhne realisiert neue Wärmekammer
- 55 BCT´ler Thomas Kuckelkorn ist stellvertretender Vorsitzender im Bitkom-Ausschuss „Digital Office“
- 55 Tourenplanungsspezialist gts bezieht neuen Standort in Uersfeld
- 56 Möbelhaus Brucker eröffnet neue Abteilung „Wohnart“
- 56 Florack Immobilien und Rhein-Grund feiern 50-jähriges Jubiläum
- 56 KISTERS AG auf der E-world
- 56 Hilger Holz erhält den Woody Award für innovativen Neubau

- 57 Stadt Alsdorf beteiligt sich mit neuen GmbHs an städtischer Energieversorgung
- 57 Optik-Spezialist INGENERIC bezieht neuen Unternehmens-Standort in Baesweiler
- 57 FiManS GmbH aus Würselen übernimmt SDV-Anlagenbuchhaltung

## RECHT & STEUERN

- 58 Ein Überblick über die Neuerungen des Berufsbildungsgesetzes
- 60 Was die neuen Regelungen des Geldwäschegesetzes bedeuten

## 62 WEITERBILDUNG

## 67 SERVICE-BÖRSEN

- 70 VORSCHAU UND TV-TIPPS
- 70 IMPRESSUM

# 02

Februar 2020  
www.aachen.ihk.de



## Laufen, Spenden, Registrieren: Der B2Run Aachen startet am 23. April auf dem CHIO-Gelände

► Freunde des Laufsports können sich schon jetzt einen Termin im Kalender notieren: Am 23. April wird der B2Run Aachen wieder auf dem CHIO-Gelände ausgetragen und bildet somit den Auftakt zu der bundesweit erfolgreichen B2Run-Laufserie. Früh anmelden lohnt sich, da die erste Anmeldephase mit einem günstigen Eröffnungstarif startet. Auch in diesem Jahr werden rund um das Sportgelände Soers mehrere Tausend Läufer aus der Businesswelt der Aachener Region erwartet. Mitarbeiter aus Firmen, Verbänden und Institutionen aller Branchen und Größen können sowohl ihr sportliches Können als auch ihren Teamgeist in gewohnter Weise unter Beweis stellen, wenn es heißt: „Runter vom Bürostuhl und rein in die Laufschuhe“. Zudem kann man durch die Partnerschaft mit der DKMS nicht nur mitlaufen, sondern auch für andere etwas Gutes tun: Denn die gemeinnützige DKMS gGmbH ist auch diesmal wieder Charitypartner der bundesweiten Laufserie. Alle Unternehmen haben die Möglichkeit,



Foto: B2Run

Rein in die Laufschuhe! Die Anmeldung zum B2Run Aachen 2020 ist ab sofort möglich.

ihre Mitarbeiter als ‚Charity-Starter‘ an den Start zu schicken und spenden damit einen Teil des Startgeldes direkt an die DKMS. Das große Finale der Deutschen Firmenlaufmeisterschaft 2020 findet am 3. September in

Köln statt. Die schnellsten Einzelläufer und Teams der regionalen B2Run-Läufe qualifizieren sich so für den Endlauf der bundesweiten Laufserie.

@ [www.b2run.de](http://www.b2run.de)

## ZAHL DES MONATS

Foto: vectorfusionart - stock.adobe.com

# 9,9

Prozent betrug im Jahr 2018 der Anteil der Gesundheitswirtschaft an der gesamten Wirtschaftsleistung des Landes NRW. 1,3 Millionen Erwerbstätige in der Branche erwirtschafteten im Bundesland 63,2 Milliarden Euro, etwa jeder siebte Erwerbstätige (14,1 Prozent) arbeitete in NRW in diesem Bereich.

Quelle: Landesbetrieb IT.NRW

## Ideen umsetzen: Fünfte Runde des Förderprogramms NRW-Patent-Validierung gestartet

► Das Land Nordrhein-Westfalen und die EU unterstützen Hochschulen dabei, ihre Erfindungen schneller zur Marktreife zu entwickeln und umzusetzen. Dafür startet das Wirtschaftsministerium die fünfte und letzte Runde des landesweiten Förderprogramms „NRW-Patent-Validierung“. Bewerbungen können bis zum 31. März eingereicht werden. Ziel des Programms ist, die Anwendungsreife von Hochschulerfindungen zu steigern. Das kann einerseits durch Projekte aus dem Bereich Forschung und Entwicklung zur Prototypenentwicklung erreicht werden. Andererseits durch proof-of-concept und deren anwendungsorientierte Validierung. Das verbessert die Verwertungschancen durch Lizenzierung,

Verkauf oder durch eine Ausgründung aus der Hochschule. Gefördert werden Projekte mit großem Marktpotenzial, um die bereits zum Patent angemeldeten Hochschulentwicklungen schnellstmöglich voranzutreiben. Dafür stehen jeweils Fördermittel in Höhe von bis zu 200.000 Euro zur Verfügung, die aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und Landesmitteln stammen.

@ [www.ptj.de/patentvalidierung](http://www.ptj.de/patentvalidierung)

i Projektträger Jülich  
Dr. Hendrik Vollrath  
Tel.: 02461 61-3347  
[h.vollrath@fzjuelich.de](mailto:h.vollrath@fzjuelich.de)



### Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge:

IHK Aachen, Christoph Claßen  
Tel. 0241 4460-232, [christoph.classen@aachen.ihk.de](mailto:christoph.classen@aachen.ihk.de)

# Beim Verkauf ist Strategie das A und O

Kompaktes Wissen tanken und von Profis lernen beim 2. Expertentreff zum Thema Vertrieb

**Aachen.** Beim Vertrieb geht es darum, Umsätze zu erzielen, Kunden zu halten und Kunden neu zu gewinnen. Wie moderner Vertrieb zu mehr Erfolg führt, zeigt der Vertriebs-Expertentreff, den das Medienhaus Aachen am 12. Februar 2020 veranstaltet. Die Profi-Runde richtet sich an Teilnehmer, die neue Möglichkeiten suchen, vertriebslich richtig durchzustarten und die an neuen Denkanstößen interessiert sind. Diese Denkanstöße kommen von vier Top-Referenten der Speaker-Branche: Martin Limbeck, Heiko T. Ciesinski, Michael Fridrich und Matthias Niggehoff. Das Quartett präsentiert nacheinander und kompakt aufbereitet an nur einem Termin Wissen zu aktuellen Vertriebs-Themen, die die Branche derzeit bewegen. Dabei halten sie jede Menge Praxisbeispiele für ihr Auditorium bereit.

Den Anfang beim Expertentreff macht **Martin Limbeck**. Der Top-Business-Speaker und Verkaufsexperte begeistert mit seinem Insider-Know-how und praxisnahen Strategien Mitarbeiter aus Management und

Verkauf. Als Redner und Trainer hat er zahlreiche Auszeichnungen erhalten und seine Veranstaltungen sind beim Publikum stark gefragt. In seinem Beitrag wirft er einen Blick auf den neuen Experten namens Kunde, der deutlich kritischer und ungeduldiger als früher heute online recherchiert, vergleicht und nach der Lösung sucht, die perfekt in sein Leben passt. Ein guter Verkäufer nutze das Internet aber ebenfalls zu seinem Vorteil und punkte am Ende beim Kunden durch emotionale Überzeugung, sagt Martin Limbeck.

**Heiko T. Ciesinski**, Experte für Kommunikation und Vertrieb, Autor und Speaker zeigt auf, wie man Preisverhandlungen führt, um Verkäufe möglichst ohne Rabattgewährungen abzuschließen. Er sagt: „Die meisten Verkäufer sind der festen Überzeugung, dass man dem Kunden einen Rabatt geben muss, wenn er diesen fordert, weil er sonst nicht kauft“. Dabei sei es genau umgekehrt. „Der Kunde, der einen Rabatt fordert, ist extrem kaufbereit“.

Um Gesprächsvorbereitung und Sprachqualität geht es im Vortrag von **Michael Fridrich**. Der Unternehmer, Führungs- und Vertriebstrainer, Autor, Speaker und Dozent an der RWTH Aachen gibt konkrete Tipps, wie man sich auf ein Verkaufsgespräch vorbereitet, wie man eine professionellere Wortwahl einsetzt und wie man den berühmten „Sack“ zumacht. Ein kurzer Ausblick auf den Transfer in die Praxis am Beispiel einer Angebotsverfolgung oder einer Terminvereinbarung runden die Präsentation ab.

**Matthias Niggehoff**, Verkaufspsychologe, Autor, Speaker und CEO des Unternehmens Niggehoff Consulting GmbH lüftet schließlich den Schleier des Kundengehirns. Denn der Mensch agiert nicht nur rational. Fast immer entscheiden auch diffuse Gefühle und Intuition über einen Kauf. Da bietet es sich an, in den Kopf des Kunden hineinzuschauen und Antworten auf Fragen wie diese zu erhalten: Wie verleite ich meinen Kunden zum Kauf, wo treffe ich ihn an und wie möchte er von mir angesprochen werden?

**Letzte Plätze sichern!**

„Es ist keine Frage mehr, ob Sie sich ändern müssen; die einzige Frage ist, ob Sie schnell genug sein werden!“

Martin Limbeck, CSP

Verkaufs-, Management- und Persönlichkeitscoach, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Martin Limbeck® Training Group

Wir holen Ihnen die Top-Speaker der Vertriebsbranche nach Aachen!

**Martin Limbeck**  
Digitalisierung

**Heiko T. Ciesinski**  
Preisverhandlung

**Michael Fridrich**  
Kommunikation

**Matthias Niggehoff**  
Neuromarketing

## 2. VERTRIEBS-EXPERTENTREFF

**Termin:** Mittwoch, 12. Februar 2020  
14.00 – ca. 20.00 Uhr

**Leistungen:** • Teilnahme an vier Expertenvorträgen  
• Networking in angenehmer Atmosphäre, inkl. Speisen & Getränke  
• Veranstaltungsunterlagen  
• Teilnahmezertifikat

**Preis:** 279,90 € p. P. (inkl. MwSt.)

**Ort:** forum M, Buchkremerstraße 1-7  
52062 Aachen

**Buchung:** Per E-Mail an  
akademie@medienhausachen.de  
oder online unter  
www.medienhausachen-akademie.de

Sie erhalten eine steuerabzugsfähige Rechnung für Ihre Weiterbildung.

**MEDIENHAUSAKADEMIE**

Infos unter: [www.medienhausachen-akademie.de/vertriebs-expertentreff](http://www.medienhausachen-akademie.de/vertriebs-expertentreff)

Ein Angebot aus dem

**MEDIENHAUS**  
AACHEN



## Am Puls der Zeit: e-Marketingday zeigt, wie sich Unternehmen online präsentieren sollten

► Ob per E-Mail, auf digitalen Plattformen oder in sozialen Netzwerken – die Möglichkeiten, ein Unternehmen im Netz zu präsentieren, sind enorm. Nur wer sich gut vermarktet, fällt auf und gewinnt neue Kunden. Auf dem e-Marketingday Rheinland am Mittwoch, 22. April, in der Duisburger Mercatorhalle informieren die Rheinland-IHKs über die Möglichkeiten und Trends im digitalen Werben. Dabei steht der Einsatz neuer Technologien wie Virtual Reality oder künstliche Intelligenz ebenso auf der Agenda wie die Basics im Online-Marketing. Der e-Marketingday Rheinland hat sich mit durchschnittlich mehr als 500 Teilnehmern zu einem wichtigen Termin zum Thema Online-Marketing etabliert und bleibt am Puls der Zeit:

- vielfältig: vom Marketing-Evergreen über rechtliche Aspekte bis zu Zukunftstrends des digitalen Werbens
- bedarfsgerecht: für Einsteiger und Fortgeschrittene in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU)
- abwechslungsreich: Einzelgespräche, Fachvorträge, Intensiv-Sessions, kreative Impulse von regionalen Lösungsanbietern



Auf neuen Wegen geht es manchmal ganz hoch hinaus: Wie das funktionieren kann, zeigt der e-Marketingday am 22. April.

Darüber hinaus können die Teilnehmer in der Begleitausstellung direkt mit Dienstleistern aus der Region über geeignete Lösungen und Strategien sprechen. Die Teilnahme am e-Marketingday Rheinland kostet 99 Euro pro Person (inklusive Speisen und Getränke). Weitere Infos – auch zur Möglichkeit, als Aussteller in Erscheinung

zu treten – sowie die Anmeldung gibt es online.

@ [www.e-marketingday.de](http://www.e-marketingday.de)

i **IHK-Ansprechpartner:**  
Markus Wolff  
Tel.: 0241 4460-239  
[markus.wolff@aachen.ihk.de](mailto:markus.wolff@aachen.ihk.de)

## Workshop zum Personalmanagement in Zeiten des demografischen Wandels

► Der von Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Heinsberg mbH (WFG) angebotene Workshop mit dem Titel „Auf die Agenda damit! – ToDos“ im demografieorientierten Personalmanagement wird am Donnerstag, 6. Februar, im Haus Lennartz, Hochstraße 21, in Heinsberg nachgeholt. Dies vor dem Hintergrund, dass in Zeiten der Verknappung von Arbeitskräften die Wertschätzung für qualifizierte Angestellte ein wesentlicher Faktor für deren Identifikation mit dem Unternehmen ist. Während die Digitalisierung immer mehr relativ junge Menschen zu Führungspositionen verhilft, steigt der Altersdurchschnitt in Unternehmen äquivalent zur demografischen Entwicklung. Die große Aufgabe der Betriebe ist es, aktiv und positiv mit den Herausforderungen der demografischen Entwicklung umzugehen. Doch dafür gibt es kein

Patentrezept. Gesundheitsprävention und Personalentwicklung sind nur die Spitze des Eisbergs. Weitere Handlungsfelder sind Personalentwicklungsmaßnahmen wie Diversity-Management, Talent- und Wissenstransfer, flexible Arbeitsmodelle, Ergonomie, generationengemischte Teams sowie demografisches „Controlling“. Flexibilität und pragmatisches Denken sind gefragt. Doch wo fängt man an? Welche Maßnahmen sind wichtig und richtig für das eigene Unternehmen? Im Workshop werden gemeinsam Ideen, Ansätze und Prioritäten für ein demografieorientiertes Personalmanagement erarbeitet. Weitere Infos zum Workshop und Anmeldung online.

@ <https://bit.ly/300gRr5>

Foto: Patryk Kosmider - Fotolia

# MEDIENHAUSREISEN

Gehen Sie mit uns auf Reisen  
[www.medienhaus-reisen.de](http://www.medienhaus-reisen.de)



## Fachkraft für Additive Fertigung werden: Neues Bildungsangebot in Düren

► Additive Fertigungsverfahren, auch 3D-Druck genannt, gewinnen in der Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. In einer 2018 durch den „Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien“ realisierten Umfrage bestätigte mehr als jedes vierte der befragten Unternehmen den Einsatz additiver Fertigungsverfahren. Diese Technologie findet auch zunehmend Einzug in Betrieben, die ursprünglich nicht in der Produktion tätig waren. Vor diesem Hintergrund entwickelte die Berufsförderungswerk Düren gGmbH einen intensiven Kurs „Fachkraft für Additive Fertigungsverfahren“. Der Kurs umfasst einen Stundenumfang von 598 Stunden in 15 Lernfeldern. Zum Ende des Kurses müssen die Teilnehmenden selbstständig in einer Praxisaufgabe ein komplexes Bauteil planen, konstruieren und her-

stellen. Das Ergebnis wird im Rahmen einer Zertifikatsvergabe der IHK Aachen präsentiert und von dieser bewertet. „Mit der Qualifizierungsmaßnahme ‚Fachkraft für Additive Fertigungsverfahren‘ bieten wir ein interessantes Angebot zum Thema Industrie 4.0 – gerade für sehbehinderte Menschen ist dies die Chance für eine Rückkehr in Arbeit“, sagt Dr. Inge Jansen, Geschäftsführerin des Berufsförderungswerkes Düren.

**i** **Ansprechpartner:**  
Berufsförderungswerk Düren gGmbH  
Jürgen Hüllen  
Tel.: 02421 598 238  
juergen.huellen@bfw-dueren.de

## Branchentreff: Das Internationale Kolloquium Kunststofftechnik geht im März in die 30. Runde

► Am 11. und 12. März findet das 30. Internationale Kolloquium Kunststofftechnik im Eurogress in Aachen statt. Veranstalter ist das Institut für Kunststoffverarbeitung (IKV) in Industrie und Handwerk an der RWTH Aachen. Um die 30. Ausgabe der Veranstaltung besonders zu würdigen, wird sie von

einer Industrieausstellung begleitet. Damit soll gleichzeitig auch das 70-jährige Bestehen des IKV sowie der 150-jährigen Geburtstag der RWTH Aachen gefeiert werden. Zum Kolloquium werden 800 Fachleute der Kunststoffbranche erwartet, die zukunftsprägende Themen diskutieren, die die Branche aktuell

bewegen. Insbesondere werden auf dem 30. Kolloquium die Themen Internet of Production, Kreislaufwirtschaft und Digitale Transformation behandelt.

**@** [www.ikv-aachen.de/  
veranstaltungen/kolloquium](http://www.ikv-aachen.de/veranstaltungen/kolloquium)

## Daten für alle: Internet-Portal Open.NRW präsentiert sein Angebot in frischer Optik

► Open.NRW, das Internet-Portal für Open Data und Open Government der Landesregierung, präsentiert sein Angebot in einer neuen Umgebung. Mit dem Neustart will Open.NRW einen wichtigen Beitrag für mehr Beteiligung und Zusammenarbeit zwischen Staat, Bürgern, der Wirtschaft und der Wissenschaft leisten. Auf dem Portal stehen viele nützliche Informationen, etwa aus den Bereichen Umwelt, Verkehr, Bildung und Gesundheit, zur kostenfreien Nutzung bereit. Ein Anwendungsbeispiel für diese Daten ist die App „BORISplus.NRW“, mit der Käufer und Verkäufer von Immobilien jederzeit Informationen zum Grundstücksmarkt mobil abrufen können. Mit der App „Hike&Seek“ können sich die Nutzer individuelle Wanderrouten zusammenstellen und dabei historisches Hintergrundwissen über die Umgebung erfahren. Die App basiert auf den vom Land bereitgestellten Geländedaten.

Der optimierte Zugang zu den offenen Verwaltungsdaten des Landes und der Kommunen ist eine der wichtigsten Neuerungen. Ein weiterer Vorteil ist, dass alle Behörden ab sofort schnell und einfach Daten im Internet veröffentlichen können. Kommunen können das dafür notwendige Tool ab Mitte 2020 ebenfalls kostenfrei nutzen. Darüber hinaus bietet das neue Portal mehr Platz für redaktionelle Inhalte: Bürger, Landesbehörden und Kommunen können nun auf umfangreiche Informationen zu Open-Government-Projekten, Leitfäden, Broschüren, Open-Source-Software, Ansprechpartnern und auf einen Terminkalender zugreifen. So können sie sich über praktische Beteiligungs- und Unterstützungsmöglichkeiten für die Umsetzung von Open Government informieren.

**@** [www.open.nrw](http://www.open.nrw)

**GEWERBEBAU**

**individuell  
schlüsselfertig  
zum Festpreis**

**Sie erhalten kostenlos:**  
Beratung Entwurfsidee Kostenschätzung

0 24 31 - 96 96 0  
[www.storms.de](http://www.storms.de)



# Für Energiesicherheit und Klimaschutz

## Industrieallianz für Regionale Energiesicherheit übergibt Heppendorfer Erklärung an Minister Pinkwart

Die Industrieallianz für Regionale Energiesicherheit (IARES), der auch die IHK Aachen angeschlossen ist, hat NRW-Wirtschafts- und Energieminister Professor Andreas Pinkwart ihre Bedenken zur Energie- und Produktionssicherheit nach dem Atom- und Kohleausstieg geschildert und ihre aktive Mitarbeit bei der Energiewende angeboten. Bei dem Austausch in Düsseldorf übergab die Industrieallianz Pinkwart die Heppendorfer Erklärung. Stellvertretend für die rund 100 Unterzeichner dieser Erklärung erläuterten sieben Vertreter aus Industrie, Handwerk und Energiewirtschaft dem Minister ihre Position.

Pinkwart sicherte der Industrieallianz seine Unterstützung zu: „Damit die Energiewende gelingt, braucht das Industrieland Nordrhein-Westfalen eine sichere, bezahlbare und klimafreundliche Energieversorgung. Dabei muss die Versorgungssicherheit ohne Einschränkung gewährleistet sein“, sagte der Minister. Die Unternehmensvertreter erklärten ihren Willen, dazu beizutragen, dass die Energiewende gelingt. Dazu müsse allerdings die

Produktionskontinuität auch während und nach dem Atom- und Kohleausstieg gewährleistet sein. Die Industrieallianz fordert, Klimaschutz mit Energiesicherheit zu verbinden.

Insgesamt sieben Interessenverbände mit 280.000 Mitgliedsbetrieben, unter ihnen neben der IHK Aachen der Fachverband der Werkzeugindustrie, die „Industrie-Akzeptanzoffensive“ der IHK Köln, die Bäcker-Innung Köln/Rhein-Erft und die IHK Siegen haben die Heppendorfer Erklärung unterzeichnet. Viele der Mitgliedsunternehmen sind energiesensitive und energieintensive Produzenten. Die Forderungen der Unterzeichner der sind im Einzelnen:

- Aufbau eines Energiesicherheits-Monitoring – um Transparenz und Objektivität im öffentlichen Diskurs zu fördern und innovative Lösungen für ein nachhaltiges Energiesystem zu initiieren. Die Unternehmen bieten die Expertise ihrer Fachkräfte und Ingenieure an
- Schaffen eines regionalen Leistungsmarktes – um zur Flex-Region Nummer eins in Europa zu werden

- Zur weiteren Ausschöpfung von Potenzialen braucht es für die Anbieter auf regionalen Leistungsmärkten Anreize. Ziel ist es, elektrische Leistung zu sichern und Erzeugungs- und Verbrauchsflexibilitäten zu erkennen und zu nutzen.
- Förderung eines Kompetenzaufbaus und Kompetenztransfers: Um bei der Energiesicherheit handlungsfähig zu sein, braucht es praxisorientierte Aus- und Weiterbildung gemeinsam mit Hochschulen und Bildungsträgern.

Initiiert wurde die Heppendorfer Erklärung von der Industrieallianz für Regionale Energiesicherheit, die im Sommer 2019 vom Bundesverband für den Schutz Kritischer Infrastrukturen (BSKI) und mit Unterstützung von drei Industrie- und Handelskammern (Aachen, Köln, Mittlerer Niederrhein) gegründet wurde. Die Allianz ist ein privatwirtschaftlich getragen und parteipolitisch unabhängig und bietet Unternehmen eine neutrale Dialog- und Informationsplattform.

@ [www.iares.de](http://www.iares.de)



Da ist das Ding: Kurt Vetten (v.l.), Michael Steffens, Fred Arnulf Busen, Professor Beate Braun, Guido Boveleth und Cord Meyer übergaben die Heppendorfer Erklärung an NRW-Wirtschafts- und Energieminister Andreas Pinkwart (M.).



## IHK lädt zur Jahresvollversammlung 2020 ein

Am Dienstag, 3. März, findet im Krönungssaal des Aachener Rathauses ab 11 Uhr die öffentliche Jahresvollversammlung der Industrie- und Handelskammer Aachen statt. IHK-Präsidentin Gisela Kohl-Vogel wird sich im Rahmen einer Rede zu aktuellen Themen der Wirtschaft in der Region äußern. Gezeigt wird zudem der Film „Mobilität ist Veränderung“. Unternehmensvertreter, die an der Veranstaltung teilnehmen möchten und noch nicht



Foto: Heike Lachmann

Wird bei der Jahresvollversammlung der IHK Aachen im Krönungssaal des Aachener Rathauses sprechen: IHK-Präsidentin Gisela Kohl-Vogel.

schriftlich eingeladen worden sind, werden gebeten, sich per E-Mail im Sekretariat der Hauptgeschäftsführung der IHK Aachen zu melden. Der Versand der Einladungen erfolgt in der Reihenfolge des Eingangs unter Berücksichtigung der vorhandenen Plätze.



**IHK-Ansprechpartnerin:**  
Andrea Ehlen  
Tel.: 0241 4460-215  
andrea.ehlen@aachen.ihk.de

## Seminar: Was die neuen Quick Fixes für Buch- und Belegnachweise bedeuten

Vor der Einführung des endgültigen Mehrwertsteuersystems in der Europäischen Union hat der „ECOFIN-Rat Wirtschaft und Finanzen“ die Einführung der Quick Fixes beschlossen. Zum 1. Januar 2020 sind die neuen Regelungen zur Umsatzsteuer in Kraft getreten. Die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-ID-Nr.) wird ab sofort gemeinsam mit der zusammenfassenden Meldung (ZM) zur materiell-rechtlichen Voraussetzung für eine steuerfreie, innergemeinschaftliche Lieferung abgefragt. Die regelmäßige qualifizierte Abfrage der USt-ID-Nr. gewinnt dadurch an Bedeutung. Die IHK Aachen informiert im Rahmen eines Seminars über die wesentlichen Neuerungen und was sie für den Buch-

und Belegnachweis bedeuten. Die Veranstaltung findet am Mittwoch, 12. Februar, 8.30 bis 10.30 Uhr in den Räumen der Kammer, Theaterstraße 6-10, in Aachen statt. Die Teilnahmegebühr beträgt 70 Euro, die Anmeldung erfolgt online.



**IHK-Ansprechpartnerin:**  
Karin Sterk  
Tel.: 0241 4460-296  
karin.sterk@aachen.ihk.de



[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-906)

## Der Weg zur richtigen Zolltarifnummer

Welche Zolltarifnummer hat die Ware? Die korrekte Einreihung von Waren in den Zolltarif ist die Grundlage aller Einfuhr- und Ausfuhrprozesse, der Ermittlung der Ursprungseigenschaften sowie ein Unterstützungsinstrument bei der Ausfuhr. Von diesen Themen handelt das IHK-Seminar mit dem Titel „Welche Zolltarifnummer hat meine Ware? Richtig tarifieren!“. Insbesondere hängt die Erhebung sehr stark von der richtigen Einreihung einer Ware in den Zolltarif ab; eine falsche Tarifnummer kann erhebliche finanzielle Folgen haben. Unternehmen, die den Status als AEO (Zugelassener Wirtschaftsbeteiligter) beantragen, müssen dokumentieren, wie sie die Zolltarifdaten ermitteln. Damit wird die Tarifierung zentraler Bestandteil des Risikomanagements. Aus den Tarifnummern werden bei der Einfuhr die Zollsätze für Waren abgeleitet. Fal-

sche Daten führen gegebenenfalls zu falschen Abgaben und damit zu erhöhten Steuerzahlungen oder -hinterziehungen. Im Seminar werden den Teilnehmern systematisch der Aufbau und die Handhabung des statistischen Warenverzeichnisses und des Elektronischen Zolltarifs (EZT) erläutert. Die weiteren Inhalte im Überblick:

- Wozu ein Zolltarif?
- Bedeutung der Zolltarifnummer
- Quellen des Zolltarifs (harmonisiertes System, kombinierte Nomenklatur, Warenverzeichnis für die Außenhandelsstatistik, TARIC und EZT)
- Aufbau des Zolltarifs
- Einreihungssystematik
- Vorgehen für eine richtige Tarifierung
- Einreihen von unvollständigen/unfertigen Waren

- Einreihen von Mischungen/Waren aus zwei oder mehreren Stoffen
- Arten von Anmerkungen und Erläuterungen
- Einreihen von Warenezusammenstellungen

Zum Seminar lädt die IHK für Dienstag, 24. März, von 13 bis 16 Uhr in die Kammer, Theaterstraße 6-10, Aachen, ein. Das Teilnahmeentgelt beträgt 70 Euro. Referent ist Diplom-Finanzwirt Volker Müller, ständiger Vertreter des Vorstehers des Hauptzollamtes Aachen.



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



[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr. 20-904)

# Wirtschaft trotzt dem Abschwung

IHK-Konjunkturumfrage: Die Aussichten bleiben zurückhaltend, aber zumindest die Talfahrt scheint gestoppt zu sein



Auch wenn der Abschwung gestoppt ist, ist der Blick in die Zukunft nicht ungetrübt.

Die Mehrheit der Unternehmen in der Region Aachen bewertet ihre wirtschaftliche Lage weiterhin positiv. Das ist das Ergebnis der jüngsten Konjunkturumfrage der Industrie- und Handelskammer Aachen, an der sich rund 340 Betriebe mit insgesamt 31.500 Beschäftigten beteiligt haben. Im Vergleich zur vorangegangenen IHK-Umfrage im Herbst 2019 liegt die Bewertung der aktuellen Situation auf identischem Niveau. Der konjunkturelle Abschwung, der sich in der zweiten Jahreshälfte 2019 abzeichnete, hat sich somit zum Jahresbeginn 2020 nicht fortgesetzt.

„Die gute Nachricht zu Beginn des neuen Jahres lautet: Die Talfahrt wurde gestoppt,

ehe sie richtig begonnen hat. Grund zum Jubeln gibt es jedoch nicht“, sagt Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen. „Die aktuellen Signale aus der Wirtschaft sind nicht eindeutig. Positive und negative Erwartungen der Unternehmer halten sich derzeit die Waage.“ In der Industrie zeigten sich erste Signale für eine Verbesserung der Geschäfte. „Bei der Mehrheit der Betriebe haben sich die Umsätze in den vergangenen sechs Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert. Die Auslastung der Produktionskapazitäten ist geringfügig gestiegen“, bilanziert Bayer. „Auch die Dienstleister melden eine deutliche Verbesserung ihrer Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.“

## Die Investitionsbereitschaft bleibt weiterhin hoch

Positiv stimmt darüber hinaus die unverändert hohe Investitionsbereitschaft der Betriebe in der Region Aachen – und das über fast alle Wirtschaftssektoren hinweg. Die Ertragslage wird von der Mehrheit der Unternehmer jedoch weiterhin negativ bewertet – auf dem gleichen reduzierten Niveau wie bereits im Herbst 2019.

Die Aussichten für die kommenden Monate bleiben zurückhaltend. Während ein Viertel der Befragten optimistisch in die Zukunft blickt, befürchten ebenso viele eine rückläufige Entwicklung. Betriebe mit Exportgeschäft rechnen aufgrund wachsender internationa-

ler Handelsbeschränkungen nicht mit Wachstumsimpulsen. Die Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung bleibt somit hinter dem Tempo der Vorjahre zurück.

Ein weiterer Befund der aktuellen Konjunkturumfrage der IHK Aachen: Der positive Trend am Arbeitsmarkt wird sich in den kommenden Monaten nicht fortsetzen. Zwar rechnet rund ein Viertel aller Befragten mit einem Personalaufbau. Annähernd genauso viele gehen jedoch von einem Rückgang der Beschäftigtenzahlen aus. Dabei bleibt der Fachkräftemangel für mehr als jedes zweite Unternehmen das größte Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung. Annähernd ebenso viele befürchten einen Rückgang der Inlandsnachfrage. Geringfügig weniger befürchten, dass sich die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen weiter verschlechtern – zum Beispiel durch bürokratische Belastungen, zunehmenden Protektionismus oder den Brexit.

Die Arbeitslosenquote im Kammerbezirk Aachen beträgt aktuell 5,9 Prozent. In Nordrhein-Westfalen liegt sie bei 6,4 Prozent, auf Bundesebene bei 4,9 Prozent. Damit haben sich die Werte im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert.

### Lage und Erwartungen der Unternehmer im Detail

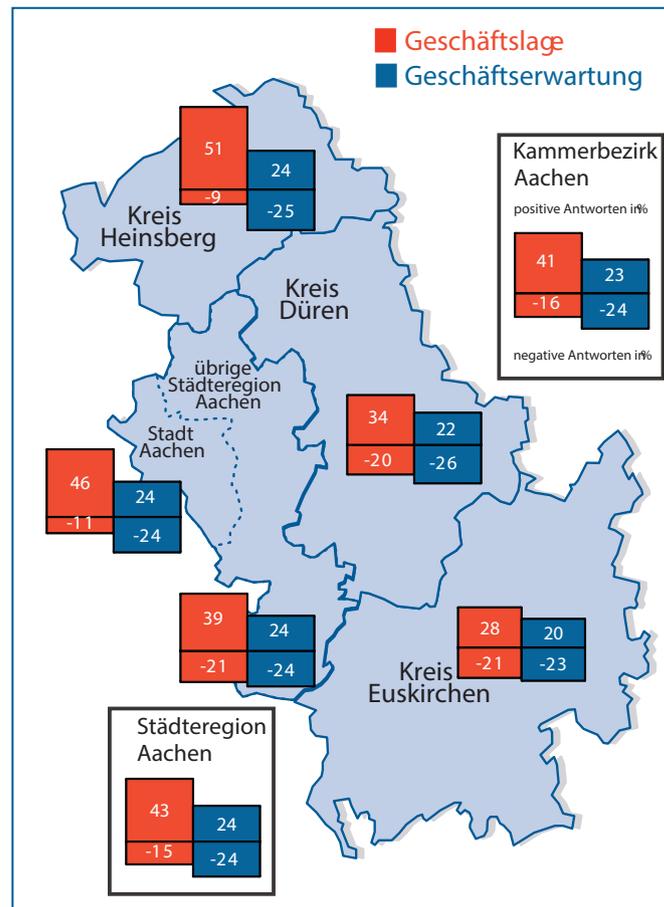
Die Industriebetriebe bewerten ihre aktuelle Lage wieder etwas positiver als noch im Herbst. Vier von zehn Befragten bezeichnen sie gegenwärtig als gut, rund ein Fünftel der Betriebe ist unzufrieden. Dennoch ist das die zweitniedrigste Lagebeurteilung der Industrie seit sieben Jahren. Die Umsätze haben sich in den vergangenen Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geringfügig verbessert. Bei vier von zehn Unternehmen sind die Umsätze gestiegen, bei etwas weniger sind sie gesunken. Die Auslastung der Produktionskapazitäten hat sich von 80 auf 81 Prozent geringfügig erhöht und liegt jetzt auf dem Durchschnittsniveau der vergangenen zehn Jahre. Bei den Dienstleistern hat sich die Situation

seit dem Herbst leicht verbessert. Fast die Hälfte der Betriebe meldet gute Geschäfte, jedes zehnte Unternehmen ist unzufrieden. Die Umsätze haben sich sogar deutlich verbessert. Fast jeder zweite Befragte berichtet

Situation deutlich zurückhaltender als zuletzt. Die Lagebewertung bleibt aber weiterhin auf einem hohen Niveau. Mehr als die Hälfte der Unternehmer ist gegenwärtig mit der Geschäftslage zufrieden. Erstmals seit vier

Jahren melden Betriebe allerdings auch wieder schlechte Geschäfte. Jedes zehnte Unternehmen ist aktuell unzufrieden.

Das Auslandsgeschäft bleibt schwach. Die Exportnachfrage in der Industrie ist in den vergangenen Monaten nicht gewachsen. Vier von zehn Unternehmen berichten, dass die Auslandsumsätze gesunken sind. Bei drei von zehn Befragten sind sie gestiegen. Auch die Auftragseingänge aus dem Ausland haben eine rückläufige Tendenz. Ein Fünftel der Betriebe meldet mehr Aufträge, bei rund einem Drittel sind weniger Aufträge eingegangen. Positive Impulse für die Konjunktur sind in den kommenden Monaten nicht zu erwarten. Rund jeder fünfte Industriebetrieb geht von einer rückläufigen Nachfrage aus dem Ausland aus, jeder siebte Befragte rechnet mit einem Anstieg.



von einem Anstieg. Bei jedem vierten Betrieb sind die Umsätze zurückgegangen.

Der Handel meldet erneut mehrheitlich gute Geschäfte, allerdings sind die Beurteilungen zum zweiten Mal in Folge schlechter als zuvor. Knapp ein Viertel aller Befragten bezeichnet die Lage als gut, jedes siebte Unternehmen als schlecht. Die Lagebewertung sank damit auf den niedrigsten Wert seit fünf Jahren. Die rückläufige Entwicklung zeigt sich sowohl bei den Großhändlern als auch im Einzelhandel. Nur noch rund ein Fünftel der Großhändler ist mit der aktuellen Situation zufrieden. Jeder 20. Betrieb ist unzufrieden. Im Einzelhandel ist die rückläufige Tendenz noch etwas stärker. Vier von zehn Unternehmen melden gute Geschäfte, etwas mehr als ein Viertel ist nicht zufrieden.

Nach vier Jahren der Hochkonjunktur bewerten Unternehmen im Baugewerbe ihre

Die überwiegend schlechte Ertragslage hat sich hingegen seit dem Herbst nicht verändert. Bei jedem dritten Betrieb sind die Erträge gesunken, jeder vierte Befragte meldet einen Anstieg. In der Industrie hat sich die Lage deutlich verschlechtert, während sie sich bei den Dienstleistern wieder verbessert hat.

Trotz der zurückhaltenden Erwartungen will die Mehrzahl der Unternehmen keine Einsparungen bei den Investitionen vornehmen. In den kommenden Monaten will rund ein Viertel der Befragten mehr investieren, ein Sechstel der Betriebe will die Investitionen zurückfahren.

@ [www.aachen.ihk.de/konjunkturbericht](http://www.aachen.ihk.de/konjunkturbericht)

i IHK-Ansprechpartner:  
Nils Jagnow  
Tel.: 0241 4460-234  
[nilsjagnow@aachen.ihk.de](mailto:nilsjagnow@aachen.ihk.de)



## Unternehmer-Sprechtag zum Thema Import/Export: IHK bietet Veranstaltung in Euskirchen an

Der Unternehmer-Sprechtag zum Thema Import/Export richtet sich an Unternehmer, die erstmalig ins Im- und Exportgeschäft einsteigen möchten oder ihre Geschäfte auf andere Länder ausweiten wollen. Die IHK Aachen berät Unternehmen in 45-minütigen Einzelgesprächen insbesondere zu Fragen der Zollabwicklung und Zollverfahren, den notwendigen Dokumenten für den Im- und Export sowie zum Ursprungsrecht. Der kostenfreie Sprechtag findet am 19. März von 9 bis 12 Uhr

im Berufsbildungszentrum Euskirchen, In den Erken 7, statt.

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

**@** [www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 101127949)

## Webinar erklärt alles Wissenswerte rund um das Thema Ursprungszeugnis

Die IHK Aachen bietet ein Webinar zum Thema (Elektronisches) Ursprungszeugnis an. Es richtet sich an Unternehmen, die im Exportgeschäft tätig und mit der Bearbeitung von Ursprungszeugnissen befasst sind. Ursprungszeugnisse können bei der IHK in Papierform oder elektronisch beantragt werden. Bei den Inhalten des Webinars geht es um die Merk-

male des Ursprungszeugnisses, seine Bearbeitung und Besonderheiten, die Vorteile der elektronischen Beantragung sowie die Voraussetzungen zur Nutzung des Ursprungszeugnisses in elektronischer Form. Die Teilnahme am Webinar am 10. März, 11 bis 11.30 Uhr, ist kostenfrei. Benötigt wird ein Smartphone, Tablet oder ein PC mit Lautsprechern.

Nach der Anmeldung werden ein Link zum Webinarsystem und weitere Instruktionen verschickt.

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

**@** [www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 101132690)

## Neues Jahr, neue Dates: „Speed-Aix“ geht in die nächste Runde

„Speed-Aix“, das Azubi-Speed-Dating der IHK Aachen und der Bundesagentur für Arbeit, geht in eine neue Runde und ist nach wie vor genau die richtige Adresse für junge Menschen, die für das laufende oder kommende Jahr einen Ausbildungsplatz suchen. Das Format stellt schnell und unkompliziert den Kontakt zu vielen Unternehmen in der Region her. Die Teilnahme ist kostenlos, eine Anmeldung nicht notwendig. Zum Ablauf: Vor Ort bekommen die Teilnehmer Terminkarten für ihre jeweiligen Wunschbetriebe. Dann haben sie zehn Minuten Zeit, ein Unternehmen von ihren Qualitäten und Fähigkeiten zu überzeugen. Was die Teilnehmer in jedem Fall mitbringen sollten, sind Interesse und Motivation, Argumente, warum sie ausgerechnet in diesem Betrieb eine Ausbildung machen wollen, jede Menge Bewerbungsmappen (Lebenslauf, Zeugniskopien) und nicht zuletzt ein bisschen Zeit und Geduld. Das Azubi-Speed-Dating wird an folgenden Terminen und Orten 2020 angeboten:



Damit zusammenfindet, was zusammen passt: Bei den Speed-Aix-Veranstaltungen haben bereits zahlreiche Unternehmen der Region ihre zukünftigen Azubis kennengelernt.

- **Düren:** 4. Februar, Haus der Stadt Düren, Stefan-Schwer-Straße 4-6
  - **Heinsberg:** 13. Februar, Festhalle Oberbruch, Carl-Diem-Straße 6
  - **Aachen:** 18. Februar, Agentur für Arbeit Aachen-Düren, Roermonder Straße 51
- Weitere Infos, auch dazu, wie Unternehmen

bei Speed-Aix mitmachen können, gibt es online:

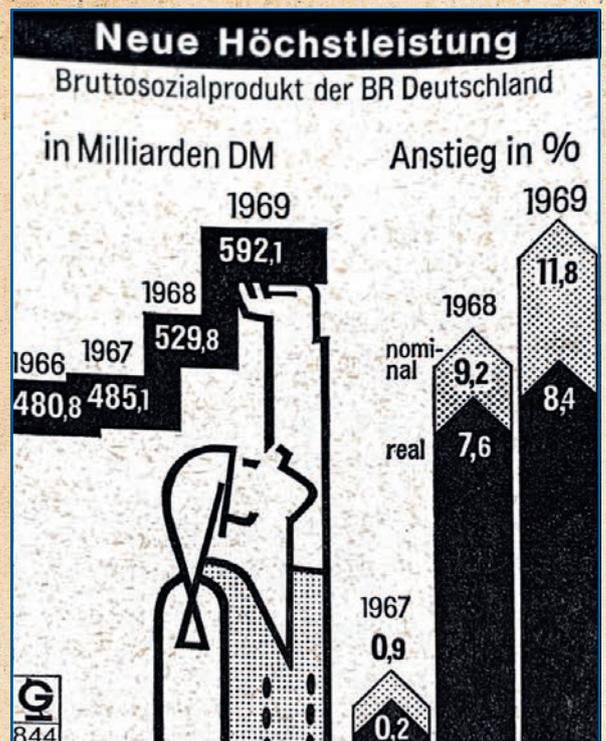
**i** IHK-Ansprechpartner:  
Michael Arth  
Tel.: 0241 4460-218  
michael.arth@aachen.ihk.de

**@** [www.speed-aix.de](http://www.speed-aix.de)



# Alt... hergebracht

Das stand vor 50 Jahren in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“



## „Wie ein Unternehmen agenturreif wird“

► „Die Frage nach der Agenturreife eines Unternehmens hängt vom Umfang der Aufgaben, aber auch von der Klarheit ab, mit der es sein Unternehmensziel zu formulieren vermag. Weit häufiger als angenommen [...] wird, steht die Diskussion werblicher Aufgaben erst am Ende einer langen Kette anderer Beratungspunkte und Planierungsarbeiten. Will heißen: Ernst zu nehmende Werbeberater sind eigentlich Absatzberater mit speziellem sozialpsychologischem Einfühlungsvermögen.“

## Dichte Zugfolge wichtig!

► „Könnte ein Geschäftsmann den Beginn seiner Besprechung auch noch nach einem dünnen Zugangebot festlegen, er wird dennoch das Auto bevorzugen, wenn er bei unbestimmtem Ende seiner Verhandlungen Gefahr läuft, mehr als zwei Stunden auf den nächsten Zug warten zu müssen.“

# Lehrjahre sind keine Vollzeitjahre

## Wie die Berufsausbildung in Teilzeit zum Erfolgsmodell werden kann



Foto: Andreas Herrmann

„Im Großen und Ganzen hat es gut geklappt“: Nazan Rasim Oglou über ihre Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement, die sie bei pro familia in Aachen in Teilzeit absolviert hat.

### VON DANIEL BOSS

**D**er Tipp kam von der Hebamme. Als Nazan Rasim Oglou mit ihrem zweiten Kind schwanger war, hörte sie zum ersten Mal von TEP, dem Programm „Teilzeitberufsausbildung – Einstieg begleiten – Perspektiven öffnen“, gefördert aus Mitteln des Landes und des Europäischen Sozialfonds. „Ich dachte sofort, dass es genau das Richtige für mich ist“, erzählt die 26-jährige Kauffrau für Büromanagement. Mit dem Programm unterstützt das Landesarbeitsminis-

terium seit dem Start im Jahr 2009 Menschen mit Familienverantwortung bei der Suche nach einem betrieblichen Ausbildungsplatz in Teilzeit. Es leistet Hilfestellung, um Familie und Ausbildung zu vereinbaren.

Die Teilnehmer werden gecoacht, qualifiziert, beruflich vorbereitet und während der ersten Ausbildungsmonate begleitet. Parallel dazu werden Unternehmen über die Teilzeitmöglichkeiten informiert und bei der Umsetzung unterstützt. Im Rahmen der Förderung stehen jährlich bis zu 540 Plätze bereit und werden

von rund 40 Bildungsträgern angeboten. Über 6.300 Menschen haben mit Hilfe von TEP bis heute den Weg in Ausbildung und Arbeit gefunden. Fast die Hälfte von ihnen, vorwiegend junge Mütter, haben Kinder im Alter von unter drei Jahren. Die rechtliche Basis für eine Ausbildung in Teilzeit bietet das Berufsbildungsgesetz: Liegt ein berechtigtes Interesse vor – zum Beispiel die Kinderbetreuung – kann die Arbeitszeit im Betrieb reduziert werden. Täglich sollen sechs Stunden Arbeitszeit nicht überschritten werden. In der Regel kommen so wöchentlich 30 Stunden statt der üblichen 40 zusammen.



Genauso war es auch bei Nazan Rasim Oglou. Sie „sparte“ Stunden, indem sie montags und freitags nach der Berufsschule nicht mehr in den Betrieb ging. Ihr ältester Sohn, Jalal, war bei Ausbildungsbeginn drei Jahre alt. Sein Bruder Malik hatte gerade den ersten Geburtstag gefeiert. Kindergarten und Tagesmutter übernahmen die Frühschicht bei der Kinderbetreuung. Am Nachmittag kümmerten sich Oglou und ihr Freund, damals Student, um den Nachwuchs. Aufgrund ihrer eigenen Berufstätigkeit konnten die Großeltern nicht so helfen, wie sie es gern getan hätten.

### Zwischen Windeln und Klausuren

„Im Großen und Ganzen hat es gut geklappt“, sagt Oglou über ihre Lehrjahre. In Vollzeit aber, da ist sie sich sicher, „hätte ich das nie geschafft“. Trotz vieler stressiger Monate zwischen „Windeln und Klausuren“ absolvierte sie ihre Ausbildung bei der Sprachenakademie Aachen in nur zwei Jahren und ist auch mit ihren Noten zufrieden. Schon wenige Wochen nach dem Abschluss im Sommer 2018 konnte sie bei der Beratungsstelle „pro familia“ anfangen, wo sie in Teilzeit zusammen mit einer Kollegin das Sekretariat leitet.

Auch Sara Antunez hat eine Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement in Teilzeit absolviert. Auch sie nahm am TEP-Programm teil. Und auch sie hatte zwei kleine Kinder, als sie mit der Ausbildung begann. Doch im Unterschied zu Oglou war sie bereits Anfang 30 und damit fast genauso alt wie ihre Ausbilderin Nina Rau, Geschäftsführerin beim Diözesanverband

Aachen der Katholischen Frauengemeinschaft Deutschlands (kfd). „In der Berufsschulklasse war ich mit Abstand die Älteste und auch die einzige Mutter“, sagt Antunez.

Ursprünglich hatte die gebürtige Peruanerin Dolmetscherin und Übersetzerin werden wollen. In ihrer Heimat hatte sie ein entsprechendes Studium begonnen. Um ihr Deutsch zu verbessern, kam sie nach Köln. Geplant war ein Auslandsaufenthalt von einem Jahr – doch dann kam die Liebe dazwischen. Ihr Studium gab sie nach der Heirat in Deutschland zwar auf, war aber fest entschlossen, eine Ausbildung zu machen, sobald die Kinder im Kin-

dergarten sind. Vorher sei es nicht möglich gewesen, ihr Mann arbeite Vollzeit.

2015 bekam sie die Möglichkeit, in der kfd-Geschäftsstelle zu lernen. Nach einem zweiwöchigen Praktikum konnte sie als Auszubildende anfangen – mit 70 Prozent der normalen Wochenarbeitszeit. „Da mein Mann im Drei-Schicht-Betrieb

**„Da mein Mann im Drei-Schicht-Betrieb arbeitet, konnten wir uns gut absprechen.“**

*Sara Antunez,  
Absolventin einer Teilzeitausbildung  
zur Kauffrau für Büromanagement*

arbeitet, konnten wir uns gut absprechen“, sagt Antunez. Außerdem sei ihr Ausbildungsbetrieb sehr flexibel gewesen. Nach drei Jahren war sie fertig und wurde sofort übernommen. Sie bekam die Stelle ihrer Vorgängerin, die in Rente gegangen war. Auch jetzt arbeitet sie in Teilzeit.

„Für uns war diese Ausbildung nicht zuletzt ein Personalplanungsinstrument“, sagt ihre Vorgesetzte Nina Rau. Sie in Teilzeit anzubieten – eine Premiere für die kfd Aachen – sei eine bewusste Entscheidung der Mitgliederversammlung gewesen. „Wir sind ein Frauenverband und diese Möglichkeit ist in erster Linie ein Frauenförderungsprogramm.“ Zugleich sei man professionell aufgestellt und verfolge auch betriebliche Interessen. „Aber es gibt eben auch ein Leben außerhalb des Büros. Und wenn Kinder plötzlich krank werden, müssen die Eltern einspringen – so einfach ist das.“ Dieses Bewusstsein sollten ihrer Meinung nach alle Arbeitgeber haben, betont Rau, selbst zweifache Mutter.

Im Rückblick sind beide, ehemalige Auszubildende und Ausbilderin, von dem Modell überzeugt. Die kfd überlegt bereits, ab Sommer erneut einen Teilzeit-Ausbildungsplatz anzubieten, entweder mit oder ohne TEP. Verbesserungsansätze sehen Rau und Antunez auf Berufsschulebene: „Zumindest meiner ersten Erfahrung nach zu urteilen, müsste man sich hier verstärkt auf Eltern einstellen und flexibler werden“, sagt Rau. So ließen sich beispielsweise morgendliche Verspätungen mit Kita-Kindern nicht immer vermeiden. „Das ist die Realität.“



Foto: Andreas Herrmann

Zwei Frauen, eine Botschaft: Für Sara Antunez (l.), die ihre Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement Teilzeit erfolgreich durchlief, und Nina Rau, Geschäftsführerin des Ausbildungsbetriebs, dem Diözesanverband Aachen der kfd, empfehlen dieses Modell in jedem Fall weiter.



**IHK-Ansprechpartnerin:**  
Waltraud Gräfen  
Tel.: 0241 4460-253  
waltraud.graefen@aachen.ihk.de

# „Öffentlich braucht die Pre

Frank Bärmann erklärt im Interview, wie sich die  
zum „gnadenlosen“ Dialog entwickelt hat –



# keitsarbeit sse nicht mehr“

Unternehmenskommunikation von einer Einbahnstraße  
und warum das Fluch und Segen zugleich ist



## VON JULIANE HORN

**Frank Bärmann hat, wie er selbst sagt, den Wandel der klassischen Pressearbeit sowie die Anfänge der Social-Media-Welle mitbekommen. Sein Know-how setzt er seit mehr als 20 Jahren im Bereich Public Relations (kurz: PR, also Öffentlichkeitsarbeit) und seit etwa 15 Jahren im Bereich Social Media ein, um die Botschaften von Unternehmen in die Köpfe der Menschen zu bringen. Als Inhaber der Heinsberger Agentur „conpublica“, die in diesem Jahr ihr zehnjähriges Bestehen feiert, unterstützt er seine Kunden in Sachen Text, Redaktion und PR. Im Interview verrät der PR- und Social-Media-Manager, ob Pressemitteilungen heutzutage überhaupt noch nötig sind, wie Betriebe die richtigen Kommunikationskanäle für sich finden und warum das Bespielen von sozialen Netzwerken nicht zwingend in die Hände eines Presseverantwortlichen gehört.**

**WN:** Herr Bärmann, empfinden Sie die neuen Medien, die ja längst nicht mehr neu sind, als Fluch oder Segen für die Unternehmenskommunikation?

**Frank Bärmann:** Beides, Fluch und Segen. Die Unternehmenskommunikation ist durch die neuen Medien vielfältiger geworden. Wir haben heute viel mehr Möglichkeiten und Kanäle, um unsere Informationen loszuwerfen. Betriebe können sich endlich mit Kunden und Interessengruppen austauschen, sofern sie es möchten. Das hat die Unternehmenskommunikation allerdings auch wesentlich anspruchsvoller gemacht: Nachrichten verhalten sich selbstständig; die Herausgeber haben schon lange keine Kontrollhoheit mehr über ihre Informationen. Die Empfänger – also Kunden oder die jeweiligen Zielgruppen – werden auf der anderen Seite überhäuft mit Informationen und selektieren krass aus, was sie lesen und hören wollen. Sie kritisieren und bewerten gnadenlos – positiv wie negativ. Früher konnten wir höchstens Leserbriefe schreiben, um Feedback zu geben. Heute können wir im Internet direkt reagieren und in den Dialog gehen. Die Gefahr ist jedoch, dass die neuen Medien – und das ist vor allem bei Social Media der Fall – selbst mitbestimmen, was die Mitglieder zu sehen bekommen. Damit können viele Unternehmen nicht oder

nicht gleich umgehen. Sie müssen sich darauf einstellen, dass Beiträge sehr stark von den Netzwerken gefiltert werden und dass man nicht weiß, was von Fans oder Followern überhaupt gesehen wird. Auch deshalb bin ich übrigens ein Verfechter von eigenen Blogs – denn dort habe ich wenigstens die Hoheit über meine Inhalte.

**WN:** Braucht es in einer Welt, in der wir fast täglich Eilmeldungen aufs Smartphone bekommen, Nachrichten jederzeit online lesen und Artikel selbst im Internet veröffentlichen können, überhaupt noch Pressemitteilungen, die von Unternehmen herausgegeben werden?

**Bärmann:** Ja, sie sind ein elementarer Bestandteil einer guten Pressearbeit – allerdings nur dann, wenn sie gut geschrieben sind, eine echte Neuigkeit bieten und beim richtigen Redakteur landen. Von Journalisten bekomme ich immer wieder die Rückmeldung, dass sie „gute“ Pressemitteilungen mit Mehrwert immer noch gern für die tägliche Arbeit nutzen. Im Vergleich zu vor zehn Jahren hat sich der Stellenwert der PM allerdings deutlich verschlechtert, eben weil es heute vielfältigste News- und Recherchequellen für Journalisten gibt. Das eigentliche Problem ist aber, dass die Qualität dessen, was als Pressemitteilung versendet wird, stark nachgelassen hat – während die Menge drastisch gestiegen ist. Eine gute, kurze und knackige PM geht da leider häufig in der Masse unter.



Foto: Stefan Martine

Egal ob Print oder digital: Frank Bärmann betreut Unternehmen bei der Öffentlichkeitsarbeit auf allen Kanälen.

**WN:** Was hat sich in der Öffentlichkeitsarbeit von Betrieben am gravierendsten im Vergleich zu vor zehn oder 20 Jahren verändert?

**Bärmann:** Erstens: Es stehen heute viel mehr Kanäle zur Verfügung, über die Informationen an die Öffentlichkeit gegeben werden können. Zweitens: Die Unternehmen sind längst nicht mehr die alleinigen Sender von Informationen. Und die klassischen Medien sind auf der anderen Seite nicht mehr die einzigen, die diese Meldungen verbreiten. Einfach ausgedrückt: Öffentlichkeitsarbeit braucht die Medien nicht mehr. Und drittens: Öffentlichkeitsarbeit ist heute ein Dialog und eben keine Einbahnstraße vom Unternehmen über die Presse zum Leser. Das war vor zehn oder 20 Jahren anders.

**WN:** Mehr Kanäle zu nutzen heißt aber auch, dass diese zielgruppengerecht bespielt werden müssen. Welche Auswirkungen hat das auf die Ansprüche an beziehungsweise die Kompetenz der Presseverantwortlichen in Betrieben?

**Bärmann:** Sehr oft bedienen die Presseverantwortlichen in Unternehmen zugleich auch die Social-Media-Kanäle. Eigentlich muss man diese Aufgabengebiete aber längst trennen. Wer aktiv in den sozialen Medien mitspielt, muss mit den Kanälen umgehen können und wissen, was er tut. Nur, wenn jemand sowohl in der Pressearbeit als auch in Social Media fit ist, kann er oder sie auch beides erledigen. In den sozialen Netzwerken aktiv zu sein, ist kein Job, den man nebenbei macht. Nicht umsonst gibt es neben den Pressereferenten und PR-Managern auch die Berufsbilder der Social-Media-Manager und Community-Manager.

**WN:** Nicht alle neuen Netzwerke und Plattformen sind jedoch für jedes Unternehmen geeignet. Wie ist Ihre Devise? Einfach mal ausprobieren – oder lieber doch erst eine Strategie überlegen, bevor man startet?

**Bärmann:** Das beschreibt genau den Kern des Problems. Deshalb muss ich auch sagen: Beides ist richtig. Natürlich benötigt ein Unternehmen heute eine Strategie von A bis Z und sollte nicht ohne Plan loslegen. Das propagiere ich seit Jahren in meiner täglichen Arbeit als Berater und Dienstleister. Wen will ich ansprechen? Was will ich vermitteln? Und woher kommt der Content? Wenn ich mir darüber keine Gedanken mache, ist das Projekt zum Scheitern verurteilt. Allerdings sollte man

auch den Mut mitbringen, Dinge auszuprobieren. Vielleicht funktioniert Instagram viel besser als Facebook – obwohl das ja alle machen. Oder Twitter oder XING. Vielleicht ist auch ein YouTube-Kanal das richtige Mittel. Oder man testet mal Pinterest oder Snapchat. Als Unternehmen muss man sich nicht sofort auf jedes neue Netzwerk stürzen – und wenn, dann nur, wenn auch Leute da sind, die es gut machen können. Ansonsten ist es sinnvoll, erst einmal abzuwarten, ob der Trend vielleicht schnell wieder vorbeigeht. Aber generell gilt: Es gibt nicht das Patentrezept für alle. Ich sage immer: Probiert es mal aus. Man erkennt schnell, ob eine Plattform die richtige ist.

**WN:** Wo sehen Sie Herausforderungen und Risiken bei der Vielfalt der Medien und Kanäle?

**Bärmann:** Zum einen sollte man sich nicht verzetteln – also am besten nicht gleich mit fünf neuen Kanälen anfangen. Da läuft man Gefahr, dass man den Wald vor lauter Bäumen nicht sieht. Eine riesige Gefahr ist es auch, von allem ein bisschen zu machen, aber nichts richtig. Dann lieber wenige Kanäle anpacken, diese aber richtig betreuen. Und: Wenn etwas nicht funktioniert, kann das viele Gründe haben. Dann sollte man sich das auch eingestehen und den Mut haben zu wechseln.

**WN:** Um es noch einmal zusammenzufassen: Welche drei Punkte sind es, die gute PR für Unternehmen heutzutage ausmachen?

## INFO

### Tue Gutes und rede darüber: CSR als Trend in der Unternehmenskommunikation

„Corporate Social Responsibility“ – oder kurz: CSR – ist ein Begriff, der im Zusammenhang mit der Kommunikationspolitik von Unternehmen immer häufiger gebraucht wird. CSR bedeutet dabei die ethische und moralische Verantwortung eines Betriebs oder einer Institution gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft, den Mitarbeitern und Bereichen des öffentlichen Lebens. Umweltverschmutzung, Klimawandel und die Verarmung eines immer größer werdenden Teils der Weltbevölkerung sind die Themen, die die Menschen bewegen und die auch von Unternehmen im Rahmen einer Kommunikationsstrategie genutzt werden können. „In einer von Werbung übersättigten



Umgebung punkten heute Firmen, die nach außen hin kommunizieren, dass ihr Anliegen über das Geldverdienen hinausgeht“, sagt Christiane Chmel, Inhaberin der Aachener PR-Agentur ContaCt, die sich auf Maßnahmen vor allem im Bereich Social Sponsoring spezialisiert hat. Ziel sei es, auf das eigene Unternehmen, zum Beispiel auch im Zusammenhang mit einem medienwirksamen Ereignis, aufmerksam zu machen und sich so von der Konkurrenz abzusetzen. „Der Kunde erwartet heute von Unternehmen, dass sie über ihre reine Geschäftstätigkeit hinaus aktiv sind“, sagt Chmel. „Charity oder Umweltschutz können mächtige Instrumente sein, um Kaufentscheidungen zu beeinflussen.“

**Bärmann:** Erstens: Betriebe müssen ihre Zielgruppen sowie deren Bedürfnisse und Erwartungen genau kennen. Nur wenn sie diese definieren, können sie – und das ist Punkt zwei – die richtigen Kanäle und Plattformen für sich finden, um die Zielgruppen zu erreichen. Das ist ähnlich wie die Entscheidung, ob etwas für die Lokal- oder Fachpresse

formuliert wird. Und drittens: Es ist absolut notwendig, das Handwerkszeug zu beherrschen – sei es bei Pressemitteilungen, Fachartikeln, Blogbeiträgen oder aber bei Fotos, Videos und Social-Media-Posts. Unternehmen sollten das breite Instrumentarium der PR nutzen; allerdings muss man wissen, was man tut. ■

Grafik: Picochet64 - stock.adobe.com

# PRINT

Gedruckt wird unheimlich viel.  
So manchem ist das gar nicht mehr bewusst.  
Print sorgt für Kunden, Gäste, Mieter, Umsatz,  
Wähler, Marktanteile, Nutzer und Besucher !

DENKEN.  
DESIGNEN.  
DRUCKEN.

**image** DRUCK-  
MEDIEN

Karl-Friedrich-Straße 76  
52072 Aachen  
0241 99 00 26 - 411  
imagedruck.de

  
Dirk Rütgers - Geschäftsführer



Foto: IHK Aachen/Juliane Horn

Macht auch schon mal Hantier: Der Blog des AVV liefert Einblicke in die tägliche Arbeit eines Verkehrsverbundes.

# Neues von der Kaffeetheke

## Warum Corporate Blogs ein modernes Aushängeschild für Unternehmen sind

VON JULIA SEVERINS

Zu welcher erstaunlichen Mobilität ein Bus dem Menschen verhelfen kann, wird ersichtlich, wenn der Mensch den Bus zu verpassen droht. Erblickt der potenzielle Passagier das offensichtlich abfahrbereite Gefährt aus naher bis mittlerer Distanz, animiert ihn das regelmäßig zu teilweise durchaus beeindruckenden Sprintleistungen. Steht der Mensch im

Anschluss allerdings vor verschlossener Bustür, war aller Ehrgeiz vergebens. Da hilft kein Klopfen, da hilft kein (atemloses) Schimpfen – die Tür bleibt zu. Oft ist dann der Ärger groß. Dabei befolgt der Busfahrer lediglich seine Vorschriften. Das wissen aber nur Wenige. Für Situationen wie diese Aufklärungsarbeit zu leisten und um Verständnis zu werben: Das ist einer der Aufgaben, für die der Aachener Verkehrsverbund (AVV) vor rund sechs Jahren seinen Blog ins Leben gerufen hat. ▶



Der Blog startete als Ergänzung zur bereits bestehenden Facebook-Seite. Die Beiträge auf dem neuen Kanal sollten die oft komplexen Themen aus dem Verkehrsverbund mit ausreichend Detailtiefe darstellen. Markus Vogten ist Pressesprecher beim AVV und hat auch das Konzept des Blogs maßgeblich mitbestimmt. Bei der Themenauswahl berücksichtigt er Interessen verschiedener Lesergruppen: „Es sind nicht nur Erklärungen aus dem Arbeitsalltag – wie ein Stellwerk funktioniert oder warum der Busfahrer an der Haltestelle die Türe nicht mehr öffnen darf, wenn sie einmal geschlossen ist – die unsere Fahrgäste interessieren. Über den Blog präsentieren wir unsere Arbeit auch der Politik, die in unseren Gremien wie Aufsichtsrat oder Verbandsversammlung vertreten ist.“ Der AVV sei eine GmbH in öffentlicher Hand, erklärt Vogten. Als Managementgesellschaft koordiniert diese den öffentlichen Nahverkehr in Aachen, Heinsberg und Düren.

Der Blog des AVV ist ein Beispiel für die so genannten Corporate Blogs. Das ist so etwas wie ein öffentliches Tagebuch eines Unternehmens. Es erzählt Geschichten über Menschen und Projekte in Bürogebäuden, Produktionshallen oder auf den Straßen. Diese Transparenz über das Unternehmensinnere entspricht – wenn auch durch Marketing-Abteilungen kontrolliert – dem heutigen Zeitgeist. Denn für Kunden und potenzielle Mitarbeiter sind Glaubhaftigkeit und Vertrauenswürdigkeit längst zu ausschlaggebenden Kriterien für die Auswahl von Geschäftspartnern und Arbeitgebern geworden.



Foto: AVW

„Beim Betreiben eines Blogs geht Qualität vor Quantität. Lieber nur ein- oder zweimal im Monat bloggen, aber dafür mit hochwertigem Content“: Markus Vogten, Pressesprecher des AVV.

### Weil Menschen gerne hinter die Kulissen schauen

Etwa 1.500 Mal werde ein Beitrag des AVV-Blogs heute durchschnittlich gelesen. Abweichungen nach oben oder unten macht Vogten weniger am Wochentag oder der Uhrzeit der Veröffentlichung fest, als am Thema des Beitrags: „Einblicke hinter die Kulissen funktionieren sehr gut, das interessiert die Leser. Ebenso spüren wir, dass Artikel wertgeschätzt werden, hinter denen viel Aufwand für die Vor-Ort-Recherche und Gespräche mit den Beteiligten stecken.“ Für die Umsetzung des Blogs wurde eine Agentur herangezogen. In Zusammenarbeit entstanden sowohl ein Kon-

zept als auch erste Themen. Verfasst wurden die Beiträge dann aber selbst. Heute ist vor allem eine freie Mitarbeiterin auf den Straßen des Verbundgebiets unterwegs und schreibt Blogartikel zu aktuellen Themen. Die Vorgehensweise ähnelt der Arbeit für ein Fachmagazin. „Die Beiträge auf dem AVV-Blog sind zu 98 Prozent redaktionell. Das empfinde ich als sehr wichtig, denn der Blog soll Spaß machen und zum Verweilen einladen. Früher gab es unser Kundenmagazin. Das lag dem Super Sonntag bei. Diese Art der Veröffentlichung ist für uns überholt und war zudem immer sehr kostenintensiv. Die Themen decken wir jetzt über den Blog ab“, erklärt Vogten.

**DA BIST DU JA!**

Meron, 5 Jahre

Viele Kinder wie Meron suchen Hilfe.

**WERDE PATE!**

**World Vision**  
Zukunft für Kinder!

**WORLDVISION.DE**

**DZI**  
Spenden-Siegel

Manchmal dürfe es aber auch ein wenig Eigenwerbung sein. So wurde die neue App des AVV ebenfalls über den Blog präsentiert.

Technisch umgesetzt wurde das Projekt mit der Blogsoftware Wordpress. Mit einem Marktanteil von 46 Prozent ist es das meist genutzte Content-Management-System in Deutschland vor den Anbietern Typo3, Joomla, Contao und Drupal. Als so genannte Open-Source-Software, also Software, deren Quellcode frei zugänglich ist, kann Wordpress kostenlos genutzt werden. Für die eigene Domain und den Hosting-Service fallen jedoch laufende Gebühren in ganz unterschiedlicher Höhe an, je nach Nutzungsumfang.

Die Themen für den AVV-Blog werden über einen Redaktionsplan gesteuert. Bis zu acht Artikel seien gleichzeitig in der Mache oder bereits fertig zur Veröffentlichung. Aber dennoch gilt für Vogten: „Beim Betreiben eines Blogs geht Qualität vor Quantität. Es nutzt nichts, direkt zu Beginn alles Pulver zu ver-

schießen. Lieber nur ein- oder zweimal im Monat bloggen, aber dafür mit hochwertigem Content.“

### Geschichten aus dem Arbeits-Alltag eines Unternehmens

Das bestätigt auch Stephanie Lemken, Leiterin Marketing und Kommunikation beim Aachener Anbieter von Softwarelösungen für die Energiewirtschaft, der Soptim AG. „Wir wollen nicht einfach nur unsere Produkte vorstellen, da das im Zweifel nur eine kleine Zielgruppe erreicht.“ Vielmehr sollen Geschichten dem Leser nahelegen, wie und an welchen Themen das Unternehmen arbeite und wie der Alltag dort aussehe, erklärt sie. Der Blog existiert seit September 2016. Den Anstoß gab damals der Vorstand. „Wir wollten stärker auf Social Media zu sehen sein und mehr Kontaktpunkte

zu bestehenden und potenziellen Kunden sowie neuen Mitarbeitern schaffen“, erklärt Lemken. Daraus abgeleitet rief sie den Blog als einen von vielen Bausteinen einer ganzheitlichen Social-Media-Strategie ins Leben.

*„Wir spüren, dass Artikel wertgeschätzt werden, hinter denen viel Aufwand für die Vor-Ort-Recherche und Gespräche mit Beteiligten steckt.“*

*Markus Vogten,  
Pressesprecher beim Aachener Verkehrsverbund*

Die Autoren bei der Soptim AG sind in der Regel Mitarbeiter, meistens Projektleiter. Zwischen 20 bis 25 Kollegen bloggen aktiv, eingeladen seien jedoch alle 345.

Redaktionelle Hintergründe oder überhaupt Erfahrung im Verfassen von Texten haben die Wenigsten. Deshalb investiert das fünfköpfige Marketingteam pro Beitrag bis zu vier Stunden für Korrekturen und Bildrecherche, die technische Einstellung in der Blogsoftware und die anschließende Verbreitung des Artikels über die Firmenprofile auf XING, Twitter und LinkedIn. Der Aufwand für das reine

## Partner für Geschäftskunden

# LOKAL, SCHNELL, INDIVIDUELL.

Mit über 270 Märkten in ganz Deutschland sind wir immer in Ihrer Nähe. Als Geschäftskunde steht Ihnen ein persönlicher Berater zur Verfügung, der sich schnell und effektiv um all Ihre Belange kümmert. Für eine exklusive Beratung müssen Sie bei uns nicht warten – besuchen Sie einfach Ihren Markt vor Ort.

### WIR BIETEN MEHR:

- Gleich ums Eck – Ihr MediaMarkt in Ihrer Stadt
- Immer ein offenes Ohr – Ihr persönlicher Berater
- Riesiges Sortiment – Zugriff auf über 300.000 Produkte
- Maßgeschneidert – individuelle Lösungen aus Produkt, Preis und Service
- Profitabel – Unsere Leasing- und Zahlungskonditionen
- Total flexibel – Kauf auf Rechnung



Foto: Soptim AG

„Man kann Marketing im stillen Kämmerlein betreiben oder man kann durchs Haus gehen und findet sofort viele spannende Geschichten“: Stephanie Lemken, Leiterin Marketing und Kommunikation bei der Soptim AG, erklärt, wie das Unternehmen neue Themen für den Blog findet.

Schreiben sei übrigens Typ-Sache. So gebe es Autoren, die Beiträge in zwei Stunden schreiben, andere bräuchten einen ganzen Tag.

Dass es nicht immer leicht ist, komplexe Themen und immaterielle Produkte wie Software in einem Blogbeitrag verständlich rüber zu bringen, weiß Lemken: „Die

weiße Seite ist der größte Feind. Einen Artikel zu beginnen ist wirklich der schwierigste Moment. Das erlebe ich oft im Gespräch mit den Kollegen. Meine Empfehlung lautet dann immer, einfach mit den Aussagen zu starten,

**„Die weiße Seite ist der größte Feind. Einen Artikel zu beginnen ist wirklich der schwierigste Moment.“**

*Stephanie Lemken,  
Leiterin Marketing und Kommunikation  
bei der Soptim AG*

die am leichtesten fallen. Das kann dann auch schon der Mittelteil oder das Fazit am Ende des Blogbeitrags sein.“ Auch vorbereite-

te Interviewfragen würden den Einstieg erleichtern. Auf die Frage, ob sie auch selbst schreibe, antwortet Lemken lachend: „Ich glaub', ich wär' mal wieder dran.“

Gefunden werden die Themen nicht selten an der Kaffeetheke. Dort werde über das geredet, was gerade spannend ist. Ein offenes Ohr reicht bei Lemken und ihrem Team meist aus, um von relevanten Themen zu erfahren. Im nächsten Schritt wird das Gespräch mit den Kollegen gesucht. „Man kann Marketing im stillen Kämmerlein betreiben oder man kann durchs Haus gehen und findet sofort viele spannende Geschichten“: So sieht Lemken das.

Eine aufwendige, strategische Vorbereitung für den Blog hat es 2016 nicht gegeben. Gestartet wurde nach dem Prinzip „einfach mal machen“. Nur die Vorgabe, einmal monatlich einen Beitrag zu veröffentlichen, schaffte einen Rahmen. Rückblickend war dies eine gute Entscheidung für Lemken: „Ich empfehle

jedem, der über einen Blog nachdenkt, es genauso zu tun. Loslegen und schauen, was passiert.“

Interaktion über die Kommentarfunktionen bleibt auf Corporate Blogs, deren Kerngeschäft sich im Business-to-Business-Bereich bewegt, häufig aus. Lemken vermutet als Grund für diese Zurückhaltung: „Die Hürde, etwas preiszugeben, das auch die Konkurrenz oder der Vorgesetzte lesen könnte, ist hoch. Je nach Branche müsste der Kommentar vorher sogar intern abgestimmt werden und das hemmt zusätzlich. Diese passive Haltung der Leser finde ich ganz verständlich. Ändern lässt sich das nur durch eine offenere Unternehmenskultur, die den Dialog auf Social Media aktiv fördert und fordert.“

Dem entgegen steht häufig die Angst vor Kontrollverlust. Der Weblink zum Blogbeitrag kann über Social-Media-Kanäle verbreitet werden und somit schnell viele Leser erreichen. Doch Angst vor so genannten Shitstorms hat Markus Vogten nach jahrelanger Erfahrung nicht mehr: „Wenn uns mal Beschwerden über den AVV-Blog erreichen, dann sind es in der Regel frustrierte Fahrgäste, die sich bei uns Luft über das Fahrpersonal oder Verspätungen machen wollen. Insgesamt ist das Verständnis für die Arbeit im Nahverkehr durch den Blog aber gewachsen. Das spüren wir deutlich.“

@ [blog.avv.de](mailto:blog.avv.de)  
[soptim.de/de/blog/](https://soptim.de/de/blog/)

## INFO

### Ein Redaktionsplan hilft, den Blog zu organisieren

Ein Redaktionsplan ist eine große Stütze für regelmäßige abwechslungsreiche und zielgruppengerechte Blog-Posts. Die Kernbestandteile sind: Verfasser, Datum der Veröffentlichung, Arbeitstitel, Zielgruppe und relevante Keywords, damit der Artikel über die Google-Suche gefunden werden kann (Stichwort: Suchmaschinenoptimierung).

## INFO

### Meistgelesen

Die fünf erfolgreichen Unternehmensblogs in Deutschland sind (Stand 2018):

1. Mercedes-Benz Passion Blog: [blog.mercedes-benz-passion.com](http://blog.mercedes-benz-passion.com)
2. EURONICS Trendblog: [trendblog.euronics.de](http://trendblog.euronics.de)
3. Ritter Sport Blog: [www.ritter-sport.de/blog/](http://www.ritter-sport.de/blog/)
4. Berchtesgadener Land Blog: [blog.berchtesgadener-land.com](http://blog.berchtesgadener-land.com)
5. Opel-Blog: [www.opel-blog.com](http://www.opel-blog.com)

Quelle: newsaktuell & Faktenkontor 2018

## Durchstarten mit Social Media



06.03.2020

### Facebook-Werbung

Kleiner Etat – große Wirkung

- Erstellung eines Werbekontos
- Budgetierung, Targeting & Tracking
- Werbeanzeigen & Kampagnenstruktur
- Werbemaßnahmen für Bestands- und Potenzialkunden
- Facebook Pixel
- Messung des Werbeerfolges



**Termin:** Freitag, 06.03.2020, 13 - 18 Uhr  
**Ort:** Medienhaus Aachen,  
Dresdener Straße 3, Aachen  
**Preis:** 379,90 € p. P.

**Hinweis:** Inkl. Getränke, Snacks und  
Teilnahmezertifikat.  
Sie erhalten eine steuerabzugs-  
fähige Rechnung für Ihre  
Weiterbildung.

**Referent:** Jan Stranghöner, Gründer und  
Geschäftsführer der Agentur Social  
Marketing Nerds, SEO und Social Media Experte

**Buchung**  
**Online:** medienhausachen-akademie.de  
**Per E-Mail:** akademie@medienhausachen.de  
**Per Fax:** 0241 5101 - 79 83 73

**Teilnahmebedingung:**  
Mitbringen eines eigenen Laptops/  
Notebooks, bestehender Account bei  
Facebook

Weitere Informationen unter:  
medienhausachen-akademie.de

Begrenzte Teilnehmerzahl.

## Erfolgreich verkaufen

### Neukunden-Kaltakquise

Das erfolgreiche Verkaufsgespräch - 04.03.2020

### Verkaufen ohne Rabatte

Erfolgreiche Preisverhandlungen - 11.03.2020

### Ohne Angebot kein Auftrag

Angebote, die begeistern und gelesen werden - 25.03.2020

**Referent:** Heiko T. Ciesinski, Experte für  
Kommunikation und Vertrieb, Autor  
und gelistet als „Professional Speaker“  
bei der German Speaker Association.

**Termine:** Mittwoch, 04.03.2020,  
Mittwoch, 11.03.2020,  
Mittwoch, 25.03.2020,  
jeweils von 13 bis 18 Uhr

**Ort:** Medienhaus Aachen,  
Dresdener Straße 3, Aachen

**Einzelseminar:**  
**Vorteilspreis\*:** 379,- € p. P. /  
Regulär: 449,- € p. P.

**Paketpreis für alle drei Seminare:**  
**Vorteilspreis\*:** 999 € p. P. /  
Regulär: 1199,- € p. P.

**Buchung:**  
**Online:** medienhausachen-akademie.de  
**Per E-Mail:** akademie@medienhausachen.de  
**Per Fax:** 0241 5101 - 79 83 73

**Hinweis:** Sie erhalten eine steuerabzugsfähige  
Rechnung für Ihre Weiterbildung. Nach Ab-  
schluss des Seminars erhalten Sie ein Teilnah-  
mezertifikat. Preise inkl. Getränke und Snacks.

Weitere Informationen unter: medienhausachen-akademie.de

Begrenzte Teilnehmerzahl.  
\*Gültig für Abonnenten der Aachener Zeitung,  
Aachener Nachrichten und deren Lokalausgaben.

Angebote aus dem

## TÄGLICHE NUTZUNGSDAUER

# 182

**Minuten** am Tag widmet der Deutsche im Schnitt dem Internet. Bei den Unter-30-Jährigen ist die Zeitdauer doppelt so lang: gut sechs Stunden (oder 366 Minuten).

## TÄGLICHE INTERNETNUTZUNG

# 41

**Prozent** der Deutschen geht an einem normalen Tag online, um Texte zu lesen, Videos anzuschauen oder Audios zu hören.

## IMMER ÖFTER ONLINE

Welche Medien die Deutschen wie oft und wie lange nutzen

Über Jahre hinweg hat die Internetnutzung in Deutschland stetig zugenommen. Mittlerweile ist in vielen Bereichen fast schon eine Kontinuität festzustellen. Weiter gestiegen ist dagegen die mediale Internetnutzung. Das geht aus der Auswertung der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie hervor, die im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt wird. Ein Überblick über die wichtigsten Ergebnisse.

## FERNSEHER VS. SMARTPHONE

# 95

**Prozent** nutzen das Fernsehgerät zumindest gelegentlich. Es hat in der Bevölkerung die höchste Verbreitung. Das Smartphone liegt mit 83 Prozent auf Platz zwei. Bei jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren ist die Reihenfolge umgekehrt: 100 Prozent nutzen ein Smartphone, 87 Prozent einen Fernseher.

## HILFE PER SPRACHASSISTENT

# 29

**Prozent** der Deutschen haben schon mal einen Sprachassistenten verwendet und nutzt diesen über das Smartphone, zehn Prozent über einen smarten Lautsprecher. Siri auf dem iPhone und Alexa auf dem Amazon Echo sind am weitesten verbreitet.

## SOCIAL MEDIA: WAS IST RELEVANT?

# 76

**Prozent** der Bevölkerung kommunizieren täglich über WhatsApp, 21 Prozent nutzen Facebook und 13 Prozent Instagram. Dabei weist Instagram unter allen Social-Media-Angeboten die höchste Nutzungssteigerung auf und wird vor allem von unter 30-Jährigen genutzt. Snapchat, Twitch, Xing, LinkedIn und Twitter folgen mit großem Abstand. TikTok erreicht täglich fünf Prozent der 14- bis 29-Jährigen.

## TÄGLICHE NUTZUNG VON ONLINE- MEDIENANGEBOTEN

# 87

**Minuten** verbringt die Bevölkerung insgesamt im Durchschnitt pro Tag mit medialen Inhalten im Internet. Insbesondere Streaming-Dienste für Videos und Musik sind Treiber dieser Entwicklung. Aber auch Mediatheken und Videos auf Social-Media-Plattformen sowie Nachrichtenportalen spielen eine relevante Rolle. Bei der täglichen Nutzungsdauer liegt das Sehen von Videos (42 Minuten) knapp vor dem Hören von Audios (38 Minuten) und dem Lesen von Texten (28 Minuten).

## PUBLIKUM

# 63

**Millionen** Menschen in Deutschland und damit 90 Prozent der Bevölkerung (ab 14 Jahren) nutzt das Internet gelegentlich, 71 Prozent sogar täglich.

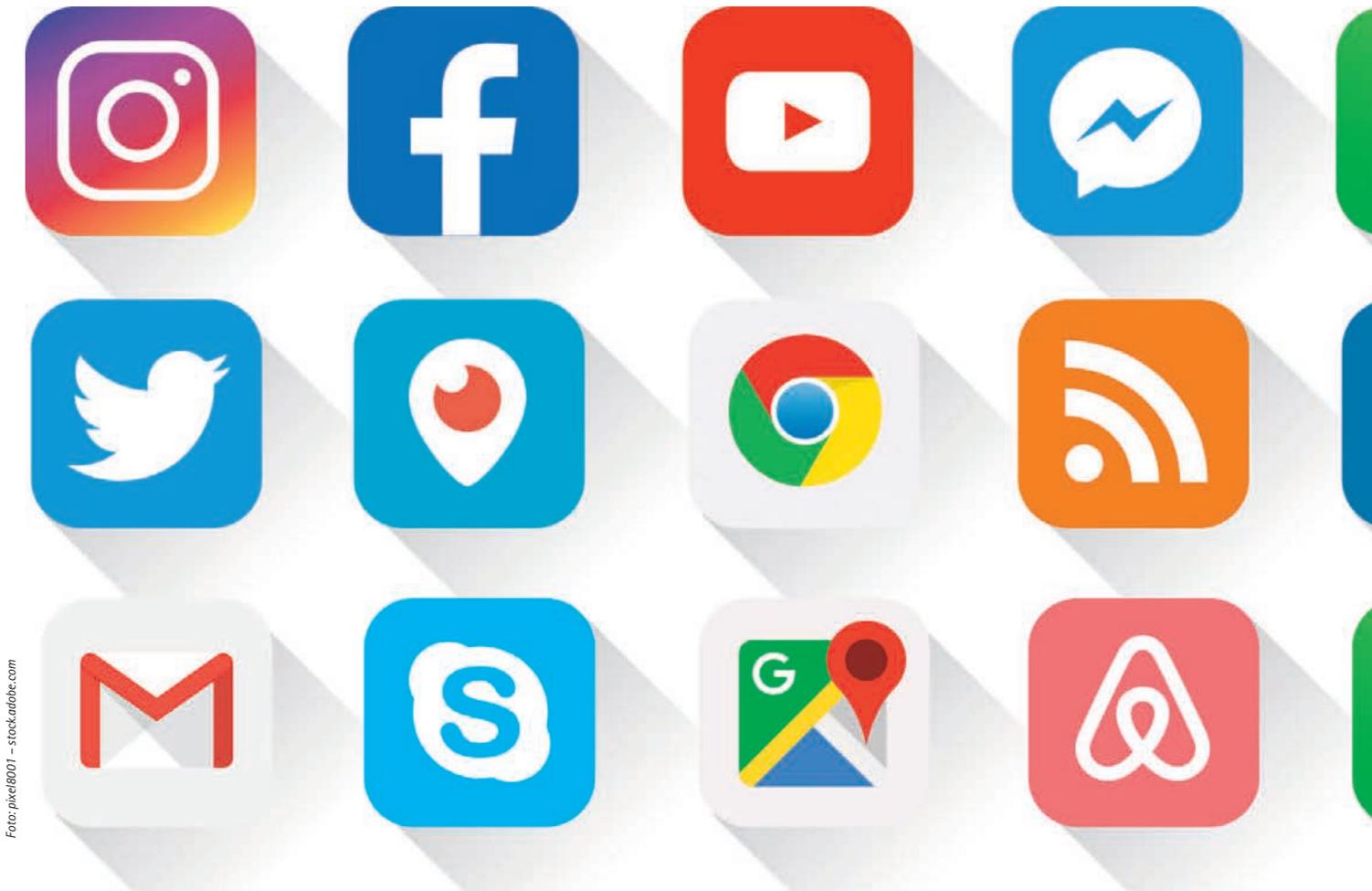


Foto: pixel8001 – stock.adobe.com

Muss man da überall präsent sein? Sicher nicht. Online-Marketing bedeutet nicht zuletzt, herauszufinden, welche Kanäle für ein Unternehmen überhaupt sinnvoll sind.

# Kanal-Arbeiten

Die Frage, welche Inhalte wo funktionieren, beschäftigt auch die RWTH Innovation GmbH

VON CAROLIN CREMER-KRUFF

**P**odcast, Instagram, Facebook, Throwback Thursday, Hashtag, Newsletter und, und und. Kann man in der heutigen Online-Welt eigentlich noch den Überblick behalten? Ja, meint Marina Brandt. Sie ist seit Juli 2019 Head of Communications Management bei der RWTH Innovation GmbH, die vor zweieinhalb Jahren gegründet wurde. Als hundertprozentiges Tochterunternehmen der RWTH Aachen University ist RWTH Innovation verantwortlich für den Technologietransfer der Hochschule. Dabei fördert und

begleitet sie Forscher und Erfinder der Hochschule während des gesamten Innovationsprozesses – von der Idee bis zur marktreifen Technologie. Sie berät und unterstützt Studierende und Wissenschaftler bei der Gründung eines Start-ups und ermöglicht Unternehmen einen direkten Zugang zur Forschungs- und Innovationslandschaft der Hochschule.

„Wie in allen Bereichen der Kommunikation gelten auch online bestimmte Regeln, die beachtet werden müssen. Das Wichtigste ist, eine Strategie zu entwickeln, die zum Unternehmen und der Branche passt“, sagt Brandt.

Das hört sich in Anbetracht der schönen neuen Online-Welt mit frechen Posts, bunten Bildern, coolen Videos und spannenden Stories fast schon ein bisschen zu seriös an. Diese Aussage zeigt aber auch: Hinter vordergründiger Leichtigkeit steckt oft harte Arbeit. Die Kunst bestehe eben gerade darin, Marketing zu betreiben, ohne dass es als Marketing wahrgenommen wird. „Einen wenige Sätze langen Post zu schreiben, bringt einige Herausforderungen mit sich: Er muss emotional ansprechend, nett zu lesen, richtig recherchiert, mit anständigen Verlinkungen und Vertagungen versehen, mit genannten Partnern abgestimmt sein und in unserem Fall auch



noch in einer Fremdsprache – nämlich Englisch – verfasst sein. Außerdem muss geeignetes Foto- oder Videomaterial akquiriert werden. Das frisst manchmal Stunden“, sagt Brandt. Der „schnelle Post“ ist die Ausnahme.

#### Trends, Tools und der Rest der To-do-Liste

Die 34-Jährige ist seit der ersten Stunde Teil der RWTH Innovation am Campus-Boulevard in Aachen. Als Sprach- und Kommunikationswissenschaftlerin betreute sie dort zunächst einen der namhaften Industriepartner im Rahmen einer Key-Account-Partnerschaft, übernahm aber nebenher bereits einige Kommunikationsaufgaben. Im Frühjahr 2019 wurde eine eigene Kommunikationsabteilung mit drei Mitarbeiterinnen eingerichtet. Im Juli 2019 übernahm Brandt deren Leitung. Schnell zeigte sich: Neben der klassischen Pressearbeit und dem Event-Management nimmt der Online-Bereich immer mehr Raum ein. Ein schnelllebiger Bereich, der ständige Veränderungen mit sich bringt. Ein Trend jagt den

nächsten, neue Tools muss man ständig auf dem Schirm haben. Neben Klassikern wie der eigenen Webseite, Newslettern oder Mailings stand daher auch das Thema Social Media von Beginn an auf Brandts To-do-Liste. Denn die Sozialen Medien bestimmen in zunehmendem Maße die Sichtbarkeit eines Unternehmens. „Das Bedienen der einzelnen Plattfor-

men nimmt mittlerweile rund 20 bis 30 Prozent meiner Arbeitszeit in Anspruch.“

Alle Menschen, die sich mit Online-Marketing mitgestalten wollen, sollten selbst Teil dieser Online-Welt sein und auch Spaß daran haben. Sonst verstehe man deren ganz eigenen Mechanismen nicht: Davon ist Brandt überzeugt. Man müsse experimentierfreudig sein, neue Tools ausprobieren und manchmal einfach nur machen. Zurzeit evaluiert die 34-jährige Kommunikationsexpertin, inwiefern das neue Instagram-Feature „IGTV“, über das sich Videos in Echtzeit übertragen lassen, zu den Inhalten von RWTH Innovation passen könnte. Ihre Erfahrung: Wenn Plattformen neue Tools herausbringen, sollte man diese auch nutzen. Das würden User erwarten und man könne wiederum mehr Reichweite generieren. Sinnvoll sei es auch, für bestimmte Plattformen Leute im Team zu haben, die genau aus dieser Zielgruppe stammten, zum Beispiel junge Leute für Instagram. RWTH Innovation geht folgendermaßen bei Auswahl und Pflege der Kanäle vor:

**Die Strategie:** „Klar muss es manchmal auch schnell gehen – gerade, wenn live von Veranstaltungen berichtet wird. Ohne Plan und Strategie läuft aber auch auf Social-Media-Kanälen nichts“, sagt Brandt. Am Anfang dachte sie, dass es am wichtigsten sei, alles zu professionalisieren. „Schnell musste ich feststellen, dass das nicht immer nötig und gewollt ist. Wissenschaftler beispielsweise bevorzugen eine eher pragmatische Art der Information, und wollen eher über eine klassische Outlook-Einladung anstatt über ein modernes Newsletter-Anmeldetool zu einer Veranstaltung ▶



eingeladen werden.“ Bei Unternehmensvertretern hingegen sieht das Ganze komplett anders aus. Wichtig ist es daher, bereits vorher festzulegen, welche Zielgruppen über welche Kanäle mit welchen Themen und Tools angesprochen werden sollen.

**Die Themen:** Welche Themen sind für mein Unternehmen überhaupt relevant? Und wie können diese am besten über Online-Kanäle aufbereitet werden? Live, als Nachbericht, gar nicht, sofort oder später? Was soll zu welchem Moment gepostet werden? Und zu welcher Uhrzeit? Posten wir auch außerhalb der Arbeitszeit und wie setzen wir das um? Und wo kommen meine Themen überhaupt her? Marina Brandt und ihr Team haben sich diese und noch mehr Fragen gestellt und Antworten gefunden. „Wichtig ist dabei: Man sollte unbedingt die eigenen Kollegen als Themenlieferanten mit einbinden“, sagt sie. Außerdem sind Posts keine Einbahnstraße. Man mache mit ihnen vielmehr ein Tor auf. Es gibt Kommentare, insbesondere auf Instagram als höchst interaktives Medium. Für das Beantworten sollte unbedingt zusätzliche Zeit eingeplant werden. „Die Follower oder Abonnenten erwarten einfach eine Reaktion, und zwar so schnell wie möglich und nicht erst drei Tage später.“ Auf jeden Fall sollte man seine Ziel-

gruppe(n) kennen und auch deren Sprache sprechen. Nachdem verschiedene Themenbereiche akquiriert wurden, muss man sich überlegen, wie man diese aufbereitet. „Bei Instagram zum Beispiel sind wir oft live mit Stories im Rahmen von Veranstaltungen unterwegs. Was passiert gerade? Wer ist auf der Bühne? Zitate kommen auch immer sehr gut an. Auf LinkedIn wiederum posten wir zum Beispiel einmal pro Monat beim ‚Tech-Tuesday‘ eine innovative RWTH-Technologie. Solche Serien kommen sehr gut an“, weiß Brandt. Das Feedback gibt ihr recht: „Wir werden häufig darauf angesprochen, dass wir so viel machen und so viele verschiedene Themen in Aachen haben. Das liegt aber auch daran, dass wir ständig trommeln. Wir versuchen, pro Kanal zweimal in der Woche aktiv zu sein.“

**Die Kanäle:** Genauso wichtig ist die Frage: Welche Kanäle sind für mein Unternehmen überhaupt relevant? Diese Auswahl ist eng mit dem Thema Zielgruppen verknüpft, sagt Brandt. Ihr Tipp: Nicht alles auf einmal machen, sondern mit einer Plattform anfangen. „In unserem Bereich hat es sich angeboten, mit LinkedIn zu beginnen, da dieser B2B-Kanal von vielen Wissenschaftlern genutzt wird. Das war im März 2019. Relativ schnell sind wir von 300 auf 1.600 Follower gewach-

sen.“ Als dieser Kanal lief, kam Facebook hinzu. In dem Fall wurde ein bereits existierender Account des ehemaligen Gründerzentrums der RWTH Aachen übernommen, der aktuell knapp 3.000 Fans verzeichnet. Im August 2019 folgte schließlich Instagram mit inzwischen 700 Abonnenten. Noch in diesem Jahr wird ein eigenes Twitter-Profil ins Leben gerufen. Ist ein Kanal erst einmal etabliert, sollte man ihn regelmäßig bespielen. Auch sollte man sich vor Augen halten, dass es sinnvoll sein kann, für ein und dieselbe Veranstaltung oder denselben Inhalt je nach Zielgruppe verschiedene Kanäle zu wählen. „Das ist zwar manchmal doppelte Arbeit, sie lohnt sich aber“, sagt Brandt. Darüber hinaus hat sie für die einzelnen Kanäle jeweils eine eigene Strategie entwickelt. So wird die Kommunikationsarbeit auch für die Kollegen verständlicher, transparenter und sichtbarer. Denn schließlich sollen sie ja auch Input liefern. „Das tragen wir auch nach außen, indem wir zum Beispiel in ein Projekt involvierte Mitarbeiter direkt in unseren Posts erwähnen. Wir stellen halt nicht nur das Unternehmen dar, sondern auch die Menschen, die Start-ups und die Erfinder vor“, schildert Brandt. Eine weitere wichtige Frage: Wie oft poste ich auf welchem Kanal? Auf Instagram könnte man täglich posten, ohne die Abonnenten zu verschrecken. Auf LinkedIn wiederum nicht, da die Themen hier wie Branchen-News gelesen werden. Zu viel Input würde eher überfrachten.

**Die Zielgruppen:** „In den drei Bereichen, in denen wir mit unserem Unternehmen Transfer für die RWTH betreiben, gibt es verschiedene Zielgruppen und Ansprechpartner. Wir müssen es schaffen, für alle eine eigene Ansprache zu finden“, umreißt Brandt die Herausforderung. Das heißt: Ein Professor ist ein ganz anderer Kommunikationspartner als ein Studierender, der gerade in der Garage sein Start-up aufsetzt. Und wieder ein anderer Ansprechpartner ist ein Unternehmensvertreter, der einen passenden Forschungspartner sucht. Daher kann auch nicht jede Zielgruppe über jeden Kanal angesprochen werden. So werden über den LinkedIn-Kanal als professionelle Netzwerkplattform zum Beispiel eher Wissenschaftler und Business-Partner angesprochen. Auf Facebook oder Instagram mit einem jüngeren Publikum können wiederum Start-up-Themen wesentlich emotionaler vorgestellt werden. Dort ist die Sprache lockerer.



Foto: Andreas Schmitter

„Die Sprache sollte auch im schnelllebigen Online-Bereich ein Eyecatcher sein – das geht nur über Qualität. Daher erzählen wir mit viel Herzblut schöne Geschichten“: Marina Brandt, Head of Communications Management bei RWTH Innovation.

## INFO

## Da bewegt sich was: Warum Videos so relevant sind

Zwei der Marketing-Buzzwords im Jahr 2020 sind „Inbound“ und „Videomarketing“. „Inbound“ bedeutet, dass Kunden das Unternehmen finden, ohne von diesem aktiv angesprochen zu werden. Inbound funktioniert auch über klassische PR, aber vor allem über Online-Marketing per Blog, Social Media und Video. Da Menschen es zunehmend gewohnt sind, sich im Internet eigenständig zu informieren, treffen bis zu 80 Prozent der Kunden eine Kaufentscheidung, bevor sie



Foto: stnazkul – stock.adobe.com

mit einem Unternehmen überhaupt in Kontakt treten. Um von Suchanfragen nach Produkten zu profitieren, sollten sich Anbieter online als kompetenter und verlässlicher Partner positionieren. Am besten eignen sich dafür Blogartikel, die konkrete Kundenfragen beantworten.

Wer Videos online stellt – als Ergänzung zum jeweiligen Blogartikel, auf der Internetseite oder

Social-Media-Kanälen – wird von Suchmaschinen meist höher gerankt. „Grund dafür ist die künstliche Intelligenz des Algorithmus“, sagt Yvonne Schwalowski, Produktionsleitung bei der Pathfinder Studios Filmproduktion GmbH aus Euskirchen. „Videos erhöhen die Verweildauer auf einer Seite und die Wahrscheinlichkeit der Interaktion und Kontaktaufnahme. Das erkennen die Algorithmen und platzieren entsprechende Seiten ganz automatisch höher.“ Zum Videomarketing zählen Imagefilme, aber auch Erklärvideos, Tutorials, Produkt- und Schulungsvideos oder Case-Study-Filme mit Interviews. Für Social-Media-Kanäle eignen sich besonders kurze Videoclips zur Verkaufsförderung oder Aufmerksamkeitssteigerung. Auch Recruitingvideos zur Personalbeschaffung erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.

**Das Podcast-Projekt:** Neben dem weiteren Ausbau der Social-Media-Kanäle freut sich Marina Brandt auf eine Neuheit in diesem Jahr ganz besonders: Die RWTH Innovation will als weiteren Baustein der Online-Kommunikation einen Podcast über die Startup- und Entrepreneurship-Community in der Region Aachen an den Start bringen. Das Audioformat erfreut sich zurzeit großer Beliebtheit. Auch die RWTH Innovation fiebert ihrer ersten Produktion entgegen. Brandt sagt, sie habe sich in den vergangenen Monaten viele andere Podcasts angehört, um ein Gefühl für das Medium zu bekommen und herauszufinden, wie es für ihr Unternehmen bestmöglich eingesetzt werden kann. Außerdem habe sie sich mit anderen Podcast-Betreibern ausgetauscht. „Das Konzept steht schon. Wir holen jetzt noch interne Partner und Profis ins Boot, die uns dabei helfen, das Ganze professionell zu produzieren“, sagt sie.

**Die Erfolgsbasis:** Die Marschrichtung der RWTH Innovation ist vorgegeben: Wie kann man es schaffen, im Bereich Technologietransfer von RWTH Innovationen von der Community als einer der wichtigsten Berichterstatter wahrgenommen zu werden? „Es ist eine große Herausforderung, in diesem Bereich relevanten Content zu produzieren, der Wissenschaft-

ler und Experten anspricht. Wir müssen mit unserem Online-Mix einen ganz eigenen Weg finden, Themen gleichermaßen informativ und emotional zu transportieren“, sagt Brandt. Für den Erfolg ihrer kleinen Kommunikationsabteilung im Online-Bereich hat Brandt übrigens eine eindeutige Erklärung. „Wir erhalten nicht nur riesige Unterstützung von der Geschäftsführung, sondern legen auch sehr viel Wert auf die Formulierung unserer Texte. Denn wir haben einfach Spaß an Sprache. Meine Meinung: Die Sprache sollte auch im schnelllebigen Online-Bereich ein Eyecatcher sein – das geht nur über Qualität.“

Daher erzählen wir mit viel Herzblut schöne Geschichten.” ■

**INNOVATION** | **RWTH AACHEN UNIVERSITY**  
follow us on

-  RWTH Innovation
-  rwth\_innovation
-  RWTH Innovation Gründerzentrum
-  [www.rwth-innovation.de](http://www.rwth-innovation.de)

# Ahh!

Die Antwort auf Marketing-Fragen.

**MOHR UND MORE**  
STRATEGIE | WERBUNG | DESIGN

[mohr-more.de](http://mohr-more.de) | AC-97 81 70



Spruchreif? Die Art der öffentlichen Kommunikation hängt stark davon ab, wer ihr Adressat sein soll.

# KLARTEXT

Was Journalisten, Marketing-Manager  
und Unternehmensberater  
in Sachen Öffentlichkeitsarbeit empfehlen

VON CHRISTOPH CLABEN  
UND JULIANE HORN

---

**D**ie Frage, was gute Öffentlichkeitsarbeit ausmacht, ist gar nicht mal so leicht zu beantworten. Weil es letztlich vor allem eine Frage der Perspektive ist. Was für das eine Unternehmen eine perfekte Kommunikationsstrategie sein mag, geht bei

dem anderen völlig an der avisierten Zielgruppe vorbei. Aber wer ist überhaupt die Zielgruppe? Wie erreicht man sie bestmöglich? Und was ist zu tun, damit die Medien über den Betrieb berichten? Wir haben nachgefragt: Bei einer Unternehmensberaterin, einer Marketing-Managerin und einer Redakteurin. Die Antworten fallen unterschiedlich aus – und im Wesentlichen sind sie natürlich abhängig von der Perspektive. ▶

## Was die Unternehmensberaterin empfiehlt

**Jutta Keller** arbeitet seit 18 Jahren als Prozess-Expertin. Als solche berät die 56-Jährige kleine und mittelständische Unternehmen zur Optimierung ihrer Abläufe. Ihr Ziel ist es, nach einer umfangreichen Analyse der Sachverhalte und Zusammenhänge in einem Betrieb praxisgerechte Vorschläge und Strategien zu erarbeiten, die kurzfristig umzusetzen sind, aber langfristig etwas bewirken. Keller setzt dabei einen Schwerpunkt auf Klarheit in Prozessen, Führung und Mitarbeiterverantwortung. Das sogenannte Clarity-Konzept, das sie selbst entwickelt und insbesondere auf die Inhaber privatgeführter Unternehmen zugeschnitten hat, beinhaltet auch den Bereich Marketing und die Sichtbarkeit in den Sozialen Medien. Neben ihrer Tätigkeit als Unternehmensberaterin ist die studierte Betriebswirtin und Dialogmarketing-Fachwirtin als Autorin, Dozentin, Rednerin und Wachstumscoach in der Region Aachen tätig.

**WN:** Frau Keller, Sie haben viel mit Vertretern aus Unternehmen zu tun: Wie ist es dort um das Thema Öffentlichkeitsarbeit bestellt?

**Jutta Keller:** Häufig scheuen kleinere Betriebe den Kontakt zu Pressevertretern. Zum einen, weil sie nicht genau wissen, über was sie berichten sollen. Und zum anderen ist ihnen unklar, was von ihnen erwartet wird. Ich rate meinen Kunden, jährlich mindestens drei bis vier Kurzmeldungen an sorgfältig ausgewählte Medien zu versenden – etwa zu Neuerungen, besonderen Events, Spendenaktionen, gewonnenen Preisen, Innovationen oder aber mit Hintergrundinformationen aus der Produktion. Hilfreich ist auch, eine News-Seite mit Download-Funktion auf der Homepage einzurichten, da Journalisten sich gerne selbst informieren. Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit braucht allerdings im Normalfall auch ein bisschen Geduld.

Nicht jeder Bericht wird von Medien gleich abgedruckt oder auf digitalen Kanälen veröffentlicht. Das sollte aber eher ein Ansporn sein, weiterzumachen statt entmutigt aufzugeben.

hat eine höhere Erfolgsquote als reine Werbeanzeigen in den Sozialen Medien. Außerdem macht sich ein Unternehmen damit unabhängig von Google, Facebook und Co.



Foto: Jutta Keller

„Es gibt nicht den einen Kanal, der für alle Unternehmen gleich gut funktioniert“, sagt Jutta Keller. Die Beraterin, Autorin und Dozentin empfiehlt einen gründlich durchdachten Kommunikationsmix.

**WN:** Blogs, Podcasts, Webinare: Welche Instrumente eignen sich für Unternehmen besonders gut? Haben Sie einen Geheimtipp, was immer funktioniert?

**Keller:** Eine schön gestaltete Webseite reicht heute leider nicht aus, um im Internet von potenziellen Käufern gefunden zu werden. Was mehr zählt, ist beispielsweise ein gutes Ranking bei Google – und das wird durch ganz unterschiedliche Faktoren beeinflusst. Da sich bei allen Sozialen Medien die Algorithmen jedoch permanent ändern, hat gestern möglicherweise ein intelligentes Suchmaschinen-Marketing funktioniert, heute sind es externe Links auf der eigenen Webseite und morgen vielleicht Videos. Dabei gibt es nicht den einen Kanal, der für alle Unternehmen gleich gut funktioniert. Mehrere Instrumente gleichzeitig bedienen zu wollen, kostet jedoch viel Zeit und Geld und erfordert unterschiedliche fachliche

**WN:** Weshalb ist eine gute Kommunikation wichtig? Was haben Unternehmen davon?

**Keller:** Mit einem gründlich durchdachten Kommunikationsmix aus Offline- und Online-Medien – passend zur Branche, Zielgruppe und Positionierung – kann sich ein KMU von seinen Marktbegleitern wohltuend abheben. Ein ergänzendes automatisiertes E-Mail-Marketingssystem erleichtert die Stammkundenbindung und vor allem die Neukundengewinnung und unterstützt so maßgeblich den Vertrieb. Nachdem man Vertrauen aufgebaut hat, kann man unterschiedliche Angebote präsentieren – beispielsweise Einladungen zu Webinaren, Beratungsgesprächen oder Vorschläge für Kaufprodukte. Dieses Vorgehen

Skills. Doch auf längere Sicht lohnt es sich auf jeden Fall. Ich empfehle meinen Beratungskunden jedoch, nie den kompletten Social-Media-Auftritt outzusourcen, sondern lieber selbst klein mit einem Medium, zum Beispiel Blogartikeln, Posts auf Xing und LinkedIn oder mit Ratgeber-Videos anzufangen – je nachdem, wo die eigenen Stärken liegen und wie man die eigene Zielgruppe am besten erreicht. B2C-Zielgruppen (*Business-to-Consumer*) erreicht man am besten über Facebook, Pinterest und Instagram; B2B (*Business-to-Business*) über Xing und LinkedIn. Videos auf Youtube, Blogposts und Webinare sowie flankierende E-Mail-Aktionen eignen sich erfahrungsgemäß gut für alle Zielgruppen.

## Was die International Marketing-Managerin rät

**Stephanie Reichenberger** sorgt dafür, dass den Menschen nichts unter die Haut geht, na ja, zumindest keine Substanzen, die dort nicht hingehören. Denn Reichenberger, 32, arbeitet als International Marketing-Managerin für die Peter Greven Physioderm GmbH mit Hauptsitz in Euskirchen. Das mittelständische Familienunternehmen – ursprünglich hervorgegangen aus der im Jahr 1923 von Peter Greven in Bad Münstereifel gegründeten Seifen- und Glycerinfabrik – produziert und vertreibt weltweit Produkte zur Prävention beruflich bedingter Hauterkrankungen. Das Portfolio umfasst Hautschutz, Hautreinigung, Hautpflege, Desinfektion und Dosiertechnik. Peter Greven Physioderm zählt zu den Marktführern für industrielle Hautschutzprodukte und wenn man es so formulieren will, ist es Reichenbergers Aufgabe, diese den Menschen nahezubringen.

**WN:** Frau Reichenberger, Sie machen für ein mittelständisches Unternehmen internationales Marketing. Wo liegen da die besonderen Herausforderungen?

**Stephanie Reichenberger:** So abwechslungsreich und interessant der Umgang mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturkreisen auch ist, jedes Land hat seine ganz eigenen Befindlichkeiten, Ansprüche, Gesetzgebungen, Umgangsformen und Zeitzonen. Was marketingtechnisch in Deutschland funktioniert, funktioniert noch längst nicht überall

auf der Welt. Noch nicht mal überall in Europa, geschweige denn in den USA oder im asiatischen oder arabischen Raum. Das alles unter einen Hut zu bekommen, ist zwar mitunter schwierig und erfordert erhebliche Flexibilität,

**WN:** Welche Marketing-Kanäle sind für Ihre tägliche Arbeit die wichtigsten?

**Reichenberger:** Da der berufliche Hautschutz ein sehr beratungsintensives Thema ist, setzen wir sowohl im In- als auch im Ausland hauptsächlich auf unsere Fachberater im Außendienst, die Interessenten und unseren Kunden vor Ort täglich in allen Belangen zur Seite stehen. Besser kann man den kontinuierlichen und beständigen Service, den wir bieten, nicht bewerben. Darüber hinaus gilt es, Präsenz auf den branchenwichtigsten Messen und Fachtagungen zu zeigen, um als Marktführer wahrgenommen zu werden. Um jedoch die breite Masse zu erreichen, sind wir zwingend auf die digitalen Marketing-Kanäle wie etwa unsere Websites angewiesen.

**WN:** Woran können Sie ablesen, dass eine bestimmte Kampagne oder ein bestimmter Beitrag ein Erfolg war?

**Reichenberger:** Gerade was digitale Kampagnen und die Auswertung der Klickraten auf den Websites angeht, wird die Erfolgsmessung mittlerweile erheblich durch die neue Datenschutzgrundverordnung eingeschränkt, da

die Besucher der Nutzung von marketing-relevanten Daten explizit und manuell zustimmen müssen. Das erschwert die Auswertung erheblich und man ist auf direktes Feedback der Kollegen und Kunden angewiesen.



Foto: PGP GmbH

„Um die breite Masse zu erreichen, sind wir zwingend auf die digitalen Marketing-Kanäle angewiesen“: Stephanie Reichenberger, International Marketing-Managerin bei der Peter Greven Physioderm GmbH.

macht aber auch sehr viel Spaß, weil man auch noch nach mehr als sieben Jahren mit immer neuen Situationen konfrontiert wird und somit seinen Horizont ständig erweitern kann.

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

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

**GRONAU**  
WIR PLANEN. WIR BAUEN.

## Was die Redakteurin rät

Für die Arbeit von **Nicola Gottfroh** ist ein Schreibtisch essenziell, denn Gottfroh, 36, ist Redakteurin, und eine ihrer wesentlichen Aufgaben ist, nun ja, das Schreiben. 2006 hat sie als freie Mitarbeiterin bei der Medienhaus Aachen GmbH angefangen; mit dem Volontariat folgte die Ausbildung zur Redakteurin. Seit 2012 ist Gottfroh für die Lokalredaktion Heinsberg unterwegs, wobei ihr das Unterwegssein besonders am Herzen liegt. Sie sagt: „Mir ist es wichtig, Menschen, Unternehmen oder Orte aufzusuchen. Es ist schön, sich immer wieder auf neue Leute einzustellen, ihre Geschichten zu erfahren und diese zu erzählen.“ Kein normaler Schreibtisch-Job also. Aber das Büro gehört natürlich auch dazu. Dort landen auch immer wieder Pressemitteilungen von Unternehmen. Wie sie geschrieben sein müssen, damit Gottfroh sie bis zum Ende liest, verrät sie im Gespräch.

**WN:** Welche Nachrichten aus Betrieben sind für eine regionale Tageszeitung so relevant, dass sie veröffentlicht werden?

**Nicola Gottfroh:** Wenn ein Unternehmen eine wirklich völlig neue Dienstleistung, ein neuartiges Produkt auf den Markt bringt oder es mit seinem Produkt ein Problem löst, dann ist die Nachricht für die Tageszeitung so relevant, dass sie darüber berichten möchte. In der Regel dann auch noch ausführlicher, als es in der Pressemitteilung des Unternehmens geschieht. In den meisten Pressemitteilungen geht es allerdings um Alltägliches. Wenn zum Beispiel ein kleines Start-up ins Ausland expandiert, in einem Unternehmen ein Mitarbeiter Betriebszugehörigkeitsjubiläum feiert oder die Mitarbeiter einer Abteilung einen gemeinsamen Ausflug gemacht haben, ist das keine Nachricht wert. Für die Mitarbeiter ist das zwar sicher aufregend, für die Leser der

Tageszeitung hat diese Nachricht jedoch keinen Nutzwert.

schreiben – und wird nicht die Pressemitteilung abdrucken.



Foto: Harald Krämer

„Redaktionen werden täglich mit Pressemitteilungen geflutet. Deshalb sollte schon in der Überschrift klar werden, was die Neuigkeit ist“, sagt Nicola Gottfroh, Redakteurin in der Lokalredaktion Heinsberg der Medienhaus Aachen GmbH.

**WN:** Was sollte aus Sicht einer Redakteurin in einer guten Pressemitteilung stehen – und was gehört da auf keinen Fall rein?

**Gottfroh:** Redaktionen werden täglich mit Pressemitteilungen geflutet. Deshalb sollte schon in der Überschrift klar werden, was die Neuigkeit ist. Natürlich sollten auch die wichtigsten Fragen – Wer? (Unternehmen oder Person), Was? (Ereignis, Geschehen), Wie? (Ablauf), Wo? (Ort), Wann? (Zeitpunkt oder Zeitspanne) – beantwortet werden. Das am liebsten schon im ersten Absatz. Wenn das, was danach kommt, bunt und knackig geschrieben ist, liest der Redakteur auch gerne mal bis zum Ende und macht sich darüber seine Gedanken – die am Ende in einem selbst verfassten Artikel münden können. Besonders wichtig ist mir persönlich deshalb auch, dass ein passender Ansprechpartner und dessen Kontaktdaten genannt werden, sodass ich mich bei Rückfragen melden

**WN:** Auf welchem Weg kommuniziert man am besten mit einer Redaktion?

**Gottfroh:** Ich bin der Meinung: Wenn die Nachricht „knallt“, dann wird sie wahrgenommen – auch wenn sie in einer von den ungezählten Pressemitteilungen steht, die die Redaktion täglich erreichen. Anrufe sollten grundsätzlich nur wohllosiert erfolgen, wenn das Unternehmen wirklich überzeugt ist, eine besondere Nachricht zu bieten. Denn im Arbeitsalltag, der auch durchaus mal stressig sein kann, sind Redakteure schnell genervt, wenn sie ständig angerufen und gefragt werden, ob eine Mail oder eine Pressemitteilung angekommen ist – gerade wenn der Journalist in dieser Zeit viel lieber einen Text schreiben würden. Übrigens: Wenn die Nachricht knallt, dann will der Redakteur selbst eine Story

kann und nicht erst durchs gesamte Unternehmen telefonieren muss. Übrigens: Was Journalisten ebenfalls nervt ist, wenn eine Pressemitteilung zum Werbetext voller Superlative verkommt.

### MEDIENHAUSREISEN

Wir haben für jeden das passende Reiseziel:

[www.medienhaus-reisen.de](http://www.medienhaus-reisen.de)



MEDIENHAUS  
AACHEN

Foto: stock.adobe.com

# Ein Ehrenamt, das sich lohnt: Werden Sie IHK-Prüfer (m/w/d)!

„Als Prüfer kann ich meine Erfahrungen weitergeben und dafür sorgen, dass unser Berufsbild hochgehalten wird, indem man an den jungen Leuten dranbleibt. Das erweitert meinen Horizont und ich bleibe nicht auf der Stelle stehen.“

Martin Dietze, Mitglied im Prüfungsausschuss „Mediengestalter/-in“



[www.aachen.ihk.de/pruefer](http://www.aachen.ihk.de/pruefer)

Industrie- und Handelskammer  
Aachen



# HERZSTÜCK

Mit dem neu definierten Markenkern soll das Profil der Marke IHK künftig noch mehr geschärft werden



**H**ätten Sie gewusst, dass die IHK Aachen Weiterbildungen für ganze Betriebe in Form von maßgeschneiderten Firmentrainings anbietet? Oder dass sie Unternehmen individuell aufzeigt, wie sich deren Ausgaben für Energie reduzieren lassen? Oder dass die Kammer Wirtschaft, Hochschule und Forschung zusammenbringt und somit den Grundstein für Innovationen legt? Zu den Aufgaben einer Industrie- und Handelskammer gehört nämlich einiges mehr als die Abnahme von Prüfungen in der dualen Ausbildung. Um das zu zeigen, soll die Marke IHK künftig stärker positioniert werden – und das deutschlandweit. Daher hat die IHK-Organisation ihr Profil unter dem Hashtag „Gemeinsam“ (*#Gemeinsam*) geschärft.

Ziel des neuen Kommunikationskonzeptes ist es, die Aufgaben, Kompetenzen und Werte der Kammer zu vermitteln und damit zu zeigen, wie vielfältig die Arbeit jeder einzelnen Kammer ist. „Die 79 IHKs in Deutschland sind mit ihren thematischen Schwerpunkten ziemlich unterschiedlich, aber insgesamt eins“, sagt Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen. Das liege vor allem darin begründet, dass jede Kammer auf der einen Seite gesetzliche Pflichtaufgaben erfüllt, auf der anderen Seite zusätzlich eine breite Palette an Aufgaben im Sinne der Interessenvertretung sowie Service-Leistungen bietet. Da mit den verschiedenen Tätigkeitsbereichen unterschiedlichste Zielgruppen und Akteure – etwa Mitgliedsunternehmen, Politik und Verwaltung, Fachkräfte oder Auszubildende – adressiert werden, sollen die Inhalte mit dem neuen Markenkern der IHKs besser gebündelt und Botschaften auf ihre Zielgruppen zugeschnitten werden.

#### Bildmarke schafft Wiedererkennbarkeit

*#Gemeinsam* wird deshalb immer durch eine thematische Spezifizierung ergänzt – beispielsweise *#GemeinsamGründen* oder *#GemeinsamStarkDankEhrenamt*. Diese zeigt, wo die IHKs stark sind und in welchen Bereichen sie sich engagieren. Das Hashtag *Gemeinsam* als fester Bestandteil bildet dabei die kommunikative Klammer, indem es die zentralen Grundideen der IHK-Organisation aufgreift:

- Das Ehrenamt und Hauptamt handeln gemeinsam.
- 79 deutsche Kammern arbeiten untereinander und mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) zusammen.
- Die IHKs sind eine Mitmachorganisation, die Betroffene zu Beteiligten macht.
- In den Regionen arbeiten die Kammern eng mit Partnern zusammen.

Die Umsetzung dieses Markenkerns ermöglicht es, in der IHK-Arbeit Akzente zu setzen, Kräfte zu bündeln und effektiv im Interesse der IHK-Zielgruppen zu agieren. „Offline war das schon immer der Leitgedanke der Kammer. Nun soll das auch online wiederspiegelt werden“, erklärt Bayer. Eben ganz im Sinne von

 **GemeinsamZukunftGestalten**



kurz &amp; bündig

## NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO

### Guide Michelin zeichnet Restaurant Cuchara in Lommel mit einem Stern aus

► Die belgische Region Flandern hat sich in Bezug auf die neuen Sterneauszeichnungen des Guide Michelin – auch im Vergleich zur Wallonie – stark verbessert. So erhielt das Restaurant Cuchara in Lommel jetzt einen zweiten Stern und ist damit bereits das dritte Lokal, welche diesen Spitzenwert erreicht. Neu ausgezeichnet wurde das Oogst in Hasselt. In der Wallonie behielten unter anderem die Brasserie Héliport in Lüttich sowie die Restaurants Zur Post und Quadras in St. Vith ihren Stern.

### Online-Versandriese Alibaba aus China will Ende 2021 in Lüttich starten

► Der chinesische Internet-Versandriese Alibaba plant, sein Logistikunternehmen auf dem Lütticher Flughafen Ende 2021 in Betrieb zu nehmen. Lüttich wäre dann der Umschlagplatz für den Weitertransport an mehrere europäische Verteilzentren. Ein Bauantrag für eine 30.000 Quadratmeter große Fläche liegt den Behörden vor. Die Kosten werden auf 100 Millionen Euro geschätzt, bis zu 900 neue Arbeitsplätze sollen entstehen.

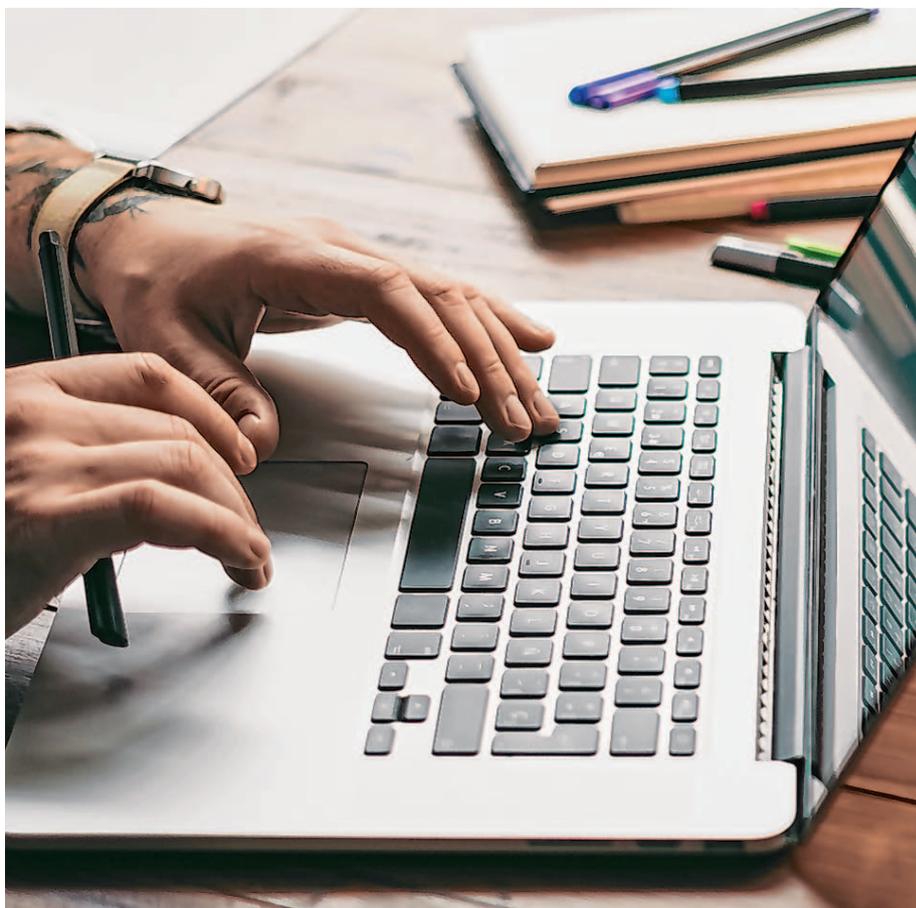
### Cyber Security ist Thema beim ersten trinationalen Unternehmer-Treffen in Heerlen

► Am Donnerstag, 13. Februar, findet auf dem Brightlands Smart Services Campus, Smedestraat 2, in Heerlen das erste trinationale Unternehmertreffen statt. Schwerpunkt an dem Abend (ab 18 Uhr) ist das Thema Cyber Security.



[www.charlemagne-grenzregion.eu](http://www.charlemagne-grenzregion.eu)

### Home-Office: In Limburg wird weniger von zuhause aus gearbeitet als im Rest der Niederlande



Arbeitsplatz: Rund ein Drittel der Limburger arbeitet regelmäßig von zuhause aus.

► Home-Office ist in Limburg weniger populär als im Rest der Niederlande. Nach einem Bericht des Central Bureau of Statistics (CBS) stieg die Zahl der Mitarbeiter, die gelegentlich von zu Hause arbeiten, von 2,8 Millionen (2013) auf 3,3 Millionen im Jahr 2018. Das sind immerhin 37 Prozent der Beschäftigten. In Limburg ist der Prozentsatz niedriger. Vor allem Nord-Limburg liegt mit 28 Prozent weit zurück. Süd-Limburg bleibt mit 34 Prozent ebenfalls unter dem niederländischen Bundesdurchschnitt.

### Vier Jahre lang geplant und jetzt zu den Akten gelegt: die Trambaan-Radroute zwischen Aachen und Maastricht

► Geplant wurde die 27 Kilometer lange Trasse auf der ehemaligen Bahnlinie zwischen Maastricht und Aachen mehr vier Jahre. Jetzt haben die an der Strecke liegenden niederländischen Gemeinden das Aus verkündet. Gründe gebe es mehrere. Zum einen waren Teile der alten Bahnstrecke nicht existent und liegen mittlerweile in schützenswerten Naturgebieten, zum anderen hatten Anwohner an der Planung ihre Bedenken geäußert.

## Tutanchamun-Ausstellung im Lütticher Bahnhof Guillemins zieht viele Besucher an und läuft noch bis zum 31. Mai

► Die Tutanchamun-Ausstellung im Lütticher Bahnhof Guillemins hat in den ersten zwei Wochen seit ihrer Eröffnung Mitte Dezember bereits 20.000 Besucher erlebt. Die Ausstellung lässt Regentschaft und Tod von Tutench-

amun Revue passieren. Eine Nachbildung des Grabmals führt die Besucher auf die Spuren des Archäologen Howard Carter, wie er 1922 das Grab entdeckte. Die Ausstellung ist noch bis zum 31. Mai zu sehen.

## Keine Notwendigkeit mehr: Stadt Lüttich streicht Gratis-WLAN

► Die Stadt Lüttich stellt kein Gratis-WLAN mehr zur Verfügung. Funknetze wie 4G oder 5G hätten dies überflüssig gemacht und die Stadt spare dadurch jährlich in ihrem Haushalt 80.000 Euro, so die Begründung des zuständigen Lütticher Schöffen.

## Konjunktur-Prognose: Niederländische Wirtschaft wird in diesem Jahr langsamer wachsen

► Nach den Angaben des Wirtschaftsbüros der niederländischen ING-Bank wird die limburgische Wirtschaft 2020 weniger schnell wachsen als im nationalen Durchschnitt. Prognostiziert ist für Limburg ein Wachstum von 0,7 Prozent, niederlandweit sollen es 1,5 Prozent sein. Gründe sind die

mangelnde Nachfrage für Waren aus Limburg wegen des Brexit, der USA-China-Handelskrieg sowie die Rezession in der deutschen Wirtschaft. Auch liegen die Verbraucherausgaben in Limburg niedriger, und aktuell gibt es hier kein Bevölkerungswachstum.

## Starker Anstieg der Passagierzahl am Maastricht-Aachen-Airport

► Nach einem starken Einbruch in 2017 steigen die Passagierzahlen am Maastricht-Aachen-Airport wieder rasant. Allein im August flogen ab Beek 76.000 Passagiere, die Gesamtzahl stieg von Juni bis September um 50 Prozent auf 205.000 Fluggäste.

# 70 Jahre Grundgesetz

## Reise in die politische Vergangenheit

©Matyas Renak - stock.adobe.com

Grandhotel Petersberg



Villa Hammerschmidt



ehem. Wohnhaus K. Adenauer



Führung im Kanzlerbungalow

Reisetermin: 27.03. - 29.03.2020

### Inklusiv-Leistungen:

- Fahrt im Reisebus ab/bis AC, Jül und DN
- 2 Übern. mit reichhaltigem Frühstücksbuffet im KAMEHA Grand Hotel Bonn
- Mittagsimbiss im Haus der Geschichte
- Führung im Kanzlerbungalow
- Führung im ehemaligen Bundesrat mit Sonderausstellung „70 Jahre Grundgesetz“
- Welcome Drink und Hausführung im KAMEHA Grand Hotel
- Abendessen in der RheinAlm
- Hausführung durch das Steigenberger Grand Hotel auf dem Petersberg (ehemaliges Gästehaus der Bundesrepublik)
- Führung im Haus der Geschichte
- Spaziergang entlang des Weges der Demokratie
- Kleine Stadtführung Bonn
- Führung durch den Regierungsbunker
- Stadtrundgang Ahrweiler
- Besuch und Führung im ehemaligen Wohnhaus von Konrad Adenauer
- Verlags-Reisebegleitung (bei Erreichen der Mindestteilnehmerzahl)

Preis: **399,- €** p.P. im DZ  
EZ: 489,- €

Veranstalter: M-tours Live Reisen GmbH, Puricellstr. 32, 93049 Regensburg

**MEDIENHAUSREISEN** www.medienhaus-reisen.de

Fordern Sie unseren **kostenlosen Prospekt** an: Tel. 0241 5101-710  
(Mo.-Fr. 8 bis 17 Uhr) E-Mail: reisen@medienhausachen.de

Alle Angaben ohne Gewähr.

Ein Angebot aus dem

**MEDIENHAUS**  
AACHEN

## Der EU-Austritt des Vereinigten Königreichs

Das Team International der IHK berät bei allen Fragen rund um den Brexit:

- > **Helge Nitsch:** Tel.: 0241 4460-163
- > **Benedikt Schwoll:** Tel.: 0241 4460-129
- > **Claudia Masbach:** Tel.: 0241 4460-296



Foto: Pixelflisc - stock.adobe.com

### Brexit-Update: IHK Aachen und Hauptzollamt bieten gemeinsames Seminar zum Thema an

► Der Plan des Vereinigten Königreichs, spätestens Ende Januar aus der EU auszutreten, sieht im entsprechenden Abkommen Regelungen für die finanziellen Verpflichtungen des Vereinigten Königreichs gegenüber der EU, die Rechte der EU-Bürger im Vereinigten Königreich und der Briten in Europa sowie für die Nordirlandfrage vor. Für die innerirische Grenze wurde eine Alternative zum Backstop gefunden: Nordirland übernimmt auch zukünftig die EU-Regeln beim Güterverkehr, kann jedoch alle vier Jahre über eine Fortsetzung dieser Sonderregelung entscheiden. Während einer Übergangszeit gelten noch die Regeln des europäischen Binnenmarkts, gleichzeitig kann das Vereinigte Königreich weiterhin von den Freihandelsabkommen der EU mit

Drittstaaten wie Japan oder Kanada profitieren. In einem 30-minütigen Webinar möchte die IHK Aachen gemeinsam mit dem Hauptzollamt ein kurzes Update zum geplanten EU-Austritt geben. Das kostenfreie Webinar findet am 26. Februar, 11 bis 11.30, Uhr statt. Die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es online.

@ [www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 101133138)

i  
IHK-Ansprechpartnerin:  
Karin Sterk  
Tel.: 0241 4460-297  
[karin.sterk@aachen.ihk.de](mailto:karin.sterk@aachen.ihk.de)

# Aachener Immobilien messe

Erwerben • Mieten • Verkaufen

Samstag, 9. Mai 2020  
11.00 bis 17.00 Uhr

Halle 60 • Aachen

**Jetzt Aussteller werden!**

„Ihre Vorteile auf einem Blick:“

- Messepakete  
inkl. multimedialer Präsenz
- Freier Eintritt für Besucher
- Exklusives Ambiente

Tel.: 0241 - 5101 233

E-Mail: [immobilienmesse@  
medienhausachen.de](mailto:immobilienmesse@medienhausachen.de)

Eine Veranstaltung aus dem

**MEDIENHAUS**  
AACHEN



## Von der Rolle: Fraunhofer-ILT und Partner arbeiten an transparenten Solarzellen



Foto: Fraunhofer-ILT, Aachen/Volker Lammert

Nanometer-Arbeit bei Lichte betrachtet: Mit Hilfe des Fraunhofer-ILT in Aachen sollen neue Verfahren zur Produktion von Solarzellen entstehen.

► Unter der Leitung des Fraunhofer-Instituts für Lasertechnik (ILT) aus Aachen entwickeln fünf Projektpartner aus Industrie und Forschung derzeit Technologien für die „Rolle-zu-Rolle-Produktion“ organischer Photovoltaik. Ziel des NRW-Leitmarktprojekts „EffiLayers“ ist es, den in Nordrhein-Westfalen ansässigen Maschinenherstellern eine Vorreiterrolle im Markt der flexiblen Dünnschicht-Solarzellen und gedruckten Elektronik zu ermöglichen. Dabei geht es um organische Photovoltaikzellen (OPV-Zellen), die im Vergleich zu traditionellen Solarzellen auf Siliziumbasis einen geringeren Wirkungsgrad aufweisen, dafür jedoch biegsam und transparent sind. Dadurch sollen sie sich funktio-

nell und dekorativ etwa in Fassaden von Gebäuden integrieren lassen. Die Entwicklung eines effizienten Herstellungsprozesses soll die industrielle Massenproduktion von OPV-Zellen begünstigen. Ihre einzelnen Schichten sind nur wenige Nanometer dick. Durch das großflächige Beschichten flexibler Träger mittels Dünnschichttechnik sollen nur geringe Materialmengen benötigt werden. „Wir möchten den Prozess industrienah umsetzen“, erklärt Ludwig Pongratz, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fraunhofer-ILT. Dazu sollen bisher teure und energieintensive Verfahren durch alternative Beschichtungsmethoden ersetzt werden.

## Millionenschwere EU-Förderung: ERC begünstigt drei Forscher aus der Region

► Die beiden RWTH-Wissenschaftler Professor Twan Lammers und Professor Franziska Schoenebeck sowie der niederländische Chemiker Dr. Arnold J. Boersma vom „DWI – Leibniz-Institut für Interaktive Materialien“ in Aachen sind mit je einem „ERC Consolidator Grant“ ausgezeichnet worden. Die Würdigung gehört zu den höchstdotierten und prestigeträchtigsten Forschungsförderungen in Europa. Die Unterstützung des Europäischen Forschungsrats „European Research Council“ (ERC) beträgt bis zu zwei Millionen Euro und ist auf eine Dauer von fünf Jahren ausgelegt. Lammers vom Lehr- und Forschungsgebiet für Nanomedizin und Theranostik will in einem „Meta-Targeting-Projekt“ die Behandlung von Krebserkrankungen mit Metastasen verbessern. Ziel

ist dabei unter anderem die Entwicklung polymerer Mizellen, die mit verschiedenen Wirkstoffen und einem Kontrastmittel beladen werden können, sowie der Einsatz neuer Therapien, um das Mikromilieu in Tumoren zu beeinflussen. Schoenebeck vom Lehrstuhl für Organische Chemie I befasst sich im Forschungsvorhaben „MetalloRadiCat“ mit katalytischen Prozessen unter Nutzung von Metallen. Schwerpunkte liegen dabei unter anderem im Zugang zu maßgeschneiderten Molekülen. Boersma forscht im Bereich der Biochemie und der synthetischen Biologie. Er will die EU-Mittel zur Herstellung künstlicher Zellen nutzen, die das Screening neuer Arzneimittel für bislang nicht behandelbare Krankheiten ermöglichen.



## FZ Jülich und RWTH Aachen entwickeln neue Hochleistungsfaser



Foto: Universität Bayreuth/flemmecke

Hält, was sie verspricht: Eine Polyacrylnitril-Hochleistungsfaser.

► Wissenschaftler der RWTH Aachen und des Forschungszentrums (FZ) Jülich haben einen Meilenstein bei der Herstellung synthetischer Hochleistungsfasern erreicht. Gemeinsam mit Kollegen der Universitäten Bayreuth und Halle, des Fraunhofer-Instituts für Mikrostruktur von Werkstoffen und Systemen, der „Jiangxi Normal University“ und der ETH Zürich ist ihnen die Produktion von Fasern gelungen, deren Festigkeit und Belastbarkeit die Eigenschaften bisheriger Fasern übertreffen. Dies sei durch einen speziellen Spinn- und Verarbeitungsprozess erreicht worden, bei dem Mikrofaserbündel unter Dehnung im Zustand höchster Orientierung chemisch fixiert werden. Der Prozess konnte am Bei-

spiel von Polyacrylnitrilfasern demonstriert werden und sei auf einen breiten Bereich von Fasermaterialien anwendbar. Dies eröffne neue Möglichkeiten etwa im Bereich der Windenergie, im Leichtbau, in der Bau- und Automobilindustrie, in der Luft- und Raumfahrt sowie bei Sport, Outdoor- und sonstigen Hightech-Textil-Anwendungen. Die Ergebnisse wurden vor Kurzem im renommierten Fachmagazin Science veröffentlicht. Hochleistungsfasern besitzen außergewöhnliche mechanische Eigenschaften. Besonders charakteristisch ist eine hohe Zug- und Reißfestigkeit. Hochleistungsfasern können aus Metall, Keramik, Carbon und Polymeren hergestellt werden.

## Ideal für stark frequentierte und strapazierte Bodenflächen



### Stressaa – stärkstem Rollverkehr gewachsen

Rasch härtender Epoxydharzmörtel zum Ausbessern von Löchern in Beton- und Steinböden.

FARBENFABRIK seit 1949

**DELLERS**

Auf der Komm 1-3  
52457 Aldenhoven/Jülich  
Tel. 02464/99060  
[www.farbenfabrik-oellers.de](http://www.farbenfabrik-oellers.de)

direkt vom  
Beste Qualität!  
Hersteller



## Gewerbe-Immobilien: „Center Smart Commercial Building“ erarbeitet neue Konzepte



Foto: Center Smart Commercial Building

Zwei der smarten Köpfe im neuen Center „Smart Commercial Building“: Leiter Dr. Gerhard Gudergan (r.) und „Head of Smart Building Platform“ Aleksander Cavlek.

► Im Cluster „Smart Logistik“ auf dem RWTH Aachen Campus hat das „Center Smart Commercial Building“ seine Arbeit aufgenommen. Die Einrichtung versteht sich als zentraler Ansprechpartner zur Generierung und Vermittlung von Wissen rund um die Nutzung und den Betrieb von Gewerbe-Immobilien. Das Center hat es sich laut eigenen Angaben zum Ziel gesetzt, die Ära des „Software-Defined Building“ zu prägen – zusammen mit Projektentwicklern, Investoren, Betreibern, Planern, Technologie-Anbietern und Software-Unternehmen. Bislang bestimmen vorrangig die Lage und die architektonische Gestaltung einer Immobilie ihren Wert. In Zukunft soll dieser Wert jedoch stärker von der eingesetzten Software und den integrierten Angeboten für die Gebäudenutzer abhängig sein. Dieser Paradigmenwechsel in der Immobilienbranche erfordere die Entwicklung neuer Nutzungs- und Betreiberkonzepte. Das „Center Smart Commercial Building“ arbeitet in interdisziplinären Forschungs-Teams zur Analyse und Erforschung sowie zum Verständnis künftiger Herausforderungen für die Branche.

## „TexSpace“: ITA will Innovationen schneller marktreif machen



Foto: ITA

Von wegen fadenscheinig: Das Digital-Tool „TexSpace“ soll die Geschwindigkeit erhöhen, mit der sich Neuerungen umsetzen lassen.

► Ein vom Institut für Textiltechnik (ITA) an der RWTH Aachen entwickeltes Tool soll künftig dabei helfen, Neuerungen schneller auf den Markt zu bringen. „TexSpace“ gilt laut ITA als das erste digitale Tool für Innovations-Scouting im Bereich der „technischen Textiltechnik“. Dabei sollen Experten neben dem Zugang zu wichtigen Daten auch mit der Entwicklung neuer Technologien und Geschäftsmodelle helfen. Projektpartner des ITA ist die InnoLoft GmbH mit Sitz im „digitalHUB Aachen“. Textile Materialien sind laut ITA für die meisten Endkunden unsichtbar, spielen aber eine bedeutende Rolle für die Funktionalität von Technologien und Produkten in zahlreichen Branchen.

@ [tinspace.com/public](https://tinspace.com/public)

@ [www.fhac.de/bios](https://www.fhac.de/bios)

## Starthilfe für angehende Bauingenieure: RWTH und FH gründen neuen Studiengang

► Er fließt wie Honig und wird in wenigen Minuten steinhart: Mit ultrahochfestem Beton haben Vertreter von RWTH Aachen und FH Aachen eine Tafel gegossen und damit sinnbildlich die Gründung des neuen Studiengangs „Bauingenieurwesen mit Orientierungssemester“ (BIOS) fixiert. Basierend auf den positiven Erfahrungen beim Projekt „Guter Studienstart im Ingenieurbereich“ wollen der FH-Fachbereich Bauingenieurwesen und die RWTH-Fakultät Bauingenieurwesen mit ihrer Kooperation ab dem Sommersemester 2020 Einsteigern den Studienstart erleichtern. Dazu sollen die Studierenden im gemeinsamen ersten Semester beide Hochschulsysteme kennenlernen und sich anschließend für die Fortführung des Studiums an der FH oder der RWTH entscheiden können.



## Sechs-Millionen-Euro-Baustelle: RWTH koordiniert „Internet of Construction“

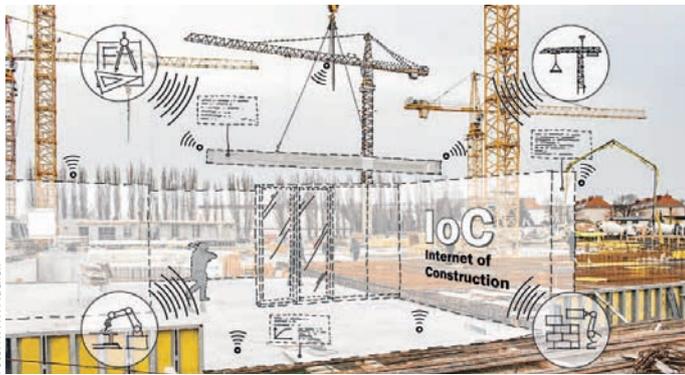
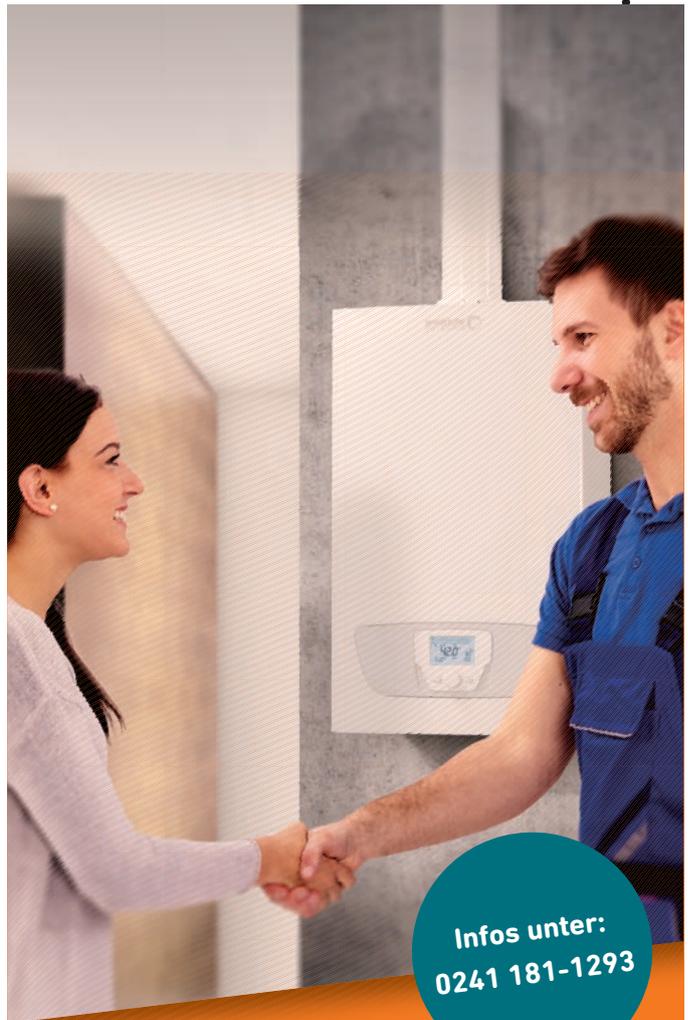


Foto: RWTH Aachen

**Aufbauarbeit:** Die RWTH und zahlreiche Partner aus Forschung und Wirtschaft wollen beim Projekt „Internet of Construction“ den Informationsfluss zwischen den Akteuren aus verschiedenen Gewerken verbessern.

► Ein von der RWTH Aachen geleitetes Forschungsprojekt soll künftig die Termintreue und die Bauqualität entlang der Wertschöpfungskette im Bauwesen optimieren. Ziel des Vorhabens „Internet of Construction“ ist ein kontinuierlicher Informationsfluss bei der Zusammenarbeit mehrerer Betriebe der Bauwirtschaft. Das auf drei Jahre angesetzte Projekt besitzt ein Volumen von 5,8 Millionen Euro und wird mit 3,2 Millionen Euro vom Bundesforschungsministerium gefördert. Das Konsortium besteht derzeit aus sieben direkt beteiligten Unternehmen und drei Forschungseinrichtungen. Der Zusammenschluss will vor allem die Netzwerke aus Baubetrieben, Vorfertigern im Bauwesen sowie Geräteherstellern betrachten, um effektive Lösungen gegen Informationsbrüche zu finden. „Die Wertschöpfungsketten des Bauwesens sind durch die Zusammenarbeit einer Vielzahl von Unternehmen geprägt“, sagt Professor Sigrid Brell-Cokcan vom Lehrstuhl für individualisiertes Bauen der RWTH Aachen: „Über verschiedene Gewerke hinweg erschaffen sie ein komplexes, hochgradig individualisiertes Gesamtprodukt“, betont die Koordinatorin des Forschungsprojekts. Mit dem Lehrstuhl für Fertigungsmesstechnik und Qualitätsmanagement am Werkzeugmaschinenlabor (WZL) der RWTH arbeitet ihr Team mit Unternehmen und Einrichtungen aus dem Bauwesen, dem Maschinenbau, der Software-Entwicklung und der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung an Digitalisierungsstrategien.



Infos unter:  
0241 181-1293

## Mieten Sie Ihre neue Gasheizung!

- ✓ Keine Investitionskosten
- ✓ Schornsteinfeger inklusive
- ✓ Wartung und Instandhaltung inklusive

Informieren Sie sich jetzt unter **0241 181-1293** oder auf [stawag.de/gasheizung](http://stawag.de/gasheizung)

 **STAWAG**



Gut für mich.  
Gut für die  
Umwelt.



schützt  
MENSCH UND UMWELT

„Weil er hilft,  
klimafreundliche  
Produkte zu finden!“

Annette Humpe  
Musikproduzentin

Tun Sie etwas Gutes für sich, die Umwelt und die Zukunft!  
Kaufen Sie Produkte mit dem Blauen Engel, Deutschlands erstes  
Umweltzeichen steht seit 35 Jahren für Transparenz, Glaubwürdigkeit,  
Vertrauen und Qualität. Mehr unter [www.blauer-engel.de](http://www.blauer-engel.de)

  Bundesregierung  
für Umwelt und Klimaschutz  
Umweltministerium

Foto: Jörn Raabe

# Strategie für die Energieversorgung in NRW

## Windkraft und Photovoltaik sollen doppelt so viel Leistung bringen



Foto: mmp/stock.adobe.com

Packen wir's an: Das fünfte Entfesselungspaket der Landesregierung NRW verfolgt ambitionierte Zielsetzungen, was die Energieproduktion mittels Photovoltaik und Windenergieanlagen angeht.

**M**it dem jüngst vom Kabinett beschlossenen fünften Entfesselungspaket hat die Landesregierung NRW insgesamt 17 Maßnahmen zur Beschleunigung und Vereinfachung von Verfahren beim Ausbau der Erneuerbaren Energien auf den Weg gebracht. Bis 2030 soll auf Basis der Energieversorgungsstrategie der Landesregierung die installierte Leistung von Windkraft (auf 10,5 Gigawatt) und Photovoltaik (auf 11,5 Gigawatt) verdoppelt werden. Bis 2050 soll die Energieversorgung vorrangig über Wind, Photovoltaik (PV), Gaskraftwerke in Kraft-Wärme-Kopplung, Geothermie und grünen Wasserstoff gesichert werden. Die Vorhaben des fünften Entfesselungspakets im Einzelnen:

**Photovoltaik-Anlagen:** Zentrales Vorhaben ist die konsequente Nutzung der Randstreifen von Autobahnen und überregionalen Schienenverbindungen. Fachleute sehen hier ein Potenzial von bisher ungenutzten 12.300 Hektar. Für die Landwirtschaft können sich erhebliche wirtschaftliche Vorteile ergeben: Die EnergieAgentur.NRW geht von Pachteinahmen zwischen 2.500 bis 4.000 Euro pro Hektar und Jahr aus. Betreiben die Landwirte die Anlagen selbst, liegen die Erträge zwischen 7.000 und 15.000 Euro pro Hektar und Jahr. Außerdem soll die Nutzung von Sonnen-

energie in Gewerbe- und Industriegebieten durch Anreize bei der regionalen Wirtschaftsförderung mit einem Bonus-System gefördert werden. Auch Photovoltaik an und auf Gewerbe- und Industriebauten, auf ruhenden Gewässern (sogenannten Floating-PV für die Rest-Seen der Tagebaue im Rheinischen Revier) und denkmalgeschützten Gebäuden sollen zusätzliche Potenziale erschließen. Die Landesregierung unterstützt zudem die Streichung des sogenannten 52-GW-Deckels durch die Bundesregierung, der die Errichtung kleiner und mittlerer PV-Anlagen erheblich behindert. Außerdem soll ein internationaler Wettbewerb für Landschaftsarchitekten, Planer und Künstler Vorschläge zur attraktiven Gestaltung von Flächen-PV-Anlagen erarbeiten, um die Akzeptanz in der Bevölkerung zu erhöhen.

**Windenergieanlagen (WEA):** Für einen effizienteren und beschleunigten Ausbau der Windenergie hat die Landesregierung sechs Maßnahmen beschlossen. So soll durch eine Änderung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes das wirtschaftliche Risiko bei beklagten Investitionsvorhaben minimiert werden. Dazu hat NRW bereits eine Bundesratsinitiative auf den Weg gebracht. Mit zwei weiteren Initiativen in der Länderkammer werden Verbesserungen bei der technisch-rechtlichen Prüfung im Ver-

hältnis zu Ansprüchen der Deutschen Flugsicherung (Einfluss von WEA auf Drehfunkfeuer) und zu den Tiefflugsprüchen der Bundeswehr vorgeschlagen. Hier geht es um die Berücksichtigung veränderter Anlagenhöhen im Rahmen des Repowerings. Daneben sollen durch die Überarbeitung des Windenergieerlasses und ein Beratungsangebot für Bezirksregierungen und Kommunen rechtssichere Planungsverfahren sichergestellt werden.

**Geothermie:** Drei unterschiedliche Genehmigungsverfahren werden zu einem digital zusammengeführt und sollen damit erheblich beschleunigt werden. Ein neues Merkblatt fasst die rechtlichen und technischen Grundlagen für Planer oberflächennaher Anlagen zusammen. Für Tiefengeothermie-Vorhaben prüft das Wirtschaftsministerium Instrumente zur besseren wirtschaftlichen Absicherung der Tiefenbohrungen (sogenannten Fündigkeitsrisiko).

Über die Maßnahmen zum Ausbau der Erneuerbaren Energien hinaus bekräftigt die Landesregierung, dass die für das Rheinische Revier mit dem Entfesselungspaket IV beschlossenen Planungsgrundsätze und -vereinfachungen auch auf die strukturschwachen Standorte von Steinkohlekraftwerken anwendbar sind.



## Zwischenbilanz: Programm **Digitale Modellkommunen NRW** treibt Transformation voran

► Eine positive Zwischenbilanz des Landesprogramms „Digitale Modellkommunen NRW“ haben Wirtschafts- und Digitalminister Professor Andreas Pinkwart und die Stadtspitzen von Aachen, Gelsenkirchen, Paderborn, Soest und Wuppertal gezogen. „Bis heute haben wir insgesamt 42 Projekte an den Start gebracht. Das Fördervolumen liegt bisher bei 56,6 Millionen Euro. Dadurch wurden zusätzlich private Investitionen von rund 24 Millionen Euro ausgelöst, sodass das Gesamtvolumen zurzeit bei 80,9 Millionen Euro liegt“, sagte der Minister bei der Vorstellung der Bilanz in Düsseldorf. Für den Aufbau eines

leistungsstarken landesweiten Gewerbeserviceportals wurden darüber hinaus weitere rund sieben Millionen Euro Fördermittel investiert. Beim eGovernment würden im Rahmen des Programms mittlerweile mehr als 60 hochinnovative, kommunale Leistungsbündel digitalisiert, die alle auch auf weitere Kommunen übertragbar seien und die Maßgaben des Onlinezugangsgesetzes erfüllten. Besonders erfreulich sei, dass im Zuge des Projekts eine beispielhafte Kooperation zwischen den Modellkommunen gelungen sei. „Die oftmals sehr komplexen Projekte konnten erfolgreich koordiniert, Doppelstruk-

turen damit ausgeschlossen werden“, sagte der Minister. Bei den Smart-City-Lösungen seien in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft ambitionierte Projekte entstanden: Dazu zählen Vorhaben wie „Bergisch.Smart.Mobility“, neue 3D-Steuerungssysteme, Open Innovation Labs, eine neue Smartphone-Bürger-ID und digitale Mobilitäts-, Bildungs- und Betreuungsprojekte. Mit dem Projekt „Gov-Chain“ wird von Aachen ausgehend mit Kooperationspartnern in ganz NRW die Blockchain-Technologie für digitale Verwaltungs- und Stadtentwicklungsthemen nutzbar gemacht.

## Unterstützung für **kleine und mittelständische Unternehmen** bei der Digitalisierung

► Für kleine und mittelständische Betriebe sind technologische und soziale Innovationen von entscheidender Bedeutung, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können. Die Entwicklung neuartiger Konzepte und Werkzeuge für die Arbeitsgestaltung und -organisation in und mit mittelständischen Unternehmen ist dazu dringend erforderlich.

Das Projekt „WissProKMU – Zukunft der Arbeit: Gestalten und Vernetzen“ unterstützt deutschlandweit 26 Verbundvorhaben mit kleinen und mittelständischen Betrieben bei der Umsetzung ihrer Digitalisierungsstrategie. Ziel von „WissProKMU“ ist es, die Verbundprojekte miteinander zu vernetzen und den Ergebnistransfer zu unterstützen. Die

Verbundvorhaben werden im Rahmen des Programms „Zukunft der Arbeit“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds gefördert und vom Projektträger Karlsruhe betreut. Weitere Informationen zum Projekt und Kontaktdaten gibt es online.

@ [bit.ly/2unezhm](https://bit.ly/2unezhm)

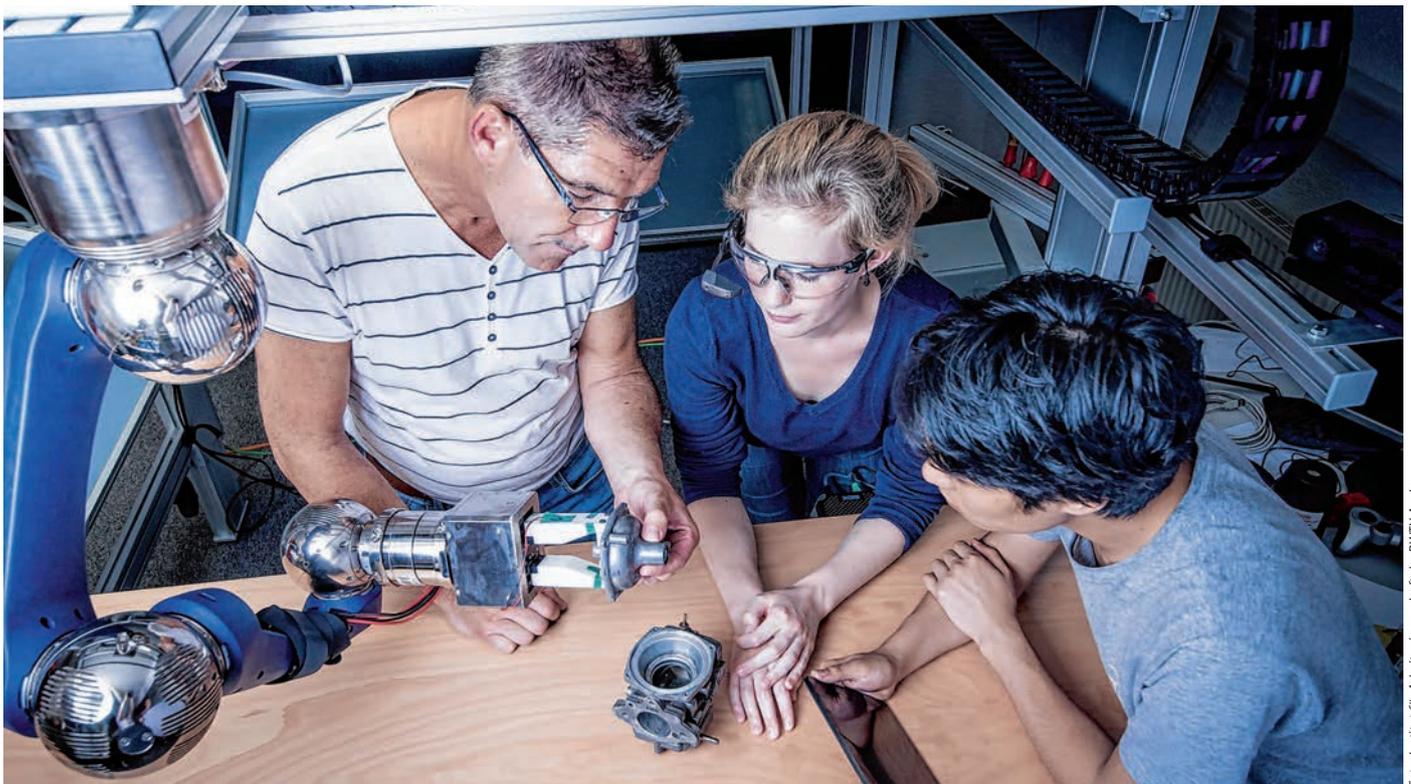


Foto: Institut für Arbeitswissenschaft der RWTH Aachen

Mit Roboterarm, Datenbrille und Tablet: Die Digitalisierung bereitet den Boden für Innovationen



Foto: ConSense GmbH

Gruppenbild mit Siegerin: Dr. Stephan Killich, Dr. Iris Bruns, Preisträgerin Carola Roll und Dr. Alexander Künzer (v.l.) auf der ConSense-Anwenderkonferenz in Aachen.

## „ConSense ScientificAward“: Aachener Softwareentwickler stiftet wieder einen Preis für neue Ansätze im Qualitäts- und Integrierten Management

► Der dritte ConSense-ScientificAward ist verliehen: Preisträgerin Carola Roll nahm den Award auf der Anwenderkonferenz der ConSense GmbH in Aachen entgegen. Sie hatte mit ihrer Master Thesis, eingereicht an der Donau Universität Krems, die Jury nicht nur überzeugt, sondern begeistert. Die ConSense GmbH ist einer der technologisch führenden Anbieter von Software für Qualitäts- und Integrierte Managementsysteme. Das Unterneh-

men stiftet den mit 1.000 Euro dotierten Preis zur Auszeichnung talentierter Forscher und Wissenschaftler, die in ihrer Abschlussarbeit neue Ansätze für das Qualitäts- und Integrierte Management der Zukunft entwickeln, die zu einem lebendigen und akzeptierten Qualitätsmanagement beitragen. Auch in diesem Jahr konnte der Softwareentwickler eine hochkarätige, unabhängige Jury zur Bewertung der zahlreichen eingereichten Abschlussarbei-

ten gewinnen, die schließlich Carola Roll zur Gewinnerin kürte. Roll zeigte in ihrer Arbeit, die sie auf der ConSense-Anwenderkonferenz vorstellte, dass die oft als etwas sperrig empfundene Universalwissenschaft Kybernetik als modernes Managementwerkzeug volle Berechtigung besitzt und besonders in Kombination mit Lean Management, mit dem sie zahlreiche thematische Berührungspunkte aufweist, eine perfekte Symbiose eingehe.

## Ressourceneffizienz beim Bau: Entwicklungsgesellschaft holt weitere Fördermittel ins Inland

► Das Projekt „ReNeReb“ wird die Expertise im Bereich des nachhaltigen Bauens bündeln und so neue allgemeine Standards im ressourceneffizienten und kreislaufgerechten Bauen setzen. Das Projekt wird als Kooperationsprojekt mit der RWTH Aachen und Aachen Building Experts e.V. durchgeführt. Im Rahmen des aus Mitteln des Strukturförderprogramms „Unternehmen Revier“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie geförderten Projektes wird die Faktor-X-Agentur der Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH gemeinsam mit dem Institut der RWTH Aachen für Rezykliergerichtetes Bauen und mit dem Aachen Building Experts e.V. ein regionales digitales Best-Practice-Netzwerk zu ressourceneffizientem und kreislaufgerichtetem

Bauen etablieren. Nach dem Ende der Projektlaufzeit soll bis Ende 2022 ein Expertensystem entstehen, welches es den Kommunen im Rheinischen Revier ermöglichen soll, diese innovative Art des Bauen als allgemeinen Standard zu etablieren, weil es Beispiele, Produkte und Experten zusammenbringt. Zugleich wird ein Baupreis ausgeschrieben, der erstmals innovatives ressourceneffizientes und kreislaufgerechtes Bauen im Rheinischen Revier prämiiert. Der Bausektor birgt zahlreiche Potenziale: So lassen sich durch eine intelligente Wahl von Rohstoffen und Baukonstruktionen mindestens sieben Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich einsparen. Eine ganzheitliche energetische Betrachtung der Gebäude über den gesamten Lebenszyklus müsse daher

essenziell werden. Ressourceneffizientes Bauen (Faktor-X-Bauweise) könnte einen wichtigen Beitrag zur Einhaltung der Klimaschutzziele des Bundes leisten. Die Verbesserung der Ressourceneffizienz beim Bau von Siedlungen ist wesentlicher Teil der Strategie des Masterplans „indeland 2030“ der Entwicklungsgesellschaft „indeland GmbH“ sowie eines der zentralen Themen des Strukturwandels im Rheinischen Revier. Eine Reihe von Strategien sollen zur Erreichung dieser Ziele führen und wurden in den Faktor-X-Siedlungen in Eschweiler und Inden erprobt. Das indeland nimmt mit der Entwicklung von Strategien und Projekten für zukunftsfähiges Bauen und Wohnen längst eine Leuchtturmfunktion weit über die Region hinaus ein.



## Wettbewerb „5G.NRW“: Landesregierung fördert Aufbau der 5G-Technologie mit bis zu 90 Millionen Euro

► Das Kabinett hat die neue 5G-Mobilfunkstrategie für Nordrhein-Westfalen verabschiedet, die Leitplanken für die Einführung der fünften Mobilfunkgeneration (5G) in NRW setzt. Eine zentrale Maßnahme der Mobilfunkstrategie ist der nun gestartete Förderwettbewerb „5G.NRW“. Für innovative anwendungsorientierte Projekte wie Campusnetze stellt das Land bis zu 90 Millionen Euro bereit. Ziel der Strategie ist, die Chancen der 5G-Technologie frühzeitig zu realisieren. Die fünfte Mobilfunkgeneration bietet einen deutlichen Geschwindigkeits- und Qualitätsvorteil gegenüber den bisherigen Mobilfunkstandard der

vierten Generation (4G): 5G ist etwa 100 Mal schneller als eine 4G-Verbindung. Die Datenübertragung erfolgt dabei nahezu in Echtzeit und ist auf vielen Geräten gleichzeitig möglich. Die Reaktionsgeschwindigkeit ist dabei kaum noch messbar. Ziel des Förderwettbewerbs 5G.NRW ist, innovative Geschäftsmodelle zu erproben und in die breite Anwendungen zu bringen. Fokus des Wettbewerbs sind Projektideen mit den Schwerpunkten 5G-Forschung- und Entwicklung, Testzentren für Forschung und Entwicklung, 5G-Campusnetze für Prozess- und Organisationsinnovationen, lokale und regionale 5G-Reallabore sowie Ent-

wicklung von 5G-Anwendungen und – Geschäftsmodellen. Mit innovativen Projekten und starken Projektverbänden wolle man NRW zum Leitmarkt für 5G entwickeln. Auch kleine und mittlere Unternehmen sind aufgerufen, sich mit der Technologie zu beschäftigen und sich am Wettbewerb zu beteiligen. Die Auswahl der förderungswürdigen Vorhaben trifft ein unabhängiges Gutachtergremium aus neun renommierten Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft. Bewerbungen können bis zum 2. März 2020 eingereicht werden.

@ [5g-wettbewerb.nrw](https://www.5g-wettbewerb.nrw)

## „EXIST-Potentiale“: 26 Hochschulen aus Nordrhein-Westfalen erhalten Förderzusagen

► Insgesamt 26 Hochschulen aus Nordrhein-Westfalen sind beim Förderwettbewerb des Bundeswirtschaftsministeriums „EXIST-Potentiale“ ausgewählt worden. Eine Experten-Jury hatte aus 220 eingereichten Projekten insgesamt 142 Projekte als förderwürdig eingestuft. Für das Programm stehen in den nächsten vier Jahren mehr als 150 Millionen Euro Bundesmittel bereit. Etwa 35 Millionen Euro davon sind von Hochschulen aus Nordrhein-Westfalen beantragt worden. Das Land hatte im Vorfeld des Wettbewerbs mit allen Universitäten und Fachhochschulen Gespräche geführt und diese auf das Antragsverfahren vorbereitet. Die ersten Projekte starten im Frühjahr. Ziel des Programms ist, die Rahmenbedingungen für Start-ups aus Hochschulen zu verbessern. Aus Nordrhein-Westfalen wurden 33 Projekte eingereicht. Die Erfolgsquote der Hochschulen liegt mit 79 Prozent deutlich über dem Bundesschnitt. Die Zahl der Ausgründungen der Hochschulen in Nordrhein-Westfalen möchte die Landesregierung bis zum Jahr 2024 um 50 Prozent erhöhen. Dazu fördert das Land mit insgesamt bis zu 150 Millionen Euro die RWTH Aachen, die Ruhr-Universität Bochum, die TU Dortmund, die Universität zu Köln, die Westfälische Wilhelms-Universität Münster und die Universität Paderborn. Sie sind die Gewinner des Wettbewerbs Exzellenz Start-up Center.NRW. Mit dem Programm Start-up Transfer unterstützt die Landesregierung außerdem Wissenschaft-



RWTH-Prorektor Malte Brettel nahm in Berlin die Auszeichnung für die Teilnahme der RWTH im Wettbewerb EXIST-Potentiale entgegen.

ler, Studierende und Absolventen bei der Vorbereitung von Gründungen aus Hochschulen

und Forschungseinrichtungen.

@ [www.gruenden.nrw](https://www.gruenden.nrw)



## JUBILÄEN 25 JAHRE

- ▶ B&B-AGEMA Gesellschaft für energietechnische Maschinen und Anlagen Aachen GmbH, Aachen
- ▶ Kordula Jütten, Heinsberg
- ▶ Kurt Volker Schindel, Simmerath
- ▶ Löhnenbach GmbH, Bad Münstereifel
- ▶ Michael Eßer
- ▶ T.E.A.M. Industribedarf GmbH, Kall
- ▶ Udo Geiser und Guido Wallraven, Heinsberg
- ▶ Volker Welter, Düren

## 50 Jahre Anlagenbau zur Holzbearbeitung: HOLTEC feiert Jubiläum

▶ **Hellenthal.** Die HOLTEC GmbH & Co. KG, die schlüsselfertige, kundenindividuelle Gesamtanlagen zur Rundholzmanipulation entwickelt, plant und liefert, feiert ihr 50-jähriges Jubiläum. Seit der Gründung 1970 hat HOLTEC seinen Sitz in der Eifel-Gemeinde Hellenthal. Der Schwerpunkt des Standorts liegt in der Entwicklung, Konstruktion, Produktion und dem Vertrieb. Auf einer Produktionsfläche von circa 8.000 Quadratmetern werden Anlagen für die holzbearbeitende Industrie gefertigt. Im sächsischen Jänkendorf befindet sich der zweite wichtige Produktionsstandort von HOLTEC. Er wurde 1990 gegründet. Zehn Jahre nach dem Start wurde dort eine zweite Produktionshalle errichtet. Nachdem Peter Klement im Jahr 2003 die Gesellschaftsanteile an der HOLTEC GmbH & Co. KG als alleiniger Inhaber übernommen hatte, trat er 2005 aus dem operativen Geschäft zurück und übergab die Geschäftsleitung an seine Tochter Ute Klement für den Bereich Personal und Finanzen sowie an Alexander Gebele für Technik und Vertrieb. Aus den Anfängen in den 70er Jahren sei heute ein global agierendes, mittelständisches Familienunternehmen mit rund 160 Mitarbeitern geworden, das sich an der Spitze der Anbieter für Anlagen in der Holzindustrie behauptet.

## Rehappy GmbH entwickelt Wissens- und Motivationssoftware für Schlaganfallpatienten



Hilft Menschen nach einem Schlaganfall zurück in ein normales Leben: die App der Rehappy GmbH.

▶ **Aachen.** Für den Therapieerfolg eines Schlaganfallpatienten ist die Unterstützung auf körperlicher und emotionaler Ebene essenziell. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass jegliche Form körperlicher Aktivität die Anpassungsfähigkeit des Gehirns steigert. Zudem ist erwiesen, dass der Lernerfolg durch positive Emotionen verbessert wird. Vor diesem Hintergrund entwickelt die Rehappy GmbH mit Sitz in Aachen seit 2017 eine Wissens- und Motivationssoftware für Schlaganfallpatienten. Die Gründer Dr. Sylvie von Werder und Tobias von Werder haben sich mit ihrem Team zur Aufgabe gemacht, die Nachsorge von Schlaganfallpatienten auf ein neues, digitales Level zu heben. Dafür werden die Patienten während des Genesungsverlaufs mit einer App, einem Aktivitätstracker und einem Web-Portal aktiviert, informiert und begleitet. Rehappy agiert dabei übergeordnet als therapiebegleitende Unterstützung. Die Patienten sollen durch die App in ihrem Alltag hilfreiches Wissen, Motivation und Organisation erhalten. Dadurch steigerten die Patienten ihre eigene Selbstwirksamkeit, erhöhen ihren Therapieerfolg und senken ihr Risiko eines Reinfarkts. Mit Hilfe individueller Wissens- und Motivationsleitlinien unterstützt Rehappy den Patienten beim Wiedererlernen und Verfestigen verschiedener Fähigkeiten. Seit dem ersten Tag hat Rehappy Patienten eng in die Entwicklung miteinbezogen. Mittelfristig strebt das Unternehmen die Kostenübernahme durch Krankenkassen und Rehakliniken an. Einen wichtigen Schritt hat Rehappy dafür schon geschafft: Durch den Gewinn des „Healthy Hub Wettbewerbs 2019“ startet im Frühjahr die Zusammenarbeit mit der ersten Krankenkasse.

@ [www.rehappy.de](http://www.rehappy.de)

## Grünenthal ernennt Jan Adams zum Mitglied der Konzerngeschäftsführung

▶ **Aachen.** Grünenthal hat bekannt gegeben, dass Jan Adams mit Wirkung zum 1. Januar zum Chief Scientific Officer (CSO) und zum Mitglied der Konzerngeschäftsführung ernannt worden ist. Seit Juli hat Adams die Aufgaben des CSO bereits kommissarisch wahrgenommen und dabei die strategische Neuausrichtung der Forschungs- und Entwicklungs-Organisation geleitet. Adams verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Gesundheits- und biopharmazeutischen Industrie. Der promovierte Mediziner begann 2017 als „Head Corporate Strategy and Portfolio Management“ bei Grünenthal und hat in dieser Funktion eng an der Schnittstelle zwischen Strategie, Forschung und Entwicklung sowie Marketing und Vertrieb gearbeitet. Adams möchte Grünenthals Projektportfolio weiter auszubauen und damit den ungedeckten medizinischen Bedarf in der Schmerzbehandlung angehen.



## Innovativ: Carl Krafft & Söhne realisiert neue Wärmekammer

► **Düren.** Die Carl Krafft & Söhne GmbH & Co. KG aus Düren wird eine neue Wärmekammer zum Aufheizen der Außenmäntel von Doppelmantelwalzen realisieren. Mit dem Vorhaben können gegenüber dem bisherigen Verfahren jährlich 85 Prozent Energie (35.000 Kilowattstunden) und fünf Prozent Stahl (6,4 Tonnen) eingespart werden. Insgesamt ergibt sich daraus eine CO<sub>2</sub>-Minderung von 20 Tonnen pro Jahr. Die innovative Technologie kommt erstmalig in eine großtechnische Anwendung. Das Bundesumweltministerium fördert das energieeffiziente Pilotvorhaben mit rund 70.000 Euro aus dem Umweltinnovationsprogramm. In speziellen geschlossenen und isolierten Wärmekammern wird der Außenmantel der Walze auf bis zu 350 Grad aufgeheizt. Die Abwärme wird der Umluft der Wärmekammer erneut zugeführt. Die konstante Temperatur ermöglicht zudem ein gleichmäßiges Aufheizen des Materials. Weiteres und integrales Kernstück des Vorhabens ist ein im Hallenbereich und in der Wärmekammer auf Schienen rollender und speziell konstruierter Ofenwagen. Dies ermöglicht ein präzises Aufschumpfen, da der Außenmantel jeweils exakt in der gewünschten Position liegt. Zum Fügen wird der in an einem Kran hängende Innenkörper passgenau und schnell abgesenkt. Die Carl Krafft & Söhne GmbH & Co. KG wurde 1870 als Eisengießerei und Maschinenbauunternehmen gegründet. Heute stellt das Unternehmen Walzen, Zylinder und Trommeln sowie ähnliche rotationssymmetrische Bauteile zum Einsatz in der Papierindustrie, der Medizintechnik und im Maschinenbau her.



**IHK-Ansprechpartner:**  
Paul Kurth  
Tel.: 0241 4460-106  
paul.kurth@aachen.ihk.de

## Tourenplanungsspezialist gts bezieht neuen Standort in Uersfeld



Auf die Optimierung von Transportlogistik spezialisiert und ab jetzt mit neuer Adresse: gts systems and consulting ist in den Engineering Park Aachen umgezogen.

► **Aachen.** Aufgrund des stetigen Wachstums ist das Unternehmen „gts systems and consulting“ (gts) von Herzogenrath in den Engineering Park Aachen nach Uersfeld gezogen. Damit liegt der neue Standort nur wenige Kilometer von der alten Niederlassung entfernt, ist aber dennoch dank der Nähe zur Autobahn besser erreichbar. Zusätzlich wartet er mit größeren Räumen auf, deren Umbau im ersten Quartal abgeschlossen sein wird. Damit gehen auch neue Ziele einher, wie der Ausbau des internationalen Geschäfts. Das bedeutet, dass weiterhin vor allem auf Forschung und Entwicklung gesetzt werde – ein Fokus, der durch die große Nähe zur RWTH Aachen seit der Gründung gegeben ist. Aktuell intensiviert gts das Recruiting: Es werden vor allem IT-Projektleiter und mathematische Softwareentwickler gesucht, um das Wachstum voranzutreiben und die Position als Innovationsführer in der Branche zu festigen. Auch duale Studiengänge in Kooperation mit der Fachhochschule Aachen bietet gts an. Das Unternehmen beschäftigt aktuell 23 Mitarbeiter und hat sich auf die Optimierung von Transportlogistik spezialisiert. Zu den Kunden zählen unter anderem BMW, die Deutsche Post, GLS und easyJet.

## BCT'ler Thomas Kuckelkorn ist stellvertretender Vorsitzender im Bitkom-Lenkungsausschuss „Digital Office“



Foto: BCT

Neuer stellvertretender Vorsitzender im Lenkungsausschuss von Bitkom: Thomas Kuckelkorn, Spezialist für Enterprise-Information-Management-Technologie bei BCT Deutschland.

► **Aachen.** Den wirtschaftlichen Erfolg der Digital-Office-Branche in Deutschland stärken: Dafür setzt sich der Lenkungsausschuss „Digital Office“ des Branchenverbands Bitkom ein. Seit Dezember wird er von einem neuen Vorstand geführt. Als einer der stellvertretenden Vorsitzenden wurde Thomas Kuckelkorn von BCT Deutschland gewählt, Spezialist für Enterprise-Information-Management-Technologie. Der Lenkungsausschuss steuert Themen und Aktivitäten der sechs Gremien des Kompetenzbereichs „Digital Office“. „Dabei ist uns wichtig, das digitale Büro als Steuerzentrale einer nachhaltigen und erfolgreichen Digitalisierung herauszuarbeiten“, sagt Kuckelkorn. Als Vorsitzender des Arbeitskreises „Digital Office Services & Cloud“ wird Kuckelkorn hierbei auch relevante Trends und Entwicklungen aus dem Bereich Cloud Computing einfließen lassen.

### Platzmangel ??? Wohin mit den Akten???

Dafür gibt es mich!

**Der Lagerkönig**

Professionelle Akten-  
einlagerung in unseren  
speziellen Lagerboxen.

... Sicher, Sauber, Trocken!



Kostenlose Hotline: 0800-8020140  
info@der-Lagerkoenig.de · www.der-Lagerkoenig.de



## Florack Immobilien und Rhein-Grund feiern 50-jähriges Jubiläum

► **Heinsberg.** Zweifaches Jubiläum am Markt 22 in Heinsberg: Bereits seit 50 Jahren befasst sich die Florack Immobilien GmbH & Co. KG mit der Entwicklung renditestarker Projekte auf unbebautem Grundstück, in Baulücken, Industriebrachen sowie bei Umnutzung oder Sanierung. Ebenfalls seit 50 Jahren verwaltet die Rhein Grund Grundstücks- und Betreuungsgesellschaft mbH & Co. KG Grundbesitz, Immobilien und Wohneinheiten. Im Unternehmen sind die technischen und kaufmännischen Kompetenzen für Grundstückserwerb und -entwicklung sowie für Immobilienbetreuung und -verwaltung gebündelt. Geschäftsführer Rainer Florack ist Mitglied in der IHK-Vollversammlung, im Industrie- und Technologieausschuss der IHK Aachen sowie zusammen mit seinem Bruder Ludwig Florack im Regionalausschuss für den Kreis Heinsberg. Letzterer führt die Florack Bauunternehmung GmbH, für die bereits 1866 der Grundstein gelegt wurde und die die Brüder 1987 in vierter Generation von ihrem Vater Franz-Josef Florack übernommen hatten.

## KISTERS AG präsentiert sich auf der E-world

► **Aachen.** Der aktuelle Messeauftritt von KISTERS auf der E-world energy & water in Essen steht ganz im Zeichen prozessorientierter IT-Lösungen für sämtliche Marktteilnehmer. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Messstellenbetrieb (MSB) mit dem neuen MSB-Cockpit: Die vollständige Lösung für den grundzuständigen (gMSB) und den wettbewerblichen Messstellenbetreiber (wMSB) deckt alle Prozesse von der Messdatenerfassung für alle Zählertechnologien über das technische Gerätemanagement, die Wechselprozesse und die Marktkommunikation bis zur Abrechnung des Messentgelts ab. Daneben zeigen IT-Anbieter für die Energiebranche Software für den Energiehandel, wie zum Beispiel das Fahrplan-Management, die Marktpreisdatenbank, das Short-Term-Cockpit und das neue Portfoliomanagement-System. Zu sehen gibt es das gesamte Leistungsspektrum vom 11. bis 13. Februar am neuen Standort in Halle 1 am Stand 437.

## Möbelhaus Brucker eröffnet neue Abteilung „Wohnart“



Tragende Rollen: Melanie Frey und Christiane Pütz gehörten zu den Mitarbeiterinnen von Möbel Brucker, die zuletzt mit dem Umzug und der Einrichtung der neuen Boutique „Wohnart“ beschäftigt waren.

► **Kall.** Viel hat sich getan in den letzten Wochen im Haus Brucker Pur bei Möbel Brucker in Kall. Dort wurde zum Jahresbeginn die neue Boutique „Wohnart“ eröffnet, in der hochwertige Waren von vielen namhaften Herstellern präsentiert werden. Ziel ist es, den Kunden ein neues Einkaufserlebnis zu bieten und sie zu inspirieren. In der Abteilung „Wohnart“ findet der Kunde Haushaltswaren, Bilder, Heimtextilien, Bettwaren, Geschenke und jede Menge Dekorationen. Bisher war die Brucker-Boutique im Haupthaus des Traditions- und Familienunternehmens untergebracht. Bei der Suche nach einem besseren Standort entschied sich das Möbelhaus für einen Umzug in das gegenüber liegende Haus Brucker Pur, wo sowohl im Unter- als auch im Obergeschoss die Möglichkeit einer besseren Präsentation des Boutique-Angebotes gegeben ist. Das neue „Wohnart“ erstreckt sich über das gesamte Untergeschoss des Hauses Brucker Pur sowie über die Hälfte des Obergeschosses, in dem auch die Ausstellung von Naturholzmöbeln weiter bestehen bleibt.

## Hilger Holz erhält den Woody Award für innovativen Neubau

► **Kall.** Hohe Auszeichnung für das Kaller Unternehmen Hilger Holz: Der Gesamtverband Deutscher Holzhandel (GD Holz) hat den Betrieb mit dem Woody Award in der Kategorie „Innovativer Holzhandel – Neubau“ ausgezeichnet. Firmenchef Martin Hilger nahm den Innovationspreis beim Branchentag Holz, dem Branchenforum für den deutschen Holzhandel, entgegen. In der Begründung der Jury heißt es, dass Hilger Holz einen komplett neuen Standort auf der grünen Wiese in unter zwei Jahren errichtet habe. Das Besondere an dem Neubau sei, dass die Struktur der Lagerhalle komplett in Holzbauweise errichtet ist und sich alles unter einem Dach befindet: die Lage-

rung in Hochregalen, die Kommissionierung für Kunden sowie das Be- und Entladen. Vor etwas mehr als einem halben Jahr hat Hilger Holz den neuen Standort an der Werner-Schumacher-Straße in Kall bezogen. Eine Grundstücksfläche von 29.000 Quadratmetern steht Hilger und seinem – ihn eingerechnet – zwölfköpfigen Team zur Verfügung. Etwas mehr als ein Jahr betrug die Bauzeit. Die drei miteinander verbundenen Hallen haben eine Gesamtfläche von 13.500 Quadratmetern. Die seien auch nötig, denn die Firma befindet sich weiterhin im Wachstum.



Foto: Thomas Schmitz/pp

Ausgezeichnet: Firmenchef Martin Hilger mit dem Woody Award, dem Branchenpreis des Gesamtverband Deutscher Holzhandel.

## Stadt Alsdorf beteiligt sich mit neuen GmbHs an städtischer Energieversorgung

► **Alsdorf.** Laut einem Bericht der Aachener Zeitung beginnt in der Zusammenarbeit zwischen der Stadt Alsdorf und den Konzessionsnehmern der städtischen Gas- und Stromversorgung ein neues Kapitel. Die neue Stadtwerke Alsdorf GmbH soll sich in diesem Jahr für 18,9 Millionen Euro mit 49,9 Prozent in die entsprechenden Netze auf Stadtgebiet einkaufen. Das geschieht über eine von der Betreiberin Regionetz eben-

falls neu zu gründenden Gesellschaft Alsdorf Netz GmbH. Die Anteilseigner der Regionetz, die Energieversorger EWW und Stawag, haben laut Zeitungsbericht bereits grünes Licht signalisiert, ebenso die Kommunalaufsicht. In Alsdorf verspricht man sich von der Beteiligung Gewinne von mindestens 400.000 Euro jährlich, die zur Haushaltskonsolidierung eingesetzt werden sollen.

## Optik-Spezialist INGENERIC bezieht neuen Unternehmens-Standort in Baesweiler

► **Baesweiler.** Wenn die Mitarbeiter von INGENERIC Produkte herstellen, ist Präzision im Nanometerbereich gefragt. Vor wenigen Wochen ist das Unternehmen von seinem Hauptsitz im Aachener Technologiezentrum und den Räumen des Internationalen Technologie- und Service-Centers (its) in einen neuen Gebäudekomplex im Baesweiler Gewerbegebiet an der Straße Zum Carl-Alexander-Park gezogen. Die Prozesskette, die der Betrieb abbildet, gilt bei der replikativen, also formenden, Optik-Herstellung einmalig in Europa: INGENERIC entwickelt und produziert Mikro-Optiken, optische Systeme und Lasersysteme. Erst vor kurzem hat die Firma die Aixtooling GmbH integriert – mit den Kernkompetenzen ultrapräzise Werkzeug- und Technologiesysteme für Optiken aus Glas. Beide Unternehmen wurden als Spin-offs des Fraunhofer-Instituts für Produktionstechnologie gegründet, INGENERIC im Jahr 2001, Aixtooling folgte 2005. Nach der Integration von Aixtooling stellt INGENERIC jetzt selbst die hochpräzisen Werkzeuge her, die sie im Anschluss direkt nutzt, um die Optiken und Lasersysteme zu produzieren, mit denen weltweit – auch im Silicon Valley – Kunden beliefert werden. Die Branchen, die das Unternehmen bedient, sind vielfältig. Beispielsweise werden Werkzeugsysteme entwickelt, mit denen Glasformen für die



Foto: Nadine Eikermann/Stadt Baesweiler

Ab jetzt komplett in Baesweiler ansässig: Der Optik-Spezialist INGENERIC ist umgezogen – sehr zur Freude von (v.l.) Baesweilers Bürgermeister Dr. Willi Linkens, den INGENERIC-Geschäftsführern Dr. Stefan Hambücker und Dr. Olaf Rübenach, Bernd Bresseler und Guido Pongs, Gründer von Aixtooling, und Dirk Pfeifferling, Geschäftsführer der its Baesweiler GmbH.

Serienproduktion von Kontaktlinsen presstechnisch hergestellt werden. Wenige Millimeter kleine, hochpräzise Linsen werden zur Verbesserung der Qualität von Video-Endoskopen gefertigt und Mikro-Optiken werden zur Datenübertragung genutzt. Auch bei Zukunftstechnologien, wie selbstfahrenden Autos, spielen die Optiken für Lasersysteme,

die INGENERIC entwickelt und produziert, eine Rolle. Mit rund 110 Mitarbeitern nutzt INGENERIC die gesamte Fläche des Gebäudekomplexes aus. Allein die Produktions- und Technikfläche der teils zweigeschossigen Halle beläuft sich auf rund 2.700 Quadratmeter, hinzu kommen unter anderem rund 1.000 Quadratmeter Bürofläche.

## FiManS GmbH aus Würselen übernimmt SDV-Anlagenbuchhaltung

► **Würselen.** Die FiManS GmbH hat ihr Produktportfolio ergänzt: Wie der Spezialist für Rechnungswesen-Software rund um die IBM-Serverplattform „System i“ mitteilt, ist die SDV-Anlagenbuchhaltung zum Jahresanfang zu 100 Prozent auf die FiManS GmbH übergegangen. Über den Verkaufspreis wurde Stillschweigen vereinbart. Eine dreistellige Zahl an Firmen nutzt seit vielen Jahren die praxisbewährte SDV-Software für ihre Anlagenbuchhaltung. Sie bietet hohe Integrationsfähigkeit in

die vorhandene IT-Infrastruktur und erleichtert die Erfassung, Verwaltung und Abschreibung von Wirtschaftsgütern. Weiterhin gab FiManS bekannt, dass einhergehend mit der Übernahme der SDV-Anlagenbuchhaltungssoftware auch alle Beschäftigten des Segmentes in die 2017 gegründete FiManS wechseln. Zudem sei die Eröffnung eines neuen Standortes am Niederrhein geplant. Neben der Zentrale in Würselen soll dort ein weiteres Kompetenzcenter für „System i“-Software entstehen.

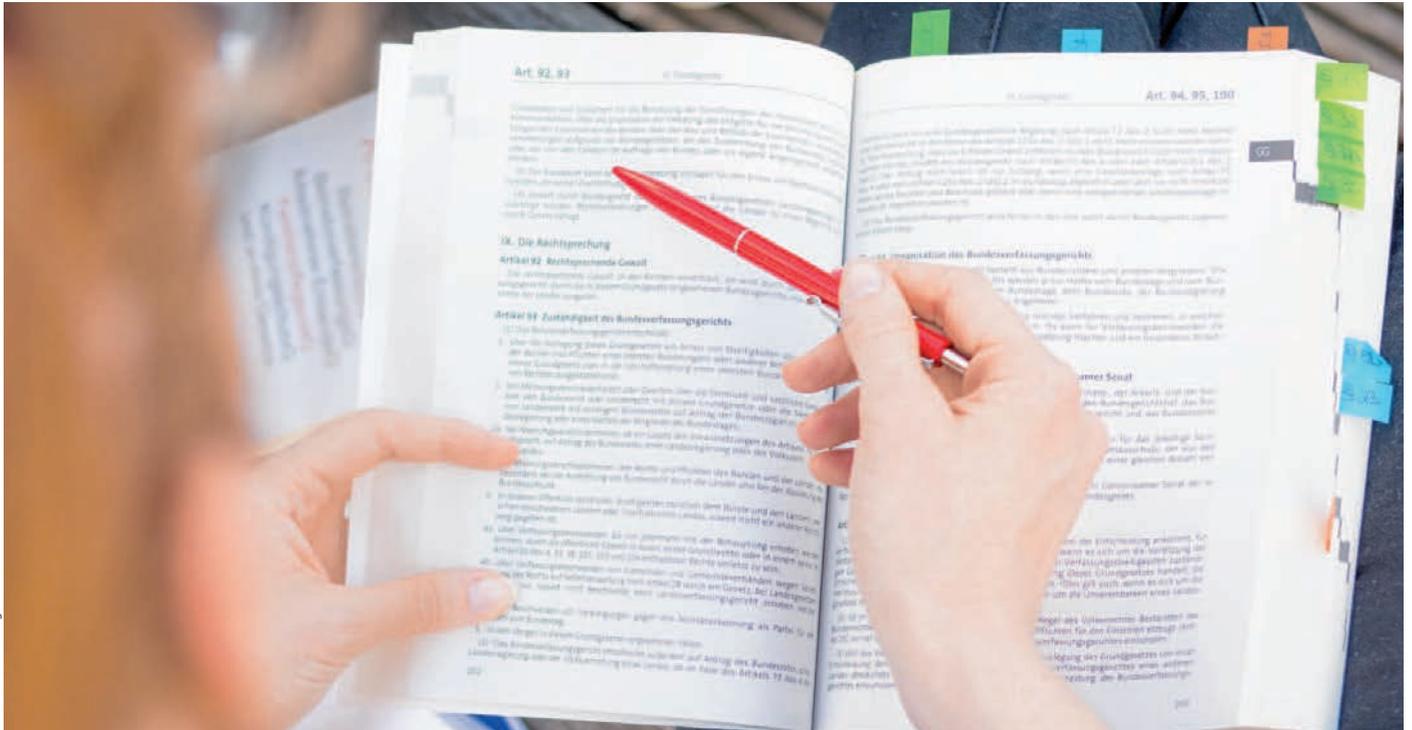


Foto: Piccol FotoDesign - stock.adobe.com

Wer soll das bezahlen? Geht es um Fachliteratur ist eindeutig geregelt, dass der Betrieb bezahlt, was der Azubi zum Lernen braucht. Davon ausgeschlossen sind Schulbücher für den Berufsschulunterricht.

# Für wen der Mindestlohn gilt und wer für Fachliteratur bezahlen muss

## Ein Überblick über die Neuerungen des Berufsbildungsgesetzes

**M**it der Modernisierung des Berufsbildungsgesetzes (BBiG) gibt es in der Ausbildung seit Beginn des Jahres einige Neuerungen: den Mindestlohn für Azubis, eine einheitliche Regelung zur Freistellung für den Berufsschulunterricht und Erleichterungen für die Teilzeitausbildung sowie im Prüfungsbereich. Die wichtigsten Fragen und Antworten:

### Ab wann gelten die Regeln und für wen?

Die neuen Regeln gelten seit dem 1. Januar 2020 für alle Auszubildenden. Bei der Mindestausbildungsgütung kommt es auf das Vertragsdatum an.

### Für welche Verträge gilt die Mindestausbildungsgütung

Die neue Mindestausbildungsgütung gilt erstmals für Ausbildungsverhältnisse mit Vertragsabschluss ab dem 1. Januar 2020.

### Für wen gilt die Mindestausbildungsgütung?

Ist der Arbeitgeber tarifgebunden, gilt weiterhin die tarifvertragliche Ausbildungsgütung und nicht die Mindestausbildungsgütung (§ 17 Abs. 3 BBiG 2020). Tarifverträge haben Vorrang. Ist der Arbeitgeber nicht tarifgebunden, darf er den branchenüblichen Tarif um höchstens 20 Prozent unterschreiten, jedoch nicht unter die Mindestausbildungsgütung kommen. Betriebe in Branchen, in denen kein Tarifvertrag abgeschlossen wurde, müssen ab Ausbildungsbeginn 2020 mindestens die gesetzliche Mindestvergütung zahlen (§ 17 Abs. 2 BBiG 2020). Die Ausbildungsver-

gütung darf aber wie bisher maximal 20 Prozent unter der einschlägigen tarifvertraglichen Ausbildungsgütung liegen (17 Abs. 4 BBiG 2020). Ein Beispiel: Die tarifliche Vergütung für das erste Lehrjahr beträgt 1.000 Euro. Ist der Arbeitgeber nicht tarifgebunden, darf er maximal 20 Prozent weniger Vergütung zahlen. Er muss also mindestens 800 Euro Vergütung zahlen und kann sich nicht auf die niedrigere Mindestvergütung berufen. Die Mindestausbildungsgütung gilt auch für Jugendliche in außerbetrieblicher Ausbildung und Menschen mit Behinderung, die ab 2020 eine Ausbildung in einem Berufsbildungswerk machen. Für Auszubildende, deren Ausbildung vor dem 1. Januar 2020 begonnen hat, gilt die Mindestausbildungsgütung nicht. Ab 2024 wird die Höhe der Mindestvergütung jeweils jährlich an die durch-

schnittliche Entwicklung aller Ausbildungsvergütungen angepasst und im Bundesgesetzblatt bekannt gegeben.

### Was ändert sich bei der Freistellung für die Berufsschule?

Nach § 15 BBiG sind Auszubildende für den Berufsschulunterricht freizustellen. Der Berufsschulbesuch ersetzt dann insoweit die betriebliche Ausbildungszeit. Die bisher geltende Unterscheidung zwischen minderjährigen und volljährigen Auszubildenden bei der Freistellung für den Berufsschulunterricht besteht seit Jahresbeginn nicht mehr. Für beide Azubigruppen gilt die gleichlautende Regelung, die sich für Minderjährige aus § 9 JArbSchG, für Erwachsene aus dem neu geschaffenen § 15 BBiG ergibt. Für die Beschäftigung vor Berufsschulbeginn (Minderjährige wie Volljährige) gilt, dass Auszubildende weiterhin nicht vor einem um 9 Uhr beginnenden Berufsschulunterricht beschäftigt werden (§ 9 Abs. 1 Nr. 1 JArbSchG) dürfen. Für die Beschäftigung nach Berufsschulende gilt seit Jahresbeginn, dass alle Auszubildenden nach der Berufsschule nicht mehr im Ausbildungsbetrieb beschäftigt werden:

1. an einem Berufsschultag mit mehr als fünf Unterrichtsstunden von mindestens je 45 Minuten, einmal in der Woche.
2. in Berufsschulwochen mit einem planmäßigen Blockunterricht von mindestens 25 Stunden an mindestens fünf Tagen. Der Berufsschulunterricht ist dann mit der durchschnittlichen wöchentlichen Ausbildungszeit anzurechnen. Eine Beschäftigung des Auszubildenden in dieser Woche ist damit grundsätzlich ausgeschlossen.
3. an dem Arbeitstag, der der schriftlichen Abschlussprüfung unmittelbar vorangeht.

### Müssen Betriebe die Kosten für Fachliteratur übernehmen?

Im neuen Berufsbildungsgesetz wird ausdrücklich klargestellt, dass Fachliteratur unter die Lernmittelfreiheit fällt (§ 14 Abs. 1 Nr. 3 BBiG 2020). Fachliteratur gehört damit, wie Werkzeuge und Werkstoffe, zu den Ausbildungsmitteln, die der Ausbildungsbetrieb dem Azubi kostenlos zur Verfügung stellen muss. Schulbücher für den Berufsschulunter-

richt gehören ausdrücklich nicht dazu.

### Was ändert sich bei der Teilzeitausbildung?

Die Teilzeitausbildung wurde mit Beginn dieses Jahres flexibilisiert und für alle Auszubildenden geöffnet. Voraussetzung ist stets, dass der Ausbildungsbetrieb mit der Teilzeitausbildung einverstanden ist. Folgende Regeln sind bei der Teilzeitausbildung zu beachten:

- Die Kürzung der täglichen oder wöchentlichen Ausbildungszeit darf nicht mehr als 50 Prozent der normalen Ausbildungszeit betragen (§ 7a Abs. 1 S. 3 BBiG 2020).
- Die Dauer der Teilzeitberufsausbildung verlängert sich entsprechend der Kürzung, höchstens jedoch bis zum Eineinhalbfachen der Ausbildungsdauer laut Ausbildungsordnung. Die Dauer der Teilzeitberufsausbildung ist auf ganze Monate abzurunden (§ 7a Abs. 2 BBiG 2020).

Ein Beispiel: Die tägliche Ausbildungszeit dauert statt acht Stunden nur sechs Stunden. Sie wird also täglich um 25 Prozent gekürzt. Dementsprechend ist die Gesamtausbildungszeit von drei Jahren um 25 Prozent, also um ein Jahr zu verlängern, sodass die Teilzeitausbildung insgesamt vier Jahre dauert. Die Ausbildungsvergütung kann dann ebenfalls um maximal 25 Prozent gesenkt werden. Hierdurch kann die Mindestausbildungsvergütung zulässigerweise unterschritten werden. Auch in der Teilzeitausbildung kann die Verkürzung der Gesamtausbildungszeit nach § 8 BBiG oder die vorzeitige Zulassung zur Abschlussprüfung nach § 45 BBiG beantragt werden.

### Was ändert sich bei der Bezeichnung der Abschlüsse in der höheren Berufsbildung?

Zur Stärkung der höherqualifizierenden Berufsbildung werden die in der Ordnungspraxis bereits entwickelten und vom Hauptausschuss des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) empfohlenen drei beruflichen Fortbildungsstufen unmittelbar im BBiG verankert. In der höheren Berufsbildung werden die Bezeichnungen „Bachelor Professional“ für die Meister und Fachwirte sowie der „Master Professional“ für die IHK-Betriebswirte und

Berufspädagogen eingeführt. Die Gleichwertigkeit von beruflicher Fortbildung und Studium soll dadurch verdeutlicht werden. Hinweis: Damit die neuen Abschlussbezeichnungen zukünftig auf den Prüfungszeugnissen der IHK ausgegeben werden dürfen, muss der Verordnungsgeber (insbesondere die Bundesministerien) zunächst die Fortbildungsordnungen anpassen. In der Regel werden die neuen Bezeichnungen nur für Prüfungen nach Anpassung der Fortbildungsordnungen gelten, soweit dort nichts anderes geregelt wird. Zudem soll durch Bezeichnungen, die international verständlich sind, die Mobilität gefördert werden.

Ausführlicher Infos zu den Änderungen des Berufsbildungsgesetzes gibt es online:

@ [www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 4663190)

i **IHK-Ansprechpartnerin:**  
Heike Borchers  
Tel.: 0241 4460-226  
[heike.borchers@aachen.ihk.de](mailto:heike.borchers@aachen.ihk.de)

# STAHL HALLEN

**Andre-Michels.de**

02651.96200

## ZERTIFIZIERUNG

**Beratung beim Aufbau und der Pflege von Managementsystemen in den Bereichen:**



- Qualität - ISO 9001
- Umwelt
- Arbeitssicherheit
- Energie
- Fördermittelbeschaffung

**QM-Beratung**  
Karl-Heinz Menten  
An Gut Forensberg 39  
52134 Herzogenrath

Tel.: 0 24 07 - 1 81 91  
Fax: 0 24 07 - 91 61 19  
[info@qm-beratung-menten.de](mailto:info@qm-beratung-menten.de)  
[www.qm-beratung-menten.de](http://www.qm-beratung-menten.de)



Foto: Jochen - stock.adobe.com

Transparent? Die neuen Regelungen im Geldwäschegesetz lösen bei vielen Unternehmen konkreten Handlungsbedarf aus.

# Was die neuen Regelungen des Geldwäschegesetzes bedeuten

Um Bußgelder zu vermeiden, muss in vielen Unternehmen jetzt gehandelt werden

**M**it Beginn des neuen Jahres sind Änderungen und Ergänzungen der bestehenden Regelungen des Geldwäschegesetzes in Kraft getreten. Für einige von ihnen bestehen keine Übergangsfristen, sie lösen für viele Unternehmen in etlichen Punkten Handlungsbedarf aus. Die IHK Aachen empfiehlt, möglichst schnell den Handlungsbedarf zu prüfen, da das Risiko von Bußgeldern nochmals gestiegen ist. Denn die Aufsichtsbehörden werden nun durch die FATF (Financial Action Task Force) geprüft und müssen Aktivitäten sowie eine effiziente Rechtsdurchsetzung nachweisen. Die wichtigsten Änderungen im Überblick:

**Transparenzregister:** Unternehmen, die Angaben zum wirtschaftlich Berechtigten im Transparenzregister eingetragen haben oder es noch tun werden, müssen nun auch die Staatsangehörigkeit hinterlegen. Die IHK

empfiehlt, dies unverzüglich nachzuholen, um dem Vorwurf unvollständiger Angaben vorzubeugen. Das gilt jedoch nicht in den Fällen, in denen sich die Angaben zum wirtschaftlich Berechtigten aus anderen Registern (zum Beispiel dem Handelsregister) ergeben. Diese Unternehmen müssen also nichts veranlassen, obwohl in den Registern die Staatsangehörigkeit nicht aufgeführt ist. Betriebe, denen im Transparenzregister Unstimmigkeiten bei den Angaben zum wirtschaftlich Berechtigten auffallen, müssen es nun der registerführenden Stelle unverzüglich melden. Unterbleibt eine solche Meldung leichtfertig oder vorsätzlich, droht ein Bußgeld. Die Eintragungen im Transparenzregister können nun von jedem – nach einer Online-Registrierung – eingesehen werden. Unter bestimmten Voraussetzungen kann die registerführende Stelle auf Antrag des wirtschaftlich Berechtigten die Einsichtnahme vollständig oder teilweise beschrän-

ken. Hierfür müssen unter anderem schutzwürdige Interessen, zum Beispiel Gefahr für Leib und Leben der eingetragenen Person, dargelegt werden.

**Geldwäscherechtlich Verpflichtete:** Der bisherige Kreis der Unternehmen, die nach dem Geldwäschegesetz über ein wirksames Risikomanagement verfügen müssen, hat sich erweitert. Die Pflicht trifft nun zum Beispiel auch Finanzanlagenvermittler nach § 34f GewO, Honorarfinanzanlagenvermittler nach § 34h GewO, Mietmakler mit Netto-Kaltnieten/-pachten ab monatlich 10.000 Euro, Kunstvermittler (Auktionator, Galerist), Kunstlagerhalter, elektronische Geldbörsen und Kryptowährungen.

**Wert-/Bargeldgrenze:** Bei Güterhändlern ist die Pflicht zum Risikomanagement an Wert- und Bargeldgrenzen gekoppelt. Das bedeu-



tet, dass ein wirksames Risikomanagement vorgeschrieben ist, wenn Güterhändler Transaktionen im Wert von mindestens 10.000 Euro über Kunstgegenstände vornehmen oder Barzahlungen über mindestens 10.000 Euro tätigen oder entgegennehmen. Für Edelmetallhändler und Juweliere ist diese Bargeldgrenze auf 2.000 Euro herabgesetzt. Für Kunstvermittler und Kunstlagerhalter gilt eine Wertgrenze von mindestens 10.000 Euro. Ergänzend weist die IHK darauf hin, dass Kunden nicht nur oberhalb der genannten Grenzen zu identifizieren sind. Auch unterhalb der genannten Grenzen gilt eine Identifizierungspflicht, wenn ein Verdacht auf Geldwäsche besteht.

**Risikomanagement:** Nach den gesetzlichen Grundlagen haben die verpflichteten Unternehmen im Rahmen des Risikomanagements eine Risikoanalyse vorzunehmen und interne Sicherungsmaßnahmen zu schaffen. Neu ist, dass bei der Risikoanalyse auch die Nationale Risikoanalyse des Bundesministeriums der Finanzen zu berücksichtigen ist. Diese ist online unter [nationale-risikoanalyse.de](http://nationale-risikoanalyse.de) abrufbar. Unter anderem bei Geschäftsbeziehungen oder Transaktionen mit Hochrisikoländern bestehen verstärkte Sorgfaltspflichten. Eine Liste dieser Länder ist unter [bit.ly/381qusg](http://bit.ly/381qusg) veröffentlicht.

**Registrierung:** Zukünftig müssen sich bestimmte Dienstleister, die für Dritte tätig werden, bei der Aufsichtsbehörde registrieren. Dies betrifft zum Beispiel Dienstleister für Gesellschaften und für Treuhandvermögen oder Treuhänder, wenn sie für Dritte unter anderem Dienstleistungen erbringen bezüglich der Gründung einer juristischen Person oder einer Personengesellschaft, der Ausübung der Leitungs- oder Geschäftsführungsfunktion einer juristischen Person oder einer Personengesellschaft, der Bereitstellung eines Sitzes, einer Geschäfts-, Verwaltungs- oder Postadresse und anderer damit zusammenhängender Dienstleistungen für eine juristische Person, für eine Personengesellschaft oder für eine andere Rechtsgestaltung. Die genaue Ausgestaltung der Registrierung ist noch nicht bekannt. Zudem besteht ab dem 01. Januar 2024 eine Registrierungs- pflicht für alle nach dem Geldwäschegesetz Verpflichteten bei der Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen (FIU). Das gilt

unabhängig von einer dort abzugebenden Verdachtsmeldung wegen Geldwäsche oder Terrorismusfinanzierung. Die IHK empfiehlt, bereits jetzt eine Registrierung bei der FIU vorzunehmen. Denn dort haben Unternehmen Zugriff auf allgemeine Informationen und im internen Bereich Zugriff auf branchenspezifische Typologiepapiere, deren Kenntnis die Aufsichtsbehörden voraussetzen. Die Anmeldung bei der FIU ist online unter [goaml.fiu.bund.de/Home](http://goaml.fiu.bund.de/Home) möglich.

**Ordnungswidrigkeiten:** Bestimmte Verstöße gegen geldwäscherechtliche Pflichten stellen eine Ordnungswidrigkeit dar und können mit einem Bußgeld geahndet werden. Zum Teil wurde der bislang bestehende Verschuldensmaßstab von Leichtfertigkeit auf Fahrlässigkeit herabgesetzt. Das bedeutet, dass damit auch die Schwelle zur Verhängung von Bußgeldern geringer ist.

**Weitere Hinweise:** Für Unternehmen aus der Städtereion Aachen, den Kreisen Düren, Heinsberg und Euskirchen ist die Bezirksregierung Köln die zuständige Aufsichtsbehörde für die Verpflichteten nach dem Geldwäschegesetz (nicht: Transparenzregister). Neben zahlreichen Informationen auf der Website der Bezirksregierung Köln unter [bit.ly/377617Q](http://bit.ly/377617Q) bietet diese die Möglichkeit, sich zu einem kostenlosen Newsletter anzumelden unter [url.nrw/4J7](http://url.nrw/4J7)



IHK-Ansprechpartnerin:  
Nora Liebenthal  
Tel.: 0241 4460-261  
[nora.liebenthal@aachen.ihk.de](mailto:nora.liebenthal@aachen.ihk.de)

## VALERES

building your future



Seit über 25 Jahren ist die VALERES Industriebau GmbH der Spezialist für die Erstellung von industriell sowie gewerblich genutzten **schlüsselfertigen Gebäuden** für klein- und mittelständische Unternehmen.

Von der ersten Entwurfsskizze bis zur Fertigstellung Ihrer Gewerbeimmobilie ist VALERES Ihr Ansprechpartner.

## Wir machen es einfach!



VALERES Industriebau GmbH • Karl-Carstens-Straße 11 • tel. +49 (0)2405-449 60 • +49 Fax. (0)2405-938 23 • [info@valeres.de](mailto:info@valeres.de) • [www.valeres.de](http://www.valeres.de)



## SEMINARE UND LEHRGÄNGE

### Unterschiedliche Methoden des Projektmanagements erlernen: Lehrgang mit IHK-Zertifikat

Das Instrumentarium des Projektmanagements wird im Arbeitsalltag immer wichtiger. Gesicherte Qualität und beherrschte Prozesse haben im Arbeitsalltag eine enorme Bedeutung. Komplexe Aufgabenstellungen, hoher Zeit- und Kostendruck und die Zusammenarbeit unterschiedlicher Fachabteilungen lassen sich aber kaum mehr mit traditionellen Arbeits- und Zusammenarbeitsformen bewerkstelligen. Immer häufiger wird zur Lösung entsprechender Aufgaben das Methodenspektrum und

Instrumentarium des Projektmanagements eingesetzt. Die Teilnehmer dieses IHK-Zertifikatslehrgangs lernen unterschiedliche Methoden kennen und wenden sie an.



Wann? 6. bis 15. Februar,  
9 bis 16.30 Uhr

Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.300 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-191)

### Als Management-Assistenz neuen Anforderungen ans Sekretariat gerecht werden

Die Berufsbilder und Anforderungen in Sekretariat und Verwaltung haben sich verändert. Um gut für jetzt und die Zukunft aufgestellt zu sein und den vielfältigen Anforderungen gerecht zu werden, ist aus Perspektive der Mitarbeiter und der Organisation eine fachliche und persönliche Weiterentwicklung notwendig. Die Seminarreihe knüpft an das vorhandene Wissen und die in der Praxis erworbenen Fähigkeiten der Mitarbeiter an und bietet in zentralen Themenfeldern die Möglich-

keit zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung. Durch Wissensvermittlung, Erfahrungsaustausch und praktische Übungen werden systematisch Themenfelder vertieft, die für die aktuellen Anforderungen von Bedeutung sind.



Wann? 6. Februar bis 4. Juni, 9 bis 16.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.300 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-322)

### Wichtige Dinge schneller erledigen: Microtraining zum Thema Zeitmanagement

Zeit ist ein knappes und wertvolles Gut. Das eigene Verhalten und die Art und Weise, wie wir mit Zeit umgehen, ist Inhalt dieses Microtrainings. Zeitbewusste Menschen sind überwiegend positive, zufriedene und lebensbejahende Menschen. Der Vorteil des Zeitmanagements: Wesentliche Dinge können mit geringerem Zeitaufwand erledigt werden. Dadurch kann man erfolgreicher und zufriedener werden. Mithilfe eines systematischen Zeitmanagements ist es möglich, das Wesentliche

immer im Blick zu behalten und dadurch Aufgaben schneller zu erledigen. Schwierigkeiten und mögliche Krisenherde können schon im Vorfeld erkannt werden. Die organisatorischen Fähigkeiten dafür können trainiert werden.



Wann? 7. Februar., 9 bis 12.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 380 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-430)

### Effektive Kommunikation: Klar und verständlich auf den Punkt kommen

Im Seminar erfahren und erproben die Teilnehmer, auf welchen Prinzipien effektive Kommunikation beruht. Sie lernen die Bestandteile klarer Botschaften kennen und trainieren, in verschiedenen Situationen miteinander statt gegeneinander zu kommunizieren. Dazu werden die wichtigsten und hilfreichsten Kommunikationstheorien und -praktiken veranschaulicht. Die Teilnehmer erfahren zudem, warum häufig Probleme in der Kommunikation entstehen. Außerdem geht es darum, Unter-

schiede in der Ausdrucksweise zu erkennen und zu überbrücken. Denn bei jedem bilden sich unterschiedliche Stile und Orientierungen aus. Das zu berücksichtigen hilft, sich für das jeweilige Gegenüber verständlicher und überzeugender auszudrücken.



Wann? 11. Februar, 9 bis 16.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 290 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-200)



## Hilfe fürs Recruiting: Mit „Active Sourcing“ latente Potenziale für sich erschließen

In vielen Unternehmen wird im Moment spürbar, wie sich der Fachkräftemangel und der Kampf um die Köpfe auf das Recruiting auswirken?. Das führt zur Frage, ob das „Post & Pray-Prinzip“ noch funktioniert und ob es sinnvoll sein kann, sich mit „Active Sourcing“ Potenziale auf dem latenten Arbeitsmarkt zu erschließen. Wie Letzteres gelingen kann, vermittelt das Seminar „Active Sourcing – Von reaktiv zu proaktiv!“. Sofort

umsetzbares Wissen steht hier im Vordergrund. Die Inhalte werden anhand zahlreicher Übungen und Beispiele vermittelt.



Wann? 10. Februar, 9 bis 16.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 300 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-280)

## Wie ein Onboarding-Prozess Mitarbeiter von Beginn an langfristig an den Betrieb binden kann

In Zeiten des Fachkräftemangels wird die Mitarbeiterbindung im Unternehmen immer wichtiger. Gerade die ersten Wochen an einem neuen Arbeitsplatz sind wichtig, um neue Mitarbeiter langfristig zu binden. Doch ein Drittel der Arbeitnehmer scheidet während der Probezeit wieder aus, ein Viertel während des ersten Jahres. 15 Prozent aller Neuen denken sogar schon am ersten Tag an Kündigung. Ein strukturiertes Onboarding-Prozess schafft bei neuen Mitarbeitern ein „Wir-Gefühl“ von Anfang an und bereiten sie fachlich auf deren neuen Aufgaben vor. Onboarding („an Bord nehmen“) bezeichnet das Einarbeiten (fachliche Komponente) und Integrieren (soziale und wertorientierte

Komponente) von neuen Mitarbeitern durch ein Unternehmen. Ein klar definierter Onboarding-Prozess schafft bei Mitarbeitern Motivation und Engagement über die gesamte Einführungsphase. Sie fühlen sich optimal auf ihre neuen Herausforderung vorbereitet und bringen von Anfang an mehr Leistung. Die Teilnehmer erfahren, was Onboarding beinhaltet, wer dabei eine wichtige Rolle spielt und welche Methoden dabei eingesetzt werden können.



Wann? 12. Februar, 9 bis 16.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 300 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-114)

## Ziele gemeinsam erreichen: Microtraining zur Mitarbeiterführung

Mitarbeiterführung ist eine Aufgabe, die Führungskräfte in der Regel weder in der Ausbildung noch im Studium systematisch erlernen. Trotzdem wird in der Praxis Höchstleistung in diesem Bereich erwartet. Führung ist jedoch ein dynamischer, ziel- und ergebnisorientierter Prozess. Kurz gesagt: Es geht darum, Ziele gemeinsam zu erreichen, und um die Art und Weise, wie Vorgesetzte mit ihren Mitarbeitern umgehen. Neuere Ansätze befassen sich mit mehrdimensionaler Führung. Demnach funktioniert erfolgreiche Führung nicht nach dem sogenannten Gießkannenprinzip. Postuliert wird stattdessen eine Kombination aus

Aufgaben- und Mitarbeiterorientierung, woraus verschiedene Führungsstile und Verhaltensweisen resultieren. Voraussetzung dafür ist ein positives Menschenbild. Denn eine zielorientierte, erfolgreiche Zusammenarbeit funktioniert nur mit einer positiven Grundhaltung gegenüber Mitarbeitern und Kollegen.



Wann? 14. Februar, 9 bis 12.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 380 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-431)

## Schlüsselposition Personalreferent: IHK bietet Lehrgang mit Zertifikat an

Damit ein Betrieb erfolgreich am Markt bestehen kann, ist er in allen Bereichen des Unternehmens mehr denn je auf motivierte und fachlich versierte Mitarbeiter angewiesen. Die Entwicklung in den Betrieben zeigt, dass der qualifizierten Personalarbeit dabei eine besondere Rolle zukommt und dass hier verstärkt Service-, Beratungs- und Managementaufgaben wichtig sind – unabhängig von der Größe des Betriebes. Dafür ist ein entsprechendes personalwirtschaftliches Wissen erforderlich. Dieses Know-how befähigt die Mitarbeiter nicht nur – über den bisherigen Rahmen hinaus –, kompetente Ansprechpartner für Mitarbeiter aller Ebenen im Unternehmen zu sein, sondern ermöglicht auch

die fachliche Bearbeitung und Entscheidungsvorbereitung wichtiger Bereiche des Personalwesens. Der Lehrgang steht daher unter dem Anspruch, die Teilnehmer auf diese Aufgaben vorzubereiten, stets mit Blick auf die praxisorientierte Anwendbarkeit im Betrieb: Aktuelle Fälle werden teilnehmerorientiert behandelt, konkrete Arbeitshilfen sind Bestandteile der Unterlagen, moderierte Diskussionen geben Tipps und Anregungen für die eigene betriebliche Praxis.



Wann? 27. Februar bis 26. Juni, 9 bis 16.30 Uhr  
Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.800 Euro  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Dok.-Nr.: 20-002)



Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com



Foto: © fotogestoeber – Fotolia.com



Foto: © epr – AKAD



Foto: © Fotowerk – Fotolia.com

## Aus-, Fort- und Weiterbildung

# Förderung der beruflichen Weiterbildung

Auch Menschen in einem Beschäftigungsverhältnis können von den Leistungen der Bundesagentur für Arbeit (BA) profitieren

**Wir stehen im Zeitalter der Digitalisierung und vielfältigen Veränderungen in Branchen, Betrieben und Berufen vor tiefgreifenden neuen Herausforderungen auch in der beruflichen Weiterbildung und Qualifizierung.**

Auch wenn die Verantwortung für die betriebliche Weiterbildung vorrangig

bei den Arbeitgebern und Betrieben liegt, bleibt es wichtige Aufgabe der arbeitsmarktpolitischen Weiterbildung, Arbeitnehmer sowie die Betriebe bei qualifikatorischen Anpassungen zu unterstützen. Die Leistungen der Weiterbildungsförderung der Bundesagentur für Arbeit (BA) richten sich nicht nur an arbeitslose oder von Arbeitslosigkeit bedrohten Arbeitnehmer. Auch Arbeitnehmer in einem Beschäftigungsverhältnis können bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen von einer Förderung profitieren. Das gilt insbesondere auch für Beschäftigte ohne oder mit einem nicht mehr verwertbaren Berufsabschluss, da sie ein überdurchschnittlich hohes Arbeitslosigkeitsrisiko haben.

Mit dem im Wesentlichen am 1. Januar 2019 in Kraft getretenen Gesetz zur Stärkung der Chancen für Qualifizierung und für mehr Schutz in der Arbeitslosenversicherung (Qualifizierungschancengesetz) wurde die Weiterbildungsförderung insbesondere für beschäftigte Arbeitnehmer erheblich ausgeweitet. Die Fördermöglichkeiten zielen auf alle Beschäftigten, die berufliche Tätigkeiten ausüben, die durch Technologien ersetzt werden können, in sonstiger Weise von Strukturwandel betroffen sind oder die eine berufliche Weiterbildung in einem Engpassberuf anstreben, also in einem Beruf, in dem Fachkräftemangel besteht. Sie sollen ihre beruflichen Kompetenzen leichter fortentwickeln und anpassen können. Die Übernahme von

Weiterbildungskosten und die Zahlung von Zuschüssen zum Arbeitsentgelt setzen grundsätzlich eine Kofinanzierung durch den Arbeitgeber voraus. Für bestimmte Personengruppen (ältere oder schwerbehinderte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in KMU oder solche in Kleinbetrieben) sind Ausnahmemöglichkeiten von diesem Grundsatz vorgesehen.

Zuschüsse zum Arbeitsentgelt:

- bis zu 25 Prozent für Unternehmen ab 250 Arbeitnehmer,
- bis zu 50 Prozent für KMU und
- bis zu 75 Prozent für Kleinunternehmen.

Bei fehlendem Berufsabschluss und berufsabschlussbezogenen Weiterbildungen verbleibt es bei einer Zuschussoption von bis zu 100 Prozent.

Zuschüsse zu den Lehrgangskosten:

- in Kleinunternehmen mit bis zu zehn Beschäftigten 100 Prozent,
- in KMU mit bis zu 250 Beschäftigten bis zu 50 Prozent,
- in größeren Betrieben ab 250 Beschäftigten bis zu 25 Prozent und
- bei großen Unternehmen ab 2.500 Beschäftigten bis zu 15 Prozent und wenn eine tarifliche oder Betriebsvereinbarung zu Qualifizierung vorliegt, bis zu 20 Prozent.
- Bei älteren Beschäftigten (ab 45. Lebensjahr) oder Beschäftigten mit einer Schwerbehinderung kann in KMU bis zu 100 Prozent gefördert werden.

*(Bundesministerium für Arbeit und Soziales)*

**vhs** Volkshochschule Aachen

Programm **1/2020**

Semesterbeginn: **3. 2. 2020**

Semestertema  
**vhs for future**

[www.vhs-aachen.de](http://www.vhs-aachen.de)



Foto: © Scanrail – Fotolia.com



Foto: © Rido – Fotolia.com



Foto: © motorradcbr – Fotolia.com



Foto: © Alexander Raths – Fotolia.com

Anzeigenonderveröffentlichung

# Innovative Themen und nachhaltiger Wissensaufbau

## Berufsbegleitende Weiterbildung an der RWTH International Academy

„Thinking the future“ ist nicht nur das Motto der RWTH Aachen, sondern auch das der RWTH International Academy. Die Weiterbildungsakademie bündelt das gesamte Forschungs- und Qualifizierungsspektrum der Universität, um diese Fachkenntnisse in anwendungsbezogenen, industrienahe Schulungen an Fach- und Führungskräfte zu vermitteln.

### Zukunftsweisende Inhalte

Als Pionier in Forschung und Entwicklung stellt die RWTH Teilnehmenden innovative Kursinhalte in den Themengebieten Produktionstechnologie, Robotik, Qualitätsmanagement und Engineering zur Verfügung. In diesen vereinen sich wissenschaftliche Theorie und berufliche Praxis zu ganzheitlichen Schulungskonzepten. Unternehmen bekommen so Antworten auf Fragen von



Foto: RWTH/Martin Braun

Die RWTH International Academy qualifiziert Teams in maßgeschneiderten Inhouse-Fortbildungen.

morgen und können einen strategischen Wettbewerbsvorteil erlangen.

### Schulungen von RWTH-Dozierenden

Neben Vorträgen, Praxis- und Fallbeispielen werden Hands-On Laborbesuche und Übungen in die Schulungen integriert. Der Dreiklang aus Wissensvermittlung, Kompetenzaufbau und Wissensverstetigung bzw. Anwendung

befähigt Teilnehmende Inhalte nachhaltig zu verstehen und gekonnt in ihren Alltag zu übertragen. Neben den aktuell 35 offenen Zertifikatskursen, Seminaren und Workshops, qualifiziert die RWTH International Academy auch ganze Teams und Organisationen in maßgeschneiderten Inhouse-Fortbildungen, um individuelle Unternehmensziele strategisch zu begleiten.



gewinnbringend  
praxisorientiert  
zukunftsweisend

Exzellente Weiterbildung für Berufstätige und Unternehmen

Entdecken Sie unsere Kurse in den Bereichen:

- ▶ Produktionstechnologie
- ▶ Robotik
- ▶ Qualitätsmanagement
- ▶ Engineering

[www.academy.rwth-aachen.de/zertifikatskurse](http://www.academy.rwth-aachen.de/zertifikatskurse)

INTERNATIONAL ACADEMY | RWTH AACHEN UNIVERSITY



Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com



Foto: © fotogestoeber – Fotolia.com



Foto: © epr – AKAD



Foto: © Fotowerk – Fotolia.com

## Aus-, Fort- und Weiterbildung

# Weiterbildung ist der Schlüssel zum beruflichen Erfolg

Durch lebenslanges Lernen können sich Fachkräfte entwickeln und neue Ziele setzen

**Was kommt nach der Berufsausbildung? Wie kann ich in meinem Job noch besser durchstarten? Welche Karriere strebe ich an – und welchen Abschluss brauche ich dafür? Wahrscheinlich stellt sich jeder Arbeitnehmer irgendwann im Berufsleben diese Fragen. Manchmal noch während der Erstausbildung, ganz sicher aber nach einigen Jahren Berufstätigkeit. Und dabei steht fest: Weiterbildung ist der Schlüssel zu Aufstieg und Erfolg im Berufsleben.**

Zur Weiterbildung gehören berufliche Maßnahmen, wie Lehrgänge, Umschulungen und Meisterkurse, genauso wie

Sprachunterricht, das Nachholen von Schulabschlüssen oder freizeitorientierte Bildungsangebote. Für viele Weiterbildungen gibt es die Möglichkeit einer staatlichen Förderung. Weiterbildung umfasst dabei drei Arten von Bildungsangeboten: die allgemeine und politische Weiterbildung, die berufliche Weiterbildung und die Weiterbildung an Hochschulen.

### Allgemeine und politische Weiterbildung

Zur allgemeinen Weiterbildung zählen Weiterbildungsangebote, die nicht direkt berufsbezogen sind wie beispielsweise Sprachkurse, Kurse zu Medien-

kompetenz oder Teamfähigkeit. Oft spricht man auch von „Schlüsselkompetenzen“. Die Schlüsselkompetenzen sind für Beruf und Arbeitswelt besonders wichtig. Denn viele Arbeitnehmer arbeiten heute in Teams; wer sich selbstständig gemacht hat oder in einer leitenden Position ist, muss Mitarbeiter führen und motivieren können.

### Berufliche Weiterbildung

Die berufliche Weiterbildung ist das klassische Feld für Kurse zur Vertiefung oder Ergänzung beruflicher Kenntnisse. Was früher als Fortbildung bezeichnet wurde, ist heute nach Sozialgesetzbuch III eine Weiterbildung. In der Praxis unterscheidet man zusätzlich zwischen Umschulung, Aufstiegsfortbildung und Anpassungsfortbildung.

### Weiterbildung an Hochschulen

Wer ein Hochschulstudium abgeschlossen hat, kann durch Weiterbildungen das erworbene Wissen auf dem neuesten Stand halten. Die Weiterbildung an Hochschulen richtet sich aber nicht nur an Hochschulabsolventen, sondern auch an diejenigen, die sich ohne Studium – etwa zur beruflichen Weiterentwicklung – mit den wissenschaftlichen Ergebnissen und Verfahren vertraut machen wollen. Ein Beispiel für einen solchen Weg ist das IT-Weiterbildungssystem, in dem der Weg vom Azubi bis zum Hochschulabschluss mit einem Master vorgesehen ist.

(Bundesministerium für Bildung und Forschung)

**JETZT BIN ICH NICHT NUR ARBEITGEBER, SONDERN AUCH FACHKRÄFTE-MACHER. DAS BRINGT MICH WEITER!**

Die Weiterbildungs- und Qualifizierungsprogramme der Bundesagentur für Arbeit. Nutzen Sie den Arbeitgeber-Service und erfahren Sie mehr darüber, wie Sie Ihre Beschäftigten und Ihr Unternehmen weiterbringen können.  
Telefon: 0800 4 5555 20 (gebührenfrei aus dem dt. Festnetz)

**Bundesagentur für Arbeit**  
Agentur für Arbeit  
Aachen – Düren

## ► Wirtschaftssatzung der IHK Aachen für das Geschäftsjahr 2020

Die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer Aachen hat am 21. Januar 2020 gemäß den §§ 3 und 4 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 18. Dezember 1956 (BGBl. I S. 920), zuletzt geändert durch Artikel 93 des Gesetzes zum Abbau verzichtbarer Anordnungen der Schriftform im Verwaltungsrecht des Bundes vom 29. März 2017 (BGBl. I 626), folgende Wirtschaftssatzung für das Geschäftsjahr 2020 (01.01.2020 bis 31.12.2020) beschlossen:

### I. Wirtschaftsplan

Der Wirtschaftsplan wird

1. im Erfolgsplan mit  
Erträgen in Höhe von 17.657.400,00 Euro  
Aufwendungen in Höhe von 18.917.700,00 Euro

geplantem Vortrag in Höhe von 322.000,00 Euro  
Saldo der Rücklagenveränderung in Höhe von 1.391.000,00 Euro

2. im Finanzplan mit  
Investitionseinzahlungen in Höhe von 5.000,00 Euro  
Investitionsauszahlungen in Höhe von 507.500,00 Euro

festgestellt.

### II. Beitrag

1. Natürliche Personen und Personengesellschaften, die nicht in das Handelsregister eingetragen sind, und eingetragene Vereine, wenn nach Art oder Umfang ein in kaufmännischer Weise eingerichteter Geschäftsbetrieb nicht erforderlich ist, sind vom Beitrag freigestellt, soweit ihr Gewerbeertrag nach dem Gewerbesteuerrecht oder, soweit für das Bemessungsjahr ein Gewerbesteuermessbetrag nicht festgesetzt wird, ihr nach dem Einkommensteuergesetz ermittelter Gewinn aus Gewerbebetrieb 5.200 Euro nicht übersteigt.

Nicht im Handelsregister eingetragene natürliche Personen, die ihr Gewerbe nach dem 31. Dezember 2003 angezeigt und in den letzten fünf Wirtschaftsjahren vor ihrer Betriebsöffnung weder Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft, Gewerbebetrieb oder selbstständiger Arbeit erzielt haben, noch an einer Kapitalgesellschaft mittelbar oder unmittelbar zu mehr als einem Zehntel beteiligt waren, sind für das Geschäftsjahr der IHK, in dem die Betriebsöffnung erfolgt, und für das darauf folgende Jahr von der Umlage und vom Grundbeitrag sowie für das dritte und vierte Jahr von der Umlage freigestellt, wenn ihr Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb, 25.000 Euro nicht übersteigt.

2. Als Grundbeiträge sind zu erheben von

2.1 IHK-Zugehörigen

a) mit einem Verlust oder Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb bis 20.000 Euro 40 Euro

b) mit einem Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb von über 20.000 Euro bis 35.000 Euro 80 Euro

c) mit einem Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb von über 35.000 Euro bis 50.000 Euro 160 Euro

d) mit einem Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb von über 50.000 Euro bis 100.000 Euro 240 Euro

e) mit einem Gewerbeertrag, hilfsweise Gewinn aus Gewerbebetrieb von über 100.000 Euro 320 Euro.

Dabei gelten die Beitragsfreistellungen gemäß Punkt II.1.

2.2 IHK-Zugehörigen, die im deutschen oder einem ausländischen Handelsregister oder im Genossenschaftsregister eingetragen sind oder deren Gewerbebetrieb nach Art und Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordert, die 500 oder mehr Arbeitnehmer haben und mindestens eines der zwei nachfolgenden Kriterien erfüllen

a) Bilanzsumme von mehr als 21.500.000 Euro  
b) Umsatzerlöse von mehr als 43.000.000 Euro  
auch wenn sie sonst nach Ziffer II. 2.1 zu veranlagen wären 10.000 Euro.

3. Als Umlagen sind zu erheben 0,22% des Gewerbeertrages bzw. Gewinns aus Gewerbebetrieb. Bei natürlichen Personen und Personenhandelsgesellschaften ist die Bemessungsgrundlage um einen Freibetrag von 15.340 Euro für das Unternehmen zu kürzen.

4. Bemessungsjahr für Grundbeitrag und Umlage ist das Jahr 2020.

5. Soweit ein Gewerbeertrag bzw. Gewinn aus Gewerbebetrieb für das Bemessungsjahr nicht bekannt ist, wird eine Vorauszahlung des Grundbeitrages und der Umlage auf der Grundlage des letzten der Kammer vorliegenden Gewerbeertrages bzw. Gewinns aus Gewerbebetrieb erhoben.

Aachen, 21. Januar 2020  
Gisela Kohl-Vogel  
Präsidentin

Michael F. Bayer  
Hauptgeschäftsführer

Die vorstehende Wirtschaftssatzung wird hiermit ausgefertigt und im Mitteilungsblatt „Wirtschaftliche Nachrichten“ veröffentlicht.

Aachen, 21. Januar 2020  
Gisela Kohl-Vogel  
Präsidentin

Michael F. Bayer  
Hauptgeschäftsführer

## Wir bringen Wirtschaft & Wissenschaft zusammen.

Innovation ist der Motor der Wirtschaft.  
Doch vielen Unternehmen fehlen eigene Entwicklungsressourcen und Kontakte zur Wissenschaft.  
Die IHK Aachen bringt Unternehmen und Hochschulen gezielt zusammen – und fördert damit den Technologie- und Wissenstransfer in unserer Region.

[www.aachen.ihk.de/wissenstransfer](http://www.aachen.ihk.de/wissenstransfer)



Industrie- und Handelskammer  
Aachen



## ► 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 Offer-

te eines privaten Anbieters vorliegt. Das aktuelle Handelsregister ist unter [www.handelsregisterbekanntmachungen.de](http://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.

**i** Heike Pütz-Gossen  
Tel.: 0241 4460-284  
[recht@aachen.ihk.de](mailto:recht@aachen.ihk.de)

**@** [www.nexxt-change.org](http://www.nexxt-change.org)  
[www.aachen.ihk.de](http://www.aachen.ihk.de) (Stichwort: Existenzgründung und Unternehmensförderung)

### Angebot

Umsatzstarker Thai-Massage-Salon in Eschweiler ab sofort zu verkaufen. Unternehmen mit sehr hohem Umsatz, seit sechs Jahren gleichbleibend hoch, vom Steuerberater erstellte „Betriebswirtschaftliche Auswertungen“ (Gewinnermittlungen) liegen lückenlos vor; sehr günstige Lage (fünf Gehminuten vom Zentrum entfernt; kostenlose Parkplätze in unmittelbarer Nähe des Geschäftes, sehr günstige Anbindung an öffentlichen Nahverkehr/Bushof); Übernahme des laufenden Geschäftes ohne Änderungen; viele und sehr gute Google-Bewertungen; zahlreiche Stammkunden; viele Paar-Massagen; Übernahme von fünf thailändischen Masseurinnen möglich; Übernahme von Geschäftsnamen, Website, Werbetexten und Telefon-Nummer.; qualitativ hochwertige Ausstattung/Inventar; stilvolles thailändisches Ambiente; ansprechende Außenwerbung; falls gewünscht Einarbeitung bei Übernahme möglich; Besichtigung nach Terminabsprache.

ACA-1348-EX

## ► Verbraucherpreisindex

Den Verbraucherpreisindex für Deutschland und NRW mit dem aktuellen Basisjahr 2015 finden Sie im Internet unter [www.aachen.ihk.de/verbraucherpreisindex](http://www.aachen.ihk.de/verbraucherpreisindex)

Für Verbraucherpreisangaben mit älteren Basisjahren bieten das statistische Bundesamt sowie der Landesbetrieb IT.NRW Rechenhilfen für Wertsicherungsklauseln in Verträgen. Sie finden diese:

- für Deutschland unter [www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Methoden/Internetprogramm.html](http://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Methoden/Internetprogramm.html)
- für NRW unter [www.it.nrw/rechenhilfe-verbraucherpreisindex-15174](http://www.it.nrw/rechenhilfe-verbraucherpreisindex-15174).

## ► Recyclingbörse

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

**i** Doris Napieralski, Tel.: 0241 4460-119 **@** [www.ihk-recyclingboerse.de](http://www.ihk-recyclingboerse.de)

Inserats-Nummer	Stoffgruppe	Bezeichnung des Stoffes	Häufigkeit	Menge/Gewicht	Anfallstelle
<b>Angebote</b>					
ACA-6159-1	Chemikalien	Na-EDTA, Natrium Salz der Ethylendiamintetraessigsäure	einmalig	ca. 750 kg	Eschweiler
ACA-6383-2	Kunststoffe	PTFE-Filament	einmalig	ca. 100 kg	Düren
ACA-6089-2	Kunststoffe	ABS, LDPE, HDPE, PA, PBT, PC, PP, PVB, PVC, TPE, TPU, SB	regelmäßig	1 t	Aachen/EU-weit
ACA-2313-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen, leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
ACA-6088-11	Verpackungen	gebrauchte Faltpapierboxen aus PP-Kunststoff	regelmäßig	1000 Stück á 30 kg	Roetgen
ACA-6171-11	Verpackungen	UN-Kunststoffdeckelfass (220 Liter)	jährlich	400 - 600 Stück	Düren
<b>Nachfragen</b>					
AC-N-6063-5	Holz	Konstruktionsvollholz/Brettschichtholz	regelmäßig	1m <sup>3</sup>	Eifel
AC-N-6064-3	Metall	Eisenwaren (Schrauben, Nägel, usw.)	beliebig	beliebig	NRW, RLP, BENELUX
AC-N-1797-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen, leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
AC-N-2294-2	Kunststoffe	ABS, LDPE, HDPE, PA, PBT, PC, PP, PVB, PVC, TPE, TPU, SB	regelmäßig	1 t	Aachen/EU-weit
Für die Richtigkeit der angegebenen Maße, Gewichte oder Eigenschaften und Beschaffenheit übernimmt die Kammer keine 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, die Kammer von diesen Bedenken und Anregungen in Kenntnis zu setzen.

Die Liste enthält nur die bis zum Redaktionsschluss vorliegenden Planverfahren. Eine fortlaufend aktualisierte Übersicht über laufende Verfahren der Kommunen finden Sie auf der Internetseite der IHK Aachen.

@ [www.aachen.ihk.de/bauleitplanung](http://www.aachen.ihk.de/bauleitplanung)

### Stadt Düren

- » 44. Änderung Offenlage des Flächennutzungsplans (bis einschließlich 7. Februar 2020)

Stadt Düren, Kaiserplatz 2 - 4, Zimmer 005, 52349 Düren • [http://www.dueren.de/beteiligung\\_bauleitplanung](http://www.dueren.de/beteiligung_bauleitplanung)

### Stadt Heinsberg

- » Aufstellung Offenlage des Bebauungsplans Nr. 84 - Solarpark Tagebau Wilhelm
  - » 39. Änderung Offenlage des Flächennutzungsplans im Bereich Tagebau Wilhelm (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Stadt Heinsberg, Apfelstr. 60, Zimmer 601, 52525 Heinsberg • [https://www.heinsberg.de/rat-und-verwaltung/oeffentliche\\_bekanntmachungen](https://www.heinsberg.de/rat-und-verwaltung/oeffentliche_bekanntmachungen)

### Stadt Hückelhoven

- » Aufstellung Offenlage des Bebauungsplans Nr. 6-101-1/H - Erweiterung Gewerbegebiet Industriepark Rurtal (bis einschließlich 3. Februar 2020)
- Stadt Hückelhoven, Rathausplatz 1, 41836 Hückelhoven • <https://www.hueckelhoven.de/aus-dem-rathaus/beteiligung-der-oeffentlichkeit-zur-bauleitplanung-2/>

### Stadt Jülich

- » Aufstellung Offenlage des Bebauungsplans Mersch Nr. 7 „Agathenstraße“
  - » Aufstellung des Bebauungsplans Güsten Nr. 10 „Repowering Wind“
  - » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. A 46 „Königskamp IV“
  - » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. A 50 „Lindenallee II“
  - » 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 70.4 „Westlicher Möhnenwinkel / Nord“
  - » Änderung des Flächennutzungsplans „Repowering Wind“
  - » Änderung des Flächennutzungsplans „Pferdebetrieb im Rurfeld“ (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Stadtverwaltung Jülich, Große Rurstraße 17, Zimmer 209-212, 52428 Jülich • <https://www.juelich.de/beteiligung>

### Stadt Monschau

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 6 Mützenich - Kirschensteinweg
  - » 1. Änderung Offenlage des Bebauungsplans Nr. 6 Rohren - Jagdhütte Wolfskuhl
  - » 5. Änderung des Bebauungsplans Nr. 3 Höfen - Alter Weg
  - » 5. Änderung des Bebauungsplans Nr. 3D Mützenich - Am Sägewerk
  - » 82. Änderung des Flächennutzungsplans (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Stadt Monschau, Laufenstr. 84, Zimmer 410, 52156 Monschau • <https://www.monschau.de/de/aktuell/bekanntmachungen/>

### Gemeinde Niederzier

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. E14 - Mehlsgraben, Ortschaft Hambach
  - » 7. Änderung des Bebauungsplans Nr. 13/287 - Talbenden-Rurbenden (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Gemeindeverwaltung Niederzier, Rathausstraße 8, Zimmer 7, 52382 Niederzier • <https://www.niederzier.de/rathaus/10619010000003323.php>

### Gemeinde Roetgen

- » 12. Änderung erneute Offenlage des Flächennutzungsplans „Hauptstraße“ (bis einschließlich 3. Februar 2020)
- Gemeinde Roetgen, Hauptstraße 55, 52159 Roetgen • <https://buergportal.roetgen.de/dokumente>

### Gemeinde Selfkant

- » Aufstellung Offenlage des Bebauungsplans Nr. 52 - Tüddern, Nahversorgung, Erhöhung der Verkaufsflächen (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Gemeinde Selfkant, Am Rathaus 13, 52538 Selfkant-Tüddern • <https://www.o.sp.de/selfkant/liste?verfahren>

### Gemeinde Simmerath

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 189 - Paulushofdamm (bis einschließlich 7. Februar 2020)
- Gemeinde Simmerath, Rathaus, Zimmer 110, 52152 Simmerath • <https://www.simmerath.de/rathaus/bekanntmachungen/>

### Gemeinde Titz

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 34, Ortslage Gevelsdorf, Müntzer Weg (bis einschließlich 10. Februar 2020)
- Gemeinde Titz, Rathaus, Landstraße 4, Zimmer 5, 52445 Titz • <https://www.gemeinde-titz.de/wirtschaft/bauleitplaene/bauleitplaeneimverfahren>

### Gemeinde Vettweiß

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. Ve-20, im Bereich der Verbrauchermärkte (bis einschließlich 13. Februar 2020)
- Gemeinde Vettweiß, Gereonstraße 14, Zimmer 001, 52391 Vettweiß • <https://www.vettweiss.de/buergerservice/content/bauen-und-planen.php>

### Stadt Zülpich

- » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 11/71 Zülpich „Seeterrassen“
  - » Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 24/4 Rövenich „Lammerweg“
  - » 3. Änderung des Bebauungsplans Nr. 11/27 Zülpich „Römerallee“
  - » 29. Änderung des Flächennutzungsplans - Flächentausch Baugebiet Lammerweg in Rövenich
  - » 30. Änderung des Flächennutzungsplans - Flächentausch Baugebiet „An der Steinwegsgasse“ in Niederelvenich mit Wohnbaufläche
  - » 31. Änderung des Flächennutzungsplans - Flächentausch Sinzenich (bis einschließlich 3. Februar 2020)
- Stadt Zülpich, Markt 21, Zimmer 210, 53909 Zülpich • <https://www.zuelpich.de/bauleitplanung.html>

## THEMENVORSCHAU

## Wirtschaftsfaktor Wasser

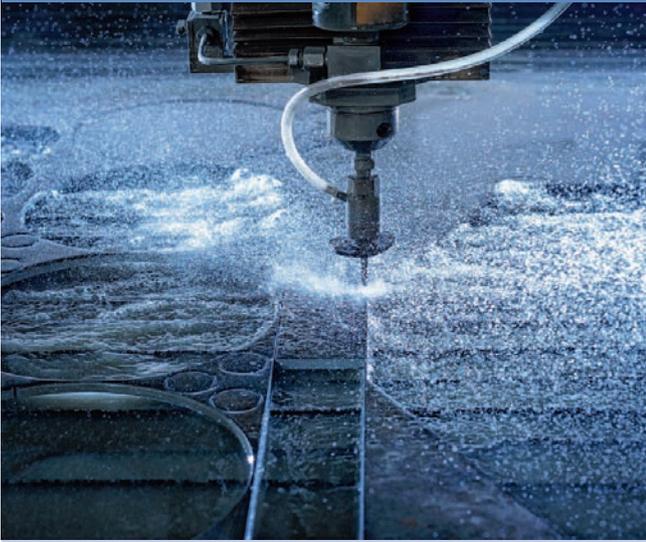


Foto: ©fritzwolf1989 - stockadobe.com

## Ausgabe März

Titelthema: Wirtschaftsfaktor Wasser  
Redaktionsschluss: 04.02.2020

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:

- Tagungen, Seminare und Event-Service
- Aus-, Fort- und Weiterbildung

Anzeigenschluss: 13.02.2020

## Ausgabe April

Titelthema: Ein-Personen-Betriebe und Kleinunternehmen

Redaktionsschluss: 03.03.2020

Anzeigenschluss: 12.03.2020

Anzeigenberatung: Tel.: 0241 5101-254

wirtsch.nachrichten@medienhausaaachen.de

## Wirtschaft im TV: Februar 2020



Freitag, 7. Februar

## Dynastien in NRW – Die Schokoladenkönige vom Rhein

Der Name Stollwerck ist untrennbar mit der Stadt Köln verbunden. Stetig wachsende Produktionshallen und riesige Verwaltungsgebäude prägten das Stadtbild. Mit Ausnahme des Schokoladenmuseums lassen sich heute nur noch vereinzelt Spuren finden. Mitten in Köln gründete Franz Stollwerck 1839 eine Mürbebäckerei. Schon vier Jahre später landete er mit Hustenbonbons seinen ersten Verkaufshit. Im Rheinland nannten sie ihn den „Kamelle-Napoleon“. Doch Stollwerck wollte mehr und produzierte ab 1860 auch Schokolade. **WDR Fernsehen, 20.15 Uhr**

Donnerstag, 13. Februar

## Planet Wissen: Papier – Wunderstoff oder reif für die Tonne?

Wir haben es täglich in der Hand: Papier – die Zeitung am Morgen, die Brötchentüte, die Unterlagen im Büro, Toiletten-Papier, die Bettlektüre. Doch Digitalisierung und Internet machen dem Werkstoff Konkurrenz. Brauchen wir noch Papier? **WDR Fernsehen, 10.15 Uhr**

Freitag, 14. Februar

## Der tägliche Stress auf dem Weg zur Arbeit

Pendler quälen sich durch Staus, steigen in überfüllte Züge und haben schon vor Arbeitsbeginn Stress: auf der Autobahn, wenn der Zug verspätet ist, wenn sie mal wieder zu spät ins Büro kommen. In Deutschland pendeln fast zwei Drittel aller Arbeitnehmer. Und sie nehmen immer größere. Aber was macht die Pendelei mit den Menschen? **ZDFinfo, 12.15 Uhr**

(Achtung: Kurzfristige Programmänderungen sind möglich.)

## IMPRESSUM

Die Zeitschrift wird herausgegeben seit 1919.

Erscheinungsweise: monatlich, jeweils am 1. Wochentag des Monats

Verbreitete Auflage: 30.053 [Stand: IVW Q3/2019]

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: Sebastian Missel

Redaktion: Christoph Claßen, Juliane Horn, Heike Horres-Classen, Anja Nolte

Redaktionssekretariat: Tanja Scholz

Industrie- und Handelskammer Aachen,

Theaterstraße 6 - 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-268

Redaktionelle Mitarbeit:

Daniel Boss, Carolin Cremer-Kruff, Richard Mariaux, Julia Severins, Mischa Wyboris

Verlag:

Medienhaus Aachen GmbH, Postfach 500 110, 52085 Aachen

Anzeigen:

Jürgen Carduck

Tel.: 0241 5101-568

Fax: 0241 5101-281

Anzeigenberatung:

Michael Eichelmann

Tel.: 0241 5101-254

Fax: 0241 5101-253

wirtsch.nachrichten@medienhausaaachen.de

Anzeigenpreisliste Nr. 41 gültig seit 1. Januar 2020

www.aachen.ihk.de/mediadaten

Layout: Andre Karger, Jürgen Dietz

Druck: Weiss-Druck GmbH &amp; 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: petra.lueck@aachen.ihk.de

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der Industrie- und Handelskammer Aachen. Im freien Verkauf beträgt die Bezugsgebühr jährlich im Inland 20,- € inkl. Portokosten und 7 % MwSt., im Ausland 36,81 € inkl. Portokosten. Preis des Einzelheftes: 1,89 € (Inland) bzw. 3,07 € (Ausland). Fotomechanische Vervielfältigung von Teilen aus dieser Zeitschrift sind für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, und als solche kenntlich gemachte Zitate geben nicht immer die Meinung der Industrie- und Handelskammer wieder.

# Netzwerk. Jung. Regional.

Jetzt informieren  
unter  
[www.aachen.ihk.de/  
juniorenkreis](http://www.aachen.ihk.de/juniorenkreis)

Der Juniorenkreis der IHK Aachen:  
Ein Netzwerk aus Nachwuchs- und Führungskräften von Unternehmen aus der Region Aachen. Er bietet den Teilnehmern ein Forum, in dem sie Erfahrungen austauschen, tagesaktuelle Fragen diskutieren und von den Erfahrungen der anderen Mitglieder profitieren können. Machen Sie mit!

[www.aachen.ihk.de/juniorenkreis](http://www.aachen.ihk.de/juniorenkreis)



Juniorenkreis  
der Industrie- und Handelskammer  
Aachen

Industrie- und Handelskammer  
Aachen



IHKAachen



IHKAachen



ihkacvidpub



GemeinsamChancenNutzen



**DKMS**  
WIR BESIEGEN BLUTKREBS

Laufen, spenden, registrieren

Charitypartner von B2Run

**gemeinsam  
laufen**

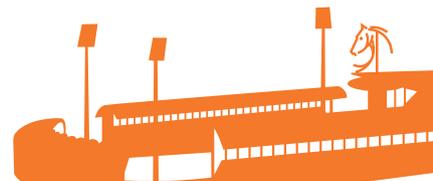
**gemeinsam  
Ziele erreichen**

**gemeinsam  
feiern**

**DER FIRMLAUF FÜR AACHEN**

**23.04.20**

ab 18.30 Uhr / 5 km  
CHIO Reitstadion



**JETZT ANMELDEN!**

[www.b2run.de/aachen](http://www.b2run.de/aachen)