

WIRTSCHAFTLICHE

NACHRICHTEN



der Industrie- und Handelskammer Aachen



Traditionell erfolgreich

Was Familienunternehmen stark macht



12/01

Dez. 2020/Jan. 2021
www.aachen.ihk.de

Außenhandel
IHK intensiviert nach
US-Wahl die Beratung

» Seite 12

Auszeichnung
GründerRegion Aachen
kürt Gewinner von AC²

» Seite 74

Ausrichtung
Hilfe für Händler auf
dem Weg ins Netz

» Seite 76

Corona-Hilfe: Ansprechpartner bei der IHK Aachen

► Die Ausbreitung des Corona-Virus' hat Folgen für die Unternehmen im IHK-Bezirk Aachen. Daraus ergeben sich Fragen. Zu Kurzarbeitergeld, Öffnungszeiten, Fördermitteln, Arbeitsrecht und Abschlussprüfungen – und zu vielem mehr. Wir als IHK Aachen sind gerne für Sie da und stehen unseren Mitgliedsunternehmen in dieser herausfordernden Situation zur Seite. Wir rufen daher dazu auf, sich bei Fragen rund um die wirtschaftlichen Folgen des Corona-Virus' bei uns zu melden. Nachfolgend eine Übersicht der Telefonnummern, unter denen zu den verschiedenen Themenbereichen beraten wird.

Aktuelle Informationen über die Auswirkungen des Corona-Virus' auf die Wirtschaft und das Beratungsangebot der IHK Aachen gibt es online unter: [@ www.aachen.ihk.de](https://www.aachen.ihk.de)

Themenbereich	Ansprechpartner
Arbeitsrecht, allgemeine rechtliche Fragen	0241 4460-261
Fördermittel	0241 4460-284
Außenwirtschaft, Europäische Union, Internationale Märkte, Zoll	0241 4460-296
Einzelhandel	0241 4460-102
Transport und Verkehr	0241 4460-103
Abschlussprüfungen Ausbildung	0241 4460-185

Wir gewinnt

Die nächste Generation steigt ein: So oder ähnlich wird gerne formuliert, geht es um die Nachfolge in Familienunternehmen. Für den Moment mag das richtig sein, geht es doch dann konkret um die Übernahme von Positionen, Anteilen, Haftungsrisiken. Ein formaler Akt. Für ein Familienunternehmen aber tatsächlich die Verantwortung zu übernehmen, bedeutet mehr. Viel mehr. In Familienunternehmen ist das Unternehmen Familie und die Familie Unternehmen. Die nächste Generation ist häufig schon dabei, lange bevor Verträge unterschrieben werden.

Mitarbeiter zählen mehr als die Marge

Wer die Aufgabe übernimmt, einen Familienbetrieb in die Zukunft zu führen, muss sich an mehr messen lassen als monetärem Erfolg. Die Zahlen müssen stimmen, klar. Das allein reicht aber nicht. In Familienunternehmen sind Mitarbeiter mehr Wert als

Margen. Wir übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeiter – auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Und wir übernehmen Verantwortung für unseren Standort: Denn viele längst global agierende Familienunternehmen sind immer noch dort zu finden, von wo aus sie einst gestartet sind. Auch abseits der Ballungszentren sorgen sie so für Arbeits-

und Ausbildungsplätze, wo es sonst niemand tun würde.

Verantwortung für die Mitarbeiter und den Standort zu übernehmen, gehört zu den ethischen Grundsätzen des ehrbaren Kaufmanns. Seien wir ehrlich: Das klingt antiquiert. Nicht mehr zeitgemäß. Ehrbaren Kauffrauen und Kaufmännern aber ist das egal – weil ihnen der Erfolg recht gibt: Zwischen den Jahren 2007 und 2016 wuchs in Deutschlands 500 größten Familienunternehmen die Zahl der Mitarbeiter um 23 Prozent. Im gleichen Zeitraum legte die Zahl der Mitarbeiter in nicht-familienorientierten Dax-Unternehmen um vier Prozent zu. Familienunternehmen findet man auf internationalen Märkten, online und um die Ecke. In ihrer Vielfalt sind sie der Garant für die Stärke der deutschen Wirtschaft. Das werden sie bleiben. Während der Corona-Pandemie und in der Zeit danach. Für die meisten Familienunternehmen ist die aktuelle Krise nicht die erste in der meist langen Zeit ihres Bestehens. Und es wird nicht die letzte sein, die sie erfolgreich bewältigen.

Hinter uns allen liegt ein turbulentes Jahr. Eines, nach dem an vielen Stellen unsicher ist, was kürzlich noch Gewissheit war. Ein Jahr aber auch, in dem wir Dinge möglich gemacht haben, die wir für nicht möglich gehalten haben. Ziehen wir daraus neuen Optimismus. Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien auch und gerade in diesen Zeiten eine besinnliche Adventszeit, ein gesegnetes Weihnachtsfest und für den Start ins neue Jahr Gesundheit, Glück und Zufriedenheit.



Foto: Stadtbild/Renate Schütt

Gisela Kohl-Vogel,
Präsidentin der Industrie-
und Handelskammer Aachen

Mit langem Atem

TITELTHEMA • FAMILIENUNTERNEHMEN



Foto: Marc Wiegelmann - stockadobe.com

Es wird produziert. So ganz grundsätzlich ist das eine gute Nachricht, weil auch keine Selbstverständlichkeit mehr in diesen Tagen, diesen Monaten, diesem Jahr. Da wirkt es beinahe beruhigend, dass zumindest die Fernsehsender an liebgewonnenen Traditionen festhalten und einen jetzt wieder mit ihren Jahresrückblick-Produktionen überschütten. Alles wie immer also – 2020 ließ sich das wahrlich selten sagen. War denn was? Also außer Corona-Pandemie? Fraglich, ob das Thema dazu taugt, die Massen vor die Bildschirme zu locken. Die meisten möchten wohl am Jahr 2020 festhalten, wie die Welt an Donald Trump als US-Präsident: ganz schnell vergessen.

Aber 2020 wird uns erhalten bleiben. In Erinnerungen, in technologischen Fortschritten, in Firmenchroniken. Letztere werden gerne aufgelegt, wenn es etwas zu feiern gibt. Wenn Unternehmen 50, 100, 250 Jahre oder noch viel älter werden. Ja, in Zukunft wird die Corona-Pandemie in solchen Publikationen auftauchen. In manchen als Wendepunkt. Hin zu neuen Geschäftsfeldern oder mehr Digitalisierung. In vielen Fällen als Krise. Als eine von vielen allerdings. Betriebe, die sehr lange bestehen, sind oftmals Familienunternehmen. In ihren Firmenchroniken findet sich meist mehr als eine Krise. Die Kunst, sehr lange am Markt zu bestehen, speist sich demnach nicht aus dem Ausbleiben von Krisen – sondern aus der Fähigkeit, sie zu bewältigen. Darin sind Familienunternehmen konkurrenzlos gut. Deswegen haben wir ihnen dieses Heft gewidmet (Seiten 16 bis 61). Und es hätte kaum einen besseren Zeitpunkt geben können, es zu produzieren. Was als nächstes ansteht? Einpacken, auspacken – und dann wieder anpacken. In diesem Sinne,

Christoph Claßen

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



Foto: © 2017 - Gregor Kaluza

03 KOMMENTAR

06 SPOTLIGHTS

IHK AKTUELL

- 08 Weiterbildung: IHK veröffentlicht Programm für das Jahr 2021
- 09 Abschlussprüfungen für Auszubildende: Termine im Sommer
- 10 Was ist neu? Webinar zu den Änderungen im Außenwirtschaftsrecht
- 10 Deutsch-niederländischer Sprechtag: IHK und Partner beraten deutsche und niederländische Betriebe
- 10 Nach US-Wahl: IHK Aachen intensiviert ihr Beratungsangebot

11 RÜCKSPIEGEL

FORUM

- 12 „Wir denken jetzt regional“: Euskirchens langjähriger Landrat Günter Rosenke im Interview

TITELTHEMA

- 16 „Es gibt keine aussichtslosen Situationen“: Lambertz-Alleininhaber Hermann Bühlbecker im Interview
- 24 Voll auf die Rübe: Wie sich „Pfeifer & Langen“ seit 150 Jahren mit Zucker am Markt behauptet
- 30 Der Weg der Peter Greven GmbH vom kleinen Seifenhersteller zur internationale Firmengruppe
- 34 Wie die Heinsberger Bauunternehmen Frauenrath und Florack seit anderthalb Jahrhunderten erfolgreich sind
- 42 Aus Tradition Erfolge machen: POWER+RADACH-Geschäftsführer Bernd Steinbrecher im Interview
- 48 Seit 150 Jahren am Standort Düren: Wie die Carl Krafft GmbH Industriegeschichte schreibt
- 52 Von der Papiermanufaktur zum Logistikdienstleister: Wie es der C. Brettschneider GmbH gelingt, seit 130 Jahren erfolgreich zu sein



Foto: Franz Klippner



Screenshot: IHK Aachen



Foto: Heike Luchmann

Rückblick

1971 gab es Diskussionen über eine kommunale Neugliederung und die Zuordnung der Kommunen zu den IHK-Bezirken. Ein großes Thema war das besonders im Kreis Euskirchen. Fühlten sich die Unternehmen dem Wirtschaftsraum Aachen oder Köln-Bonn zugehörig? Euskirchen wurde dann bekanntlich dem IHK-Bezirk Aachen zugeordnet. Welche Rolle er dabei spielte und wieso die Entscheidung richtig war, darüber spricht Euskirchens langjähriger Landrat Günther Rosenke im Interview.

» Seite 12

Überblick

Die IHK Aachen macht ab sofort den Stand der Energiewende auf einfache Art und Weise sichtbar: mit dem Energiewende-Cockpit, einem kostenfreien Monitoring-Tool im Internet. Unter www.energiwende-cockpit-ihk.de lässt sich schnell und jederzeit der Status-quo des Ausbaus des Stromnetzes in Deutschland und der erneuerbaren Energien einsehen. Außerdem informiert die Online-Plattform über Neuigkeiten beim Aufbau der Wasserstoffwirtschaft und zeigt mögliche Handlungsbedarfe auf.

» Seite 70

Einblick

An ihrem ersten Schultag saßen 38 Azubis aus zwölf Nationen in einem Klassenraum. Manche besaßen erste Deutschkenntnisse, andere gar keine. Alle einte ein Ziel: eine Ausbildung beginnen, im besten Fall abschließen. Als 2017 die „Fachklasse im Gastgewerbe für Auszubildende mit besonderem Sprachförderbedarf“ an der Aachener Käthe-Kollwitz-Schule startete, wusste eigentlich niemand genau, wo die Reise hinget. Drei Jahre später wird jetzt eine erste Bilanz gezogen.

» Seite 84

56 Besonderes Aroma: Plum's Kaffee aus Aachen, Deutschlands älteste Kaffeerösterei, wird 200 Jahre alt

60 Traditionell weihnachtlich: Bei Juwelier Grobusch steht Schmuck mit Geschichte hoch im Kurs

62 **INTERNATIONAL**

63 **HOCHSCHULSPOTS**

70 **WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG**

FIRMENREPORT

78 Virtuelle Meetings: edudip integriert neue Meeting-Funktion in die Webinar-Software „edudip next“

78 Schimmernde Membran: GKD liefert Innenfassade aus Metallgewebe für Hermès-Flagship-Store in Bangkok

79 AIXTRON beteiligt sich an Forschungsprojekt Augmented Reality in der technischen Dokumentation

79 Auf den Geschmack gekommen: Aachener A Tavola da Giorgio erneut als „Parmaschinken-Spezialist“ geehrt

80 Cloudservice für den OTC-Markt und Redispatch 2.0 fürs Einspeisen: SOPTIM AG präsentiert neue Lösungen

80 Familienunternehmen Fenster Knaut erntet ersten Honig am Firmensitz

80 „Virus Safety Mask“: FLT entwickelt Maske mit antiviraler und antibakterieller Ausrüstung

81 Mit der Mitgliedsnummer 111: NetAachen tritt dem Verein AACHEN BUILDING EXPERTS bei

82 IT-Sicherheit: KISTERS erhält Rezertifizierung nach ISO/IEC 27001

82 Verkehrssicherheit: Regionetz GmbH rüstet Lkw mit Abbiegeassistenten aus

82 digitalHUB-Community spendet rund 50 Laptops an Aachener Sozialwerk

83 Schwermetall Halbzeugwerk GmbH investiert zwölf Millionen Euro in neue Technologie am Standort in Stolberg

83 Neue Wege: 55. Vertreterversammlung der Aachener Bank fand digital statt

BILDUNG

84 Erfolg spricht für sich: Im Jahr 2017 startete die erste Fachklasse für Azubis mit Sprachförderbedarf an der Aachener Käthe-Kollwitz-Schule

85 Geflüchtete ausbilden und einstellen: Café Zuflucht auch für Unternehmer ein kompetenter Ansprechpartner

86 **WEITERBILDUNG**

88 **SERVICE-BÖRSEN**

90 **VORSCHAU UND TV-TIPPS**

90 **IMPRESSUM**

12/01

Dez. 2020/Jan. 2021
www.aachen.ihk.de



Kleine Kniffe: Magazin für nachhaltige Beschaffung in Betrieben kommuniziert Erfahrungen von Unternehmen

► Das Magazin für nachhaltige Beschaffung in Betrieben „Kleine Kniffe“ bietet seinen Lesern einen Nutzwert zu den Themen „Nachhaltige Beschaffung“, „E-Procurement“, Zertifizierung, betriebliche und gesellschaftliche Initiativen, nachhaltiger Konsum sowie Tipps und Tricks für einen nachhaltigen konsumtiven Stil in Betrieben und Behörden. Unternehmen haben jetzt die Möglichkeit, ihre Initiativen für nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Unternehmensprozesse auf dieser bun-

desweiten Plattform zu kommunizieren. Welche Erfahrungen wurden im eigenen Wirkungskreis mit dem Thema nachhaltige Beschaffung gesammelt? Für welche Problemlagen wurden überzeugende Lösungen gefunden? Das Magazin, das halbjährlich erscheint, möchte diese Erfahrungen verbreiten.

@ www.nachhaltige-beschaffung.com

ZAHL DES MONATS



Foto: Lemonlord - stock.adobe.com

2.174

US-Amerikaner zogen im Jahr 2019 aus den Vereinigten Staaten nach Nordrhein-Westfalen. Im gleichen Zeitraum zogen 1.821 US-Amerikaner von NRW zurück in die Vereinigten Staaten. Damit zogen 353 US-Amerikaner mehr in das Bundesland als umgekehrt. Auch in den Jahren von 2015 bis 2018 kamen jeweils mehr US-Amerikaner aus den Vereinigten Staaten nach NRW als von NRW aus dorthin zogen. Die Zahl der Deutschen aus Nordrhein-Westfalen, die in die Vereinigten Staaten auswanderten, belief sich im Jahr 2019 auf 1.434. Im gleichen Jahr zogen 1.359 Deutsche aus den USA nach NRW. In Summe zogen somit 75 Personen mehr mit deutscher Staatsangehörigkeit in die USA als umgekehrt.

Quelle: IT-NRW

OUT OF THE BOX.NRW wird zum zweiten Mal vergeben: Ab sofort können digitale Start-ups nominiert werden

► Der 2019 gestartete Landespreis „OUT OF THE BOX.NRW“ geht in die zweite Runde. Jeder kann ab sofort ein Startup mit digitalem Geschäftsmodell unter www.outofthebox.nrw nominieren und über ein Online-Voting ins Finale bringen. Die Finalisten werden sich beim PIRATE Summit 2021 vor einer Jury aus internationalen Investoren und Experten prä-

sentieren und um insgesamt 50.000 Euro Preisgeld kämpfen. Nach dem großen Erfolg der Premiere des neuen Landespreises für Start-ups hat sich das Motto „Out of the Box“ weiterentwickelt: In diesem Jahr soll das Kreative und Ungewöhnliche noch mehr im Mittelpunkt stehen.

@ www.outofthebox.nrw

Effizienz-Preis NRW und Nachwuchspreis Mehrwert NRW: Ressourceneffiziente Produkte und Dienstleistungen „Made in NRW“ werden gesucht

► Umweltbelastung, Klimawandel, Rohstoffverfügbarkeit – der schonende und effiziente Umgang mit den Ressourcen ist wichtiger denn je. Mit dem renommierten Effizienz-Preis NRW und dem Nachwuchspreis „Mehrwert NRW“ werden im kommenden Jahr wieder besonders innovative und clevere Produkte und Dienstleistungen ausgezeichnet, die zur Ressourcen- und Umweltschonung beitragen. Neben den Preisgebern Effizienz-Agentur

NRW und Verbraucherzentrale NRW ist auch die NRW.BANK als Kooperationspartner wieder mit dabei. Unternehmen und Studierende können sich ab sofort bewerben. Der Nachwuchspreis „Mehrwert NRW“ ist mit insgesamt 3.000 Euro dotiert, Bewerbungen sind bis zum 28. März möglich. Die Bewerbungsfrist für den Effizienz-Preis endet am 2. Juli.

@ www.effizienzpreis-nrw.de

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



**NRW.GLOBAL
BUSINESS**
Trade & Investment Agency

Holmes & Watson

Immer wenn sich Gutes zusammnut,
entsteht Besseres.

Aus **NRW.Invest** und **NRW.International** wird **NRW.Global Business**.
Finden Sie mit uns den Weg zum Erfolg für Ihr Business in Nordrhein-Westfalen
und weltweit.



www.nrwglobalbusiness.com

GERMANY
AT ITS
BEST



NORDRHEIN-WESTFALEN

IHK Aachen veröffentlicht Weiterbildungsprogramm für das Jahr 2021

Der neue Weiterbildungskatalog der IHK Aachen ist verfügbar. Er beinhaltet rund 150 verschiedene Angebote – von A wie Ausbilder-eignung bis Z wie Zollrecht, von einer 90-minütigen Online-Veranstaltung bis hin zu einem

zweieinhalbjährigen Vorbereitungslehrgang für die IHK-Abschlüsse „Bachelor“ und „Master Professional“ der höheren Berufsbildung. „Laut aktuellem Fachkräftereport der Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-West-

falen werden in zehn Jahren rund 700.000 Fachkräfte in NRW fehlen“, sagt Karolin Gier, Gruppenleiterin Weiterbildung bei der IHK Aachen. „Deshalb empfehlen wir eine Ausbildung mit anschließender Weiterbildung. Sie ist das wirksamste Mittel gegen drohende Arbeitslosigkeit.“ Neu im Programm sind ab dem kommenden Jahr Webinare, die in kurzen Einheiten Wissen und Methodik insbesondere für das Arbeiten auf Distanz vermitteln. Wieder im Programm sind praxisnahe Zertifikatlehrgänge, zum Beispiel zum Online-Marketing-Manager, Immobilienmakler, Personalreferenten oder Projektmanager – jeweils mit anerkanntem IHK-Zertifikat nach erfolgreichem Abschlusstest. Auch speziell zugeschnittene Firmentrainings bietet die IHK Aachen an: entweder bei den Unternehmen vor Ort oder in den Seminarräumen der IHK in der Aachener Theaterstraße. Die IHK Aachen stellt ihren neuen Weiterbildungskatalog als kostenfreie Printversion oder via Download zur Verfügung.



Foto: Juliane Becher

Volles Programm: Das Weiterbildungsangebot für das Jahr 2021 ist in Printform und als Download erhältlich.

@ www.aachen.ihk.de/wb-programm

i **IHK-Ansprechpartnerin:**
Sabrina Poplawski
Tel.: 0241 4460-100
sabrina.poplawski@aachen.ihk.de

Appell der IHK: Unternehmen sollten nachmittags zu Einstellungsgesprächen einladen

Die IHK Aachen bittet alle Unternehmen, Einstellungsgespräche oder -tests mit Bewerbern um Ausbildungsstellen auf Termine am Nachmittag zu legen. Hintergrund ist: Einstellungsgespräche am Vormittag stellen die

allgemeinbildenden und die berufsbildenden Schulen im IHK-Bezirk vor erhebliche Probleme. Denn der planmäßige Ablauf des Unterrichts wird wegen der dann kaum noch vollzählig besetzten Klassen stark beeinträch-

tigt. Da sich häufige Fehlzeiten negativ auf die schulischen Leistungen auswirken können, sollten die Unternehmen im Interesse der Bewerber auf Nachmittagstermine ausweichen.



Ansprechpartner für redaktionelle Beiträge:

IHK Aachen, Christoph Claßen, Tel. 0241 4460-232, christoph.classen@aachen.ihk.de

Kaufmännische und gewerblich-technische Abschlussprüfung: Termine im Sommer

Die Abschlussprüfungen der kaufmännischen und gewerblich-technischen Auszubildende für den Sommer wurden terminiert. Teilnehmen daran können alle Azubis, die ihre Ausbildungszeit abgeschlossen haben oder bis zum 30. September 2021 beenden werden. Zur Prüfung zugelassen wird, wer die Ausbildungszeit zurückgelegt und an der vorgeschriebenen Abschlussprüfung Teil 1 oder an der Zwischenprüfung teilgenommen hat. Das Ausbildungsverhältnis muss im Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse eingetragen und die Ausbildungsnachweise ordnungsgemäß geführt sein. Ebenfalls zugelassen werden Teilnehmer, die nachweisen, dass sie mindestens das Eineinhalbfache der Zeit, die als Ausbildungszeit vorgeschrieben ist, im Beruf tätig sind, in dem sie die Prüfung ablegen wollen. Den Anträgen auf Zulassung im Ausnahmefall sind entsprechende Beschäftigungsnachweise beizufügen. Eine weitere Möglichkeit ist die vorzeitige Zulassung zur Abschlussprüfung, die nach § 45 Abs. 1 Berufsbildungsgesetz nur nach Anhören der Auszubildenden

INFO

Die Termine im Überblick

Gewerblich-technische Prüfungen:

schriftlich: 18./19. Mai
praktisch: Juni/Juli

Kaufmännische Prüfungen:

schriftlich: 4./5. Mai
mündlich/praktisch: Juni/Juli

IT-Berufe:

schriftlich: 5. Mai
mündlich: Juni/Juli

MATSE:

schriftlich: 5. Mai
Entwicklung eines Softwaresystems:
10. bis 14. Mai
mündlich: 17. bis 29. August

Anmeldeschluss für alle Prüfungen ist
Freitag, 15. Januar 2021.



IHK-Ansprechpartnerin:
Sabine Helten
Tel.: 0241 4460-308
beruf@aachen.ihk.de

und der Berufsschule erfolgen kann, wenn die Leistungen des Auszubildenden dies rechtfertigen. Alle Auszubildenden, die zur Abschlussprüfung im Sommer 2021 vorgesehen sind, erhalten eine entsprechende Aufforderung zur Anmeldung. Die Anmeldung zur Prüfung erfolgt durch den Ausbildungsbetrieb mit dem entsprechenden Formular. Dabei ist es wichtig, die Vordrucke vollstän-

dig auszufüllen. Mit Anmeldung wird das ordnungsgemäße Führen der Ausbildungsnachweise bestätigt. Bei verspätetem Eingang der Anmeldung wird eine zusätzliche Gebühr fällig. Sollte es in Unternehmen Auszubildende geben, die zur Sommerprüfung anstehen, jedoch keine Aufforderung erhalten, wird um entsprechende Meldung bei der IHK gebeten.

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



IHKAachen



ihkacvidpub

Industrie- und Handelskammer
Aachen





Was ist neu? Webinar zu den Änderungen im Außenwirtschaftsrecht

Zum Jahreswechsel stehen eine Reihe von Änderungen in den Bereichen des Zoll-, Außenwirtschafts-, Umsatz- und Verbrauchsteuer- sowie des präferenziellen Ursprungsrechts an. Um die reibungslose Abwicklung des grenzüberschreitenden Warenverkehrs zu gewährleisten, sollten die Änderungen dahingehend bewertet werden, welche Bedeutung sie für das eigene Unternehmen haben. Vor diesem Hintergrund lädt die IHK

Aachen zu einem Webinar am 27. Januar von 9 bis 12.30 Uhr ein. Dabei lernen die Teilnehmer die anstehenden Änderungen kennen und entscheiden anschließend, ob diese auf die eigene Unternehmensstruktur übertragen werden müssen. Um den Inhalten dieses Webinars folgen zu können, sollten Grundkenntnisse zu den Anforderungen des grenzüberschreitenden Warenverkehrs vorhanden sein. Das Seminar wird geleitet von Dr. Talke

Ovie, Rechtsanwältin bei Harnischmacher, Löer, Wensing, Rechtsanwälte PartGmbH in Münster. Das Teilnahmeentgelt beträgt 90 Euro.

@ www.aachen.ihk.de (Dok-Nr.: 21-903)

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

Deutsch-niederländischer Sprechtag: IHK Aachen und Partner beraten deutsche und niederländische Betriebe

Ist der Entschluss einmal gefasst, die eigenen Vertriebstätigkeiten auf das Nachbarland auszuweiten und im Nachbarland unternehmerisch tätig zu werden, steht man zunächst vielen Fragen gegenüber: Gibt es für mein Produkt oder meine Dienstleistung dort überhaupt einen Markt? Welche Gesetze und Vorschriften gibt es? Wie lassen sich Geschäftsbeziehungen aufbauen und Kontakte zu Kunden herstellen? Die IHK Aachen berät

dazu gemeinsam mit Experten des Grenzinfo-punktes Aachen-Eurode sowie dem Starters-Centrum Limburg, Existenzgründer und Unternehmer im Rahmen des deutsch-niederländischen Sprechtags. Dieser findet am Montag, 14. Dezember, statt. Die Teilnehmer werden dabei in 45-minütigen Einzelgesprächen individuell und persönlich beraten. Zu den häufigsten Beratungsthemen zählen die Firmengründung, die Erbringung von Dienst-

leistungen sowie Fragen zum deutschen und niederländischen Steuerrecht. Die Teilnahme ist kostenfrei, um vorherige Anmeldung online wird gebeten.

@ www.aachen.ihk.de (Dok-Nr.: 92292)

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

Nach US-Wahl: IHK Aachen intensiviert Beratungsangebot

Die politische Unsicherheit nach den Wahlen in den USA stellt nach Einschätzung der IHK Aachen die regionale Wirtschaft vor eine zunehmende Belastungsprobe. Auch wenn klar ist, dass Joe Biden nächster US-Präsident wird, bleiben zunächst zahlreiche Aspekte der deutsch-amerikanischen Handelsbeziehungen in der Schwebe: Was wird aus den Strafzöllen? Dem Pariser Klimaschutzabkommen? Der „America-First“-Strategie? Dem US-amerikanischen „Green Deal“? „Sollten sich die USA weiterhin von Wareneinfuhren aus dem Ausland unabhängig machen wollen, hat das Auswirkungen auf rund 400 Unternehmen in der Region, die direkte Wirtschaftsbeziehungen mit US-Partnern haben“, sagt Dr. Gunter Schaible, Geschäftsführer der IHK Aachen für

die Bereiche International, Verkehr und Handel. „Im vergangenen Jahr wurden von Firmen aus Nordrhein-Westfalen Waren im Wert von rund 12,9 Milliarden Euro in die USA verkauft.“ Damit sind die USA für NRW der drittgrößte Handelspartner nach den Niederlanden und Frankreich. „Die Unternehmen brauchen jetzt Stabilität und Planungssicherheit“, betont Schaible. „Wir bieten unseren Mitgliedsunternehmen deshalb verstärkt Beratungen an, damit sie auf die möglichen Machtverhältnisse in Washington angemessen reagieren können und Handlungsoptionen prüfen.“ Wer das erweiterte Serviceangebot nutzen möchte, kann sich telefonisch unter 0241 44600 oder via E-Mail an info@aachen.ihk.de melden.

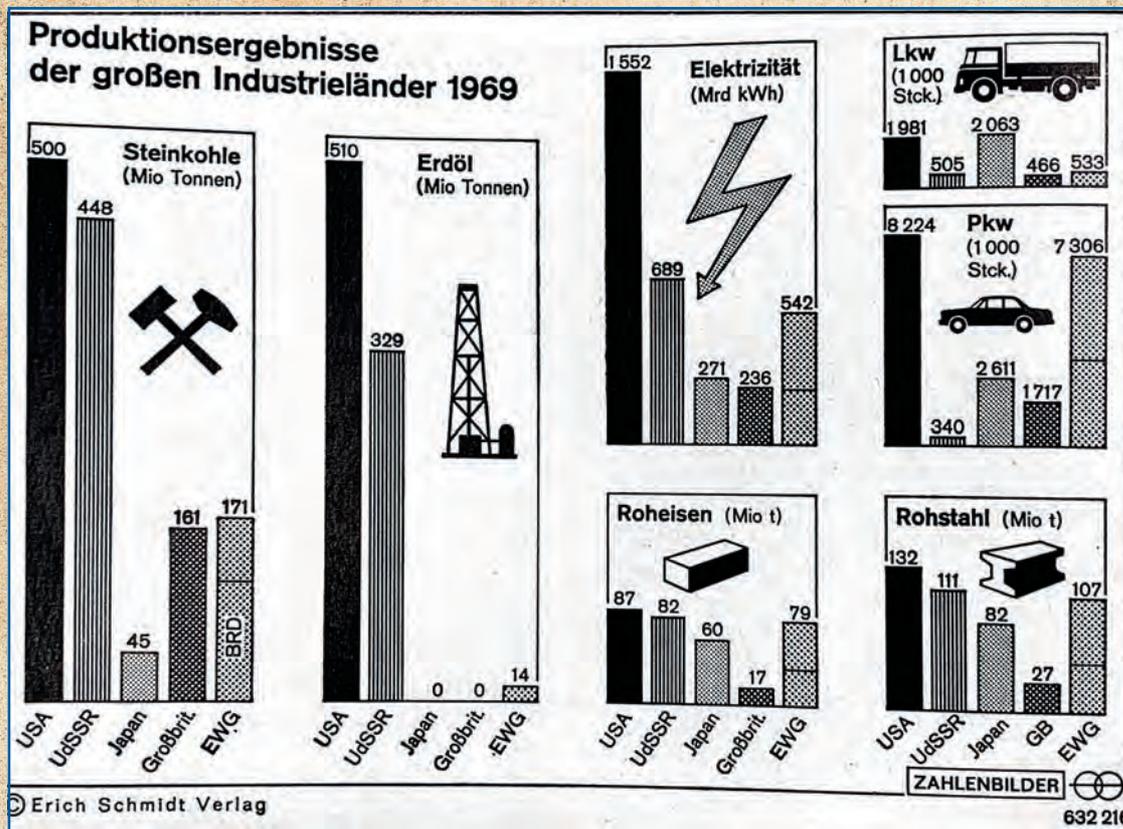
Ansprechpartner Anzeigenberatung: Michael Eichelmann

Tel.: 0241 5101-254 • Fax: -253 • wirtsch.nachrichten@zeitungsverlag-aachen.de



Alt... hergebracht

Das stand vor 50 Jahren in den „Wirtschaftlichen Nachrichten“



Chancen des Familienbetriebs

► „Vor den Mitgliedern der Vollversammlung und des Juniorenkreises der Kammer sprach Herr Dr. Kurt Pentzlin, Mitglied der Geschäftsführung der Firma H. Bahlsens Keksfabrik KG, Hannover, über das Thema ‚Chancen des Familienbetriebs‘. [...] Seine in zahlreichen Gesprächen mit bekannten Unternehmerpersönlichkeiten gewonnenen Einsichten faßte er in 14 Thesen zusammen, von denen einige zweifellos nicht nur auf Familienbetriebe anwendbar sind. Firma geht vor Familie und Verwandtschaft; Leistung geht vor Verwandtschaftsgrad; Schulden und Beschäftigungshöhe schützen nicht vor Insolvenz; übertriebene Artikeltreue führt immer bergab; Marktanteil geht vor Gewinnmaximierung; Führungseigenschaften gehen vor Branchenkenntnis; die Sicherung der Nachfolge ist wichtiger als die Rechtsform; lieber einen Herr aus fremden Haus, als einen Knecht aus dem eigenen Haus; Weiterbildung ist wichtiger als Ausbildung; Vorsicht bei Kooperation; Liquidität ist wichtiger als Kapitalanteil; die meisten Firmen sind mehr Wert als das Kaufangebot eines US-Unternehmers; Intuition hat Vorrang vor der Verwissenschaftlichung; fremde Führungskräfte müssen unabhängig von der Familienlaune sein.“ [...]

„Wir denken jetzt regional“

Warum es gut ist, dass Euskirchen zum IHK-Bezirk Aachen gehört: der langjährige Landrat Günter Rosenke im Interview



Foto: Franz Klippner

„Wenn ich mal 20 Jahre weiterdenke, glaube ich nicht, dass es noch Kreise gibt. Dann gibt es Regionen“: Günter Rosenke, langjähriger Landrat des Kreises Euskirchen.

VON HELGA HERMANN

Im Jahr 1971 gab es politische Diskussionen über eine kommunale Neugliederung und die Zuordnung der Kommunen zu den IHK-Bezirken. Die Region Aachen konnte sich aber auf Drängen der damaligen Unternehmer im Präsidium zusammen mit der Hauptgeschäftsführung letztlich als eigenständiger IHK-Bezirk durchsetzen. Eine entscheidende Rolle spielte dabei der Kreis Euskirchen. Fühlten sich die Unternehmen eher dem Wirtschaftsraum Aachen oder der

Region Köln-Bonn zugehörig? Über die Beziehung von Wirtschaft und Politik zur IHK Aachen und dem IHK-Bezirk Aachen, Düren, Euskirchen und Heinsberg sprachen die *Wirtschaftlichen Nachrichten* mit Günter Rosenke, der am 1. November nach 26 Jahren als Landrat des Kreises Euskirchen in den Ruhestand ging.

WN: 1977 trat eine kommunale Neugliederung nach langen Diskussionen in Kraft. Euskirchen wurde offiziell dem IHK-Bezirk Aachen zugeordnet, und damit 600 Firmen und 2.000 Kleingewerbetreibende. Damit war der

Bestand der IHK gesichert. Was ist Ihre Erinnerung an diese Zeit?

Günter Rosenke: Ich war damals im Gemeinderat Weilerswist und dort zuständig für Bau- und Wirtschaftsförderungsangelegenheiten. Die Gewerbetreibenden wollten bei der IHK Bonn bleiben, weil der Weg nach Aachen zur damaligen Zeit ohne Autobahn für manch einen eine Tagesreise war. Mich wollte man dazu bewegen, mich politisch dafür einzusetzen, dass die Situation entschärft wird. Dass man nach Köln oder Bonn kommt. Das habe ich auch versucht, und zwar über den damaligen Ausschussvorsitzenden

der IHK. Das war der Vorstandsvorsitzende der Kreissparkasse Euskirchen. Er zitierte mich zu sich, als er hörte, dass ich das, was damals das Wirtschaftsministerium geregelt hatte – also die Zugehörigkeit zur IHK Aachen – wieder auflösen wollte. Und ich sage das mal ganz platt: Der hat mir dann die Ohren langgezogen und dafür geworben, dass wir die Zuordnung zur Region Aachen politisch unterstützen sollten. Ich habe ihm dann meine Beweggründe genannt, eben die Kritik der Unternehmen in Weilerswist im nördlichen Bereich des Kreises Euskirchen. Das hat dann auch dazu geführt, dass man bei der IHK Aachen die Erkenntnis gewann: Wir müssen von unserer Seite aus mehr in den Kreis Euskirchen gehen. Als erstes gab es dann einen festen Ansprechpartner der IHK Aachen hier vor Ort für die Unternehmen.

WN: Sie sind gebürtiger Aachener. Gab es da nicht schon aus Heimatgefühlen eine Präferenz für die IHK Aachen?

Rosenke: Diese Heimatgefühle gab es grundsätzlich in allen Bereichen. Ich habe ja auch bei der Alemannia Fußball gespielt und bin immer noch treuer Fan – auch wenn die Mannschaft aktuell leider nur in der Regionalliga spielt. Wenn man politisch etwas umsetzen will, muss man manchmal einen Umweg beschreiten – damals also so tun, als würde man sich in Richtung Köln bewegen. Das war das kleine Druckmittel, das ich dann ausüben konnte. Denn wir sind in der Tat in einer In-Between-Lage zwischen Aachen und Köln. Aber mittlerweile darf man sagen, wir fühlen uns in der Region Aachen wohl und wir fühlen uns nach den schwierigen Anfängen mittlerweile längst gut betreut von der IHK Aachen. Dieses Feedback bekomme ich von den Unternehmen im Kreis. Es resultiert nicht zuletzt daraus, dass wir gemeinsam mit Vertretern der IHK regelmäßig unsere Betriebe besuchen oder dort Veranstaltungen machen – etwa das Unternehmer-Frühstück „viertelvoracht“. Aber ich betone, dass wir nicht nur Arbeitsplätze, sondern auch Ausbildungsplätze brauchen. Zum Beispiel organisieren wird gemeinsam mit der IHK und der

Bezirksregierung Köln die Lernpartnerschaften. Die jungen Leute schnuppern in den Beruf hinein, machen Praktika in den Unternehmen. Das fördert unsere jungen Menschen, die vom Kreis, der IHK und der Bezirksregierung gleichermaßen betreut werden.

WN: Als es damals um die Neuordnung ging, hat die IHK Aachen quasi Boni geboten, um damit den Kreis Euskirchen auf ihre Seite zu ziehen. Es wurde eine eigene Zweigstelle der IHK eingerichtet und die Kammer stieg als Gesellschafter mit in das Berufsbildungszentrum ein. So etwas gab es bis dahin auch nicht im Kammerbezirk. Würden Sie rückblickend sagen, dass das ein Gewinn war?

Rosenke: Auf jeden Fall. Die Unternehmen, die damals abtrünnig wurden und mich davon überzeugen wollten, dass es besser ist, sich in Richtung Köln oder Bonn zu bewegen, für die war der Ansprechpartner der IHK der erste positive Impuls. Dann folgte auch eine Dependence hier, sodass sich auch die Zusammenarbeit mit den Unternehmen verstärkt hat. Und eben auch das Berufsbildungszentrum in Euenheim, bei dem die IHK den Vorsitz hatte und damit bekundet hat: Damit wollen und werden wir den Kreis unterstützen. Das hat dazu geführt, dass die anfänglichen Probleme – Zugehörigkeit zur IHK Aachen oder Köln –

mehr und mehr verschwunden sind und nur noch bei unseren Haushaltsplanberatungen politisch schon noch mal aufgeflammt sind. Aber da wusste ich zu löschen. Insofern ist die Situation eigentlich bereinigt. Es hat einige Zeit gedauert, aber es hat sich gelohnt, dass wir auch politisch gesehen die IHK Aachen als unseren Partner sehen.

WN: Es gab bis in die 90er-Jahre immer wieder Klagen von Unternehmen, der Kreis Euskirchen sei ja nur das fünfte Rad am Wagen im Bezirk der IHK. Ist dieses Gefühl inzwischen verschwunden?

Rosenke: Ich habe das Gefühl nicht mehr. Ich war 26 Jahre Landrat, meine Arbeit in Richtung Aachen war sehr intensiv – alleine schon begründet dadurch, dass ich „Öcher“ bin und natürlich auch von Anfang an Kontakte nach Aachen gepflegt habe. Aber es ist auch etwas zurückgekommen. Ich bin überzeugt, dass sich unsere Partner aus Aachen – zum Beispiel AGIT, IHK und Handwerkskammer – im Kreis Euskirchen wohl fühlen. So lautet ja nicht nur unser Motto, sondern das ist auch unser Anspruch. Die Steine, die uns in den Weg gelegt wurden, haben wir genutzt, um ein solides Fundament daraus zu bauen.

WN: Das Kirchturmdenken hat lange dazu geführt, dass Egoisten ausgelebt wurden und man nicht an einem Strang gezogen hat. Der Strukturwandel zum Ausstieg aus der Braunkohle bewirkt nach meiner Beobachtung ein Umdenken. Die Verantwortlichen merken, dass wir größere Strukturen brauchen, mehr mit einer Stimme sprechen müssen. Stimmen Sie dem zu?

Rosenke: Das ist eine Chance und wird immer eine bleiben. Sie hatten es ja gesagt: Dieses Kleinklein, das es früher gab, das ist Gott sei Dank vorbei. Wir denken jetzt regional. Und das müssen wir auch. Wenn ich mal 20 Jahre weiterdenke, glaube ich nicht, dass es noch Kreise gibt, Dann gibt es ▶

„Wenn man politisch etwas umsetzen will, muss man manchmal einen Umweg beschreiten.“

**Günter Rosenke,
ehemaliger Landrat des Kreises Euskirchen**



Regionen. Das heißt, die Region Aachen ist auf dem Weg, sehr stark zu werden. Ich denke, dass dieses Wir-Gefühl immer stärker in den Vordergrund rückt und immer deutlicher wird: Alleine können wir nicht so viel machen, deshalb müssen wir Verbündete suchen. Und der Verbund Region Aachen ist stark und kann sich auch in NRW behaupten.

WN: 26 Jahre waren Sie Landrat des Kreises

Euskirchen. Wo sehen Sie für Ihren Nachfolger die größten Herausforderungen?

Rosenke: Das ist zum einen das Thema Arbeits- und Ausbildungsplätze. Die kann man nur gemeinsam mit den Unternehmen und der Betreuung der Unternehmen gestalten und sich dafür einsetzen. Und deshalb machen wir auch regelmäßig mit der Wirtschaftsförderung Bestandspflege-Besuche, damit wir immer auf dem Laufenden sind. Wie

geht es unseren Unternehmen? Wo hakt es? An wen kann man sich wenden? Wir machen immer darauf aufmerksam, welche Institutionen wir zusätzlich zur Unterstützung anbieten können. IHK, AGIT, Handwerkskammer – all dies machen wir bei unseren Besuchen bekannt. Es gibt Fördermöglichkeiten, die die Unternehmen gar nicht so kennen. Darauf müssen wir aufmerksam machen, und davon machen die Firmen dann gerne Gebrauch.

INFO

„Wir. Leben. Eifel.“: Zukunftsinitiative startet neue Kampagne



Foto: Eifel Tourismus GmbH/Petra Grebe

Viele Akteure und ein gemeinsames Ziel: Die Köpfe hinter der neuen Kampagne „Wir. Leben. Eifel.“

Mit einem neuen LEADER-Projekt nimmt die Zukunftsinitiative Eifel den Wettbewerb der Regionen auf. Es geht um Fachkräftesicherung, Standortvorteile für Unternehmen und Mitarbeiter – und um viel positives Lebensgefühl. Wie wirbt man um helle Köpfe, junge Familien und Unternehmensgründer? wie schafft man Selbstbewusstsein für die ländliche Region? Kurzum: Wie macht man die Eifel zu einer echten Marke, mit der positive Werte verbunden sind? Daran arbeitet die Zukunftsinitiative Eifel bereits seit vielen Jahren und hat das Leitmotiv „Gemeinschaft gestaltet Lebenswelten“ als kreative Maßgabe entwickelt. Mit dem neuen LEADER-Projekt soll dies gebündelt und mit noch mehr Schubkraft versehen werden. Die griffige Botschaft der

Marke lautet: „Wir. Leben. Eifel.“ und vermittelt Werte wie Gemeinsinn, Aktivität und attraktiver Naturraum. Ziel des neuen LEADER-Projekts ist es, auf allen Kanälen die positiven Seiten der Eifel herauszustellen und zu vermarkten. Daher startet die Zukunftsinitiative Eifel eine umfassende Kampagne in allen Medien – gedruckt und digital. Drei Jahre lang entstehen jeden Monat Porträts von bemerkenswerten Betrieben, Institutionen oder Initiativen aus der gesamten Eifel. Neben der Kommunikation von aktuellen Inhalten über soziale Medien wird ein Internetportal aufgebaut. Dieses bietet allen, die am Leben und Arbeiten in der Eifel interessiert sind, eine brauchbare Orientierung und einen ersten Überblick. Die Kampagne ist federführend

bei der Eifel Tourismus GmbH in Prüm angesiedelt. Übrigens: Warum es sich für Unternehmen lohnt, jungen Menschen eine duale Ausbildung zu ermöglichen, beschreibt Alexander Wilden, Mitglied der IHK-Vollversammlung und Geschäftsführer der schwarz GmbH mit Hauptsitz in Simmerath, in seinem Unternehmensportrait.

Den Clip und viele weitere Portraits über Betriebe aus der Eifel gibt es online.

@ www.standort-eifel.de

i **IHK-Ansprechpartner:**
Philipp Piecha
Tel.: 0241 4460-270
philipp.piecha@aachen.ihk.de

INFO

Das zweite große Thema im Kreis Euskirchen ist die Förderung des Tourismus. Ich höre ja gerne von unseren Besuchern „Ihr wohnt da, wo wir gerne unseren Urlaub verbringen“. Wir dürfen aber im Tourismus nicht bei bislang Erreichtem stehenbleiben. Mein Leitspruch lautet: „Wer stehen bleibt, steht im Weg!“ Wir müssen Neues entwickeln, damit wir attraktiv bleiben. Ein dritter Punkt: die Schaffung einer guten Infrastruktur. Eine Familie, die sich einen neuen Wohnort sucht, schaut zunächst nach der Infrastruktur. Wie sieht das mit Kindergärten, Schulen und ÖPNV aus? Kann ich hier Home-Office machen? Habe ich eine schnelle Internetverbindung? Pflegeschule, ärztliche Versorgung, allgemein das Thema Gesundheit – all diese Sachen kann ich meinem Nachfolger mit an die Hand gegeben. Sie sind gut vorbereitet, das darf ich so sagen.

WN: Gab es in Ihrer Amtszeit ein wirtschaftliches Highlight, auf das Sie besonders stolz zurückblicken?

Rosenke: Im südlichen Kreisgebiet ist das sicherlich die Konversion Vogelsang im Herzen des Nationalparks Eifel – ganz klar ein Leuchtturmprojekt, das weit über die Region hinausstrahlt und auch eine große wirtschaftliche Bedeutung hat. Im nördlichen Kreisgebiet haben wir leider das Projekt der „Prime Site Rhine Region“ noch nicht erfolgreich abschließen können. Es handelt sich um eine sehr große Fläche, die wir seit zehn Jahren vermarkten und die jetzt mit Unterstützung des Landes NRW für fünf Jahre in die Verlängerung geht – inklusive zusätzlicher Förderungen. Nicht nur der Kreis Euskirchen mit den Kommunen Weilerswist und Euskirchen; sondern auch mit der ZRR, AGIT, IHK und der Handwerkskammer arbeiten wir hier Hand in Hand. Alle sind mit im Boot und kennen das Thema, denn hier soll sich ja ein Großbetrieb ansiedeln mit Ausbildungs- und Arbeitsplätzen. Nicht nur für den Kreis wäre das ein Gewinn, sondern für die ganze Region.

WN: Ich möchte noch auf die Zukunftsinitiative Eifel eingehen, die 2004 gegründet wurde. Beteiligt waren Kreis Euskirchen, IHK Aachen und viele weitere Partner. Sehen Sie das Projekt auch als Teil des Strukturwandels?

Rosenke: Das ist eines der schönen Beispiele für das neue „Wir-Gefühl“. Denn wir haben drei Landkreise aus NRW und acht Landkreise aus Rheinland-Pfalz, die Kammern und dazu

IHK Aachen dankt Günter Rosenke für die Zusammenarbeit



Foto: Philipp Piecha

Michael F. Bayer, Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen (r.), dankt Günter Rosenke für seinen Einsatz für die Region Aachen, Düren, Euskirchen und Heinsberg.

Seit 1994, 26 Jahren und fünf Amtszeiten war er Euskirchens Landrat: Nun ist Günter Rosenke Anfang November in den Ruhestand gegangen. IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer dankte ihm beim Treffen des Kuratoriums der Zukunftsinitiative Eifel (siehe Infobox links) für die angenehme

und konstruktive Zusammenarbeit und die dadurch ermöglichten, erfolgreichen Kooperationen der IHK mit den Akteuren im Kreis Euskirchen. Mit Blick nach vorne freut sich die IHK Aachen nun auf die Zusammenarbeit mit Rosenkes Nachfolger Markus Ramers.

die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens mit eingebunden. Die Idee, zunächst eine Eifel-Tourismus GmbH zu gründen, ist in den 90er-Jahren hier am Schreibtisch entstanden. Gemeinsam mit dem Landratskollegen Roger Gräf vom Eifelkreis Bitburg-Prüm, mit dem ich zusammen in anderen Gremien tätig war, war ich mir einig, dass den Japaner oder den Amerikaner, der die Eifel besuchen will, überhaupt nicht interessiert, ob er in NRW oder Rheinland-Pfalz ist. Insofern liegt es doch auf der Hand, dass man in die Richtung einer gemeinsamen Vermarktung nachdenkt. Zunächst entstand daraus die Eifel-Tourismus

„Die Steine, die uns in den Weg gelegt wurden, haben wir genutzt, um ein solides Fundament daraus zu bauen.“

**Günter Rosenke,
ehemaliger Landrat des Kreises Euskirchen**

GmbH und später die Zukunftsinitiative Eifel. Und dann haben die Landratskollegen der Eifel-Kreise, der Deutschsprachigen Gemeinschaft und eben die Kammern an der Attraktivitätssteigerung gearbeitet und die Eifel bekannter gemacht. Wir haben Unternehmen gesucht, die sich besonders für die Eifel einsetzen und damit auch Werbung machen. Und wir wollen die einzelnen Mosaiksteine weitersetzen, bis das Gesamtbild fertig ist, dass wir die Eifel nicht nur in ganz Deutschland, sondern auch europaweit vermarkten können. Und daran arbeiten viele Hände. ■

„Es gibt keine aussichtslosen Situationen“

Seit 1688 am Markt und heute erfolgreicher denn je:
Wie geht das? Professor Hermann Bühlbecker,
Alleininhaber der Lambertz-Gruppe, im Interview.

VON CHRISTOPH CLABEN

.....
Roger Federer. Die Frage, wer für ihn der beste Tennisspieler aller Zeiten ist, ist noch nicht zu Ende gestellt, da hat Professor Hermann Bühlbecker schon geantwortet. Schneller Return. Für Bühlbecker, Alleininhaber der Lambertz-Gruppe mit Hauptsitz in Aachen, gibt es keinen Besseren als Federer. Er überlegt dann aber doch noch mal laut: Pete Sampras sei auch wahnsinnig gut gewesen. Und Andre Agassi schätzt Bühlbecker sehr, weil er einfach ein Typ sei. Einer, der Leute für seinen Sport gewinnt, die bislang keine Tennis-Fans gewesen seien. „Ich fand Agassi immer toll“, sagt Bühlbecker, der es als Jugendlicher selbst bis in Deutschlands damals höchste Spielklasse geschafft hatte und damit sein

Studium selbst finanzierte. Er spielt bis heute gerne Tennis. Und er bleibt dabei: Federer sei der beste Tennisspieler aller Zeiten. Weil bei ihm noch dieses gewisse Extra zu seinen beinahe unglaublichen Fähigkeiten am Schläger hinzukomme: Leichtigkeit. Eleganz. Souveränität. „Man hat das Gefühl, Federer tanzt Tennis“, sagt Bühlbecker. Natürlich sei das ein Ergebnis jahrzehntelanger harter Arbeit. Von Beginn an leicht war es sicher nicht. Für Bühlbecker übrigens auch nicht. 1976 stieg er in das 1688 gegründete Familienunternehmen ein: die Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG. Die Firma war damals verschuldet, es gab Pläne, sie zu verkaufen. Dann kam Bühlbecker und baute sie neu auf. Ein Gespräch über die Herausforderungen in Traditionsunternehmen, den Wert des Klinkenputzens, den Produktionsstandort Deutschland und den Zustand der Aachener Innenstadt. ▶





Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

Gehören zu Aachen wie der Dom: Printen aus dem Hause Lambertz. Als der heutige Alleininhaber Professor Hermann Bühlbecker 1976 in das Familienunternehmen einstieg, erkannte er, dass die Abhängigkeit von nur einem Produkt ein Problem war – und erweiterte deshalb kontinuierlich Sortiment und Absatzmöglichkeiten.

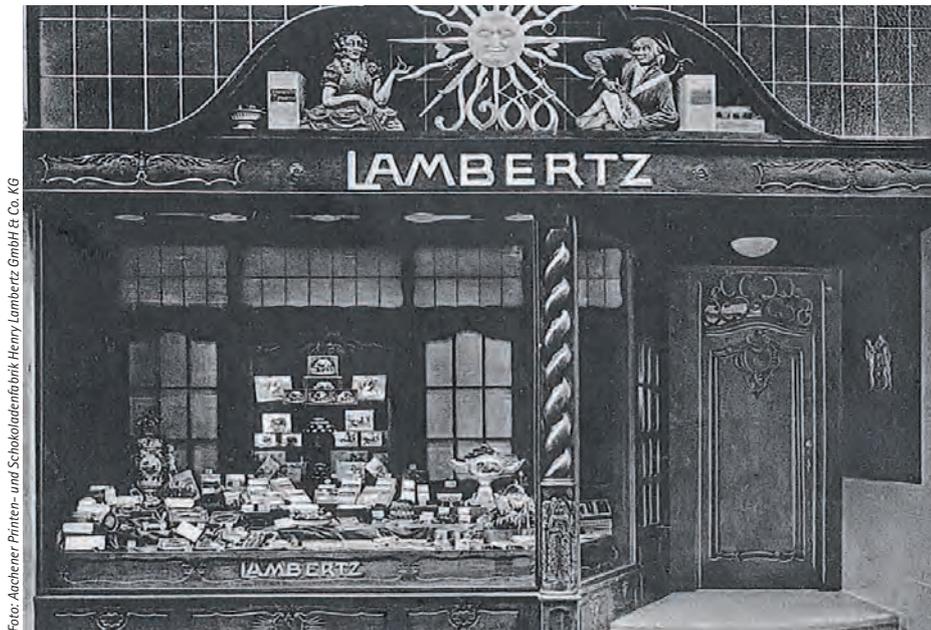


Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

Erste Adresse: Das Lambertz-Stammhaus in Aachen mit der Adresse Marktplatz 7. Die Ugründung des Unternehmens ist auf das Jahr 1688 datiert.

WN: Herr Professor Bühlbecker, bis Weihnachten ist es nicht mehr lange hin. Schenken Sie lieber oder lassen Sie sich lieber beschenken?

Hermann Bühlbecker: Ich werde sehr ungern beschenkt. Ich schenke lieber. Das passt auch besser zu unserem Unternehmen. Viele kaufen ja unsere Produkte, um sie zu verschenken. Das machten übrigens auch frühere Bundesregierungen gerne ... Deswegen haben wir hier im Unternehmen von vielen US-Präsidenten Dankesbriefe. Wobei ich dazu sagen muss: Wir verschenken meist nicht selbst, wir würden auch die Sicherheitsvorkehrungen gar nicht überwinden können. Schicken Sie mal an Joe Biden ein Päckchen und schauen Sie mal, was da ankommt und was nicht. Sowa funktioniert nur über Vertreter des Staates, die einen Zugang zu solch hochrangigen Beschenkten haben. Ganz grundsätzlich: Schenken ist wichtig, weil man damit Menschen eine Freude macht. Und ich sage immer: Mit einem süßen Geschenk kann man manches Bittere im Leben vergessen machen.

WN: Sie sind 1976 ins Familienunternehmen eingestiegen, da waren Sie 26 Jahre alt. 1978 sind Sie dann geschäftsführender Gesellschafter geworden. War das der richtige Zeitpunkt?

Bühlbecker: Den absolut richtigen Zeitpunkt findet man im Leben wahrscheinlich nie. Sagen wir es so: Es war der letztmögliche

Zeitpunkt, um das Unternehmen überhaupt noch am Markt zu halten. Ich hatte gerade den Diplom-Kaufmann in Nürnberg-Erlangen gemacht, habe dann promoviert (in Wirtschaftswissenschaften, *Anm. d. Red.*). Dann sprachen mich meine Tante, mein Onkel und meine Mutter an; sie waren damals OHG-Gesellschafter von Lambertz. Die Botschaft war: „Entweder du kommst jetzt, oder wir verkaufen das Unternehmen.“ Sie wollten mir nichts Böses. Wir waren eben nur damals in einer Situation, wie mittelständische Unternehmen, die lange am Markt sind, sie regelmäßig erleben. Da geht es rauf und runter, da gibt es Kriege und Wirtschaftskrisen. Bei uns war 1976 die Problematik, dass wir nur ein Produkt herstellten: die Aachener Printen. Dann war es auch noch ein saisonales Produkt, außerhalb von Aachen gibt es Printen nur von September bis Dezember. Und drittens belieferten wir ausschließlich die Fachhändler. Wir hatten nur ein Werk und das war auch nicht ausgelastet, der Umsatz lag bei umgerechnet acht Millionen Euro. Wir waren damals in großer Gefahr. Ich kann das heute sagen: Es hatte bereits Verkaufsgespräche gegeben.

WN: Es gibt angenehmere Situationen, um in ein Unternehmen einzusteigen.

Bühlbecker: Ja. Ich habe dann zu meiner Familie gesagt: „Wenn ihr mich an Bord holt, dann gebt mir zumindest ein, zwei Jahre, damit ich es selbst versuchen kann. Verkaufen



Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

Mag wie ein Tablet aussehen, ist aber eine Tafel: Hermann Bühlbecker in jungen Jahren bei der Arbeit.

können wir immer noch.“ Daraufhin haben wir die Verkaufsgespräche eingestellt. Und mein Job war dann erstmal, zu den größeren Lebensmittelhändlern zu fahren. Die sagten mir auch unmissverständlich, dass Lambertz eine verstaubte alte Marke und nur für den Fachhandel interessant sei. Und dass, wenn wir den Lebensmittelhandel beliefern wollten, wir im Grunde genommen alles ändern müssten: Nicht mehr die großen Kisten und Truhen, sondern kleine Packungen, geeignet für den preisbewussten Handel.

WN: Sie mussten erstmal Klinken putzen?

Bühlbecker: Klinken putzen, in der Tat. Die waren ganz verwundert, dass da jemand von Lambertz kam. Für die waren wir schon eine langsam sterbende Marke. Aber es gab im Lebensmittelhandel eine große Offenheit für unsere Produkte. Also haben wir begonnen: neue Aufmachung, neues Design, neue Produkte, neue Warengruppen. So sind wir peu à peu größer geworden. Das Thema Unternehmensverkauf war jedenfalls erstmal vom Tisch.

WN: Als Sie 1976 ins Unternehmen einstiegen, war die Lage von Lambertz eine konträre andere als heute (siehe Infobox). Hatten Sie damals Lust auf diese herausfordernde Aufgabe? Spürten Sie Druck, das Familienunternehmen fortzuführen?

Bühlbecker: Das ist durchaus eine Ambiva-



Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Hemp, Lambertz GmbH & Co. KG

Tradition verpflichtet. Brauchtum auch: Beim Rosenmontagszug konnte sich die Prinzenгарde der Stadt Aachen auf Unterstützung aus dem Hause Lambertz verlassen.

lenz, die man da empfindet. Auf der einen Seite der Wunsch des freien Wählens, was man in seinem Leben machen möchte. Auf der anderen Seite das Angebot, das Familienunternehmen fortzuführen. Natürlich spürt man Verantwortung und Verpflichtung. Zugleich ist es eine Chance. Bei mir war die Situation auch nochmal speziell. Als OHG-Gesellschafter hafteten mein Onkel, meine Tante und meine Mutter mit ihrem Privatvermögen. Und dem Unternehmen ging es nicht gut, es war verschuldet. Mein Vater war Architekt, er hatte unter anderem das Aachener Lambertz-Werk entworfen. Und er hatte immer mal wieder gesagt: „Das Letzte, auf das ich in meinem Leben noch warte, ist, dass ich als Architekt für die Schulden der Firma Lambertz hafte.“ Und so wäre es auch gekommen, hätte das Unternehmen nicht überlebt. Das war ja eine andere Zeit. Heute hat man Gütertrennung, damals hatte man Gütergemeinschaft. Heißt: Wenn ein Ehepartner haftet, betrifft das beide. Für meine Mutter war es eine Erleichterung, als sie mir zum 1. Januar 1978 ihren Anteil übertragen konnte, weil sie damit ihre Schulden los war. Ich wiederum hatte relativ wenig Besitz, mich haben die Schulden der Firma nicht so belastet. Ich war sehr jung, stand vor einer großen Herausforderung, hatte Schulden und den Druck, das Unternehmen total drehen zu müssen, um es an die Anforderungen einer veränderten Zeit anzupassen.

WN: Da kommt dann also ein Mann Ende zwanzig gerade von der Hochschule und sagt den Alt-Gesellschaftern, was alles anders gemacht werden muss. Sie werden da nicht nur offene Türen eingerannt haben?

Bühlbecker: Das war schon ein Kampf innerhalb des Unternehmens. Auf der einen Seite hatten natürlich auch die Alt-Gesellschafter erkannt, dass wir etwas anders machen müssen. Auf der anderen Seite hält man eben auch gerne an den Dingen fest, wie man sie seit jeher gemacht hat; da gibt es einen natürlichen Widerstand gegen Veränderungen. Das war schon ein diplomatischer Seiltanz, sich da einigermaßen durchzulavieren und trotzdem weiter nach vorne zu gehen. Sich zu verändern. Und wir mussten viel verändern. Neu investieren. Weitere Schulden

machen. Sie verschlechtern also Ihre ohnehin schlechte Situation erstmal weiter in der Hoffnung darauf, dass es mal besser wird. Das waren schon schwere Jahre.

WN: Auch lehrreiche Jahre?

Bühlbecker: Absolut. Mir hat es gezeigt, dass man sich auch selbst in den Ring schmeißen muss. Dass es ganz gut ist, wenn man als Inhaber und Gesellschafter selbst direkt zu den Händlern geht. Für mich persönlich war es eine wichtige Erkenntnis, dass man keine Berührungsängste haben darf. Man muss auf die Leute zugehen. Die wiederum fanden es gut, dass da mal ein Inhaber kommt, der mit ihnen über Sortiment und Vermarktung redet. So konnte ich Schritt für Schritt etwas aufbauen. Aus der Eigeninitiative heraus. Erst, als wir in den Märkten drin waren, hatten wir das Geld für einen Außendienst. Das wird heute oft nicht gesehen, wenn man das Unternehmen repräsentiert: Dass man das Unternehmen erstmal aufbauen muss, um es später repräsentieren zu können (*lacht*). Das war schon Knochenarbeit. Und als eigentlicher Premiumhersteller zu den Lebensmittelketten zu fahren, um mit ihnen Konzepte für Discounter und den Lebensmittelhandel zu erarbeiten, war definitiv eine gute Schule, auch psychisch. Diese Demut haben wir uns bis heute erhalten, möchte ich sagen. Das ist das, was ich meiner Mannschaft immer vermittele: Wir sind am Ende abhängig von den Händlern. Wenn die unsere Produkte nicht listen, kommen wir auch nicht an den Verbraucher. Man kann noch so tolle Produkte und ▶

DELHEID SOIRON HAMMER RECHTSANWÄLTE



**JURISTISCHE KOMPETENZ DURCH SPEZIALISIERUNG
22 RECHTSANWÄLTE · 25 FACHANWALTSCHAFTEN**

Unser Kompetenz-Team Bau- und Architektenrecht



Carlo Soiron

Günter Stieldorf

Fachanwalt für Arbeitsrecht
Lehrbeauftragter für Arbeitsrecht an der
KatHO NRW



Markus Cosler

Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht
Lehrbeauftragter für Baurecht an der
FH Hannover



Dr. Martin Weber

Fachanwalt für Verwaltungsrecht
(Öffentliches Baurecht)
Fachanwalt für Vergaberecht



Melanie Bentz

Fachanwältin für Bau- und Architekten-
recht

Markus Meyer

Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht

Christian Deutz

Fachanwalt für Arbeitsrecht

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

LEX-EUREGIO
AACHEN · HASSELT · HEERLEN
LIÈGE · MAASTRICHT

INFO

alte Marken haben: Man muss sie an den Verbraucher bringen. Und das geht nur über den Handel. Und deswegen muss man an dieser Stelle die richtige Sprache finden und die richtigen Wege gehen.

WN: Sie sind Risiken eingegangen, Sie sind in den Wettbewerb gegangen. Sie wollten, dass Ihr Unternehmen eigenständig bleibt, und sind deshalb aus Eigeninitiative neue Wege gegangen. Das sind Dinge, zu denen Unternehmern in Lehrbüchern geraten wird. Was braucht man noch, um Erfolg zu haben?

Bühlbecker: Die Bereitschaft, sein Leben mit seiner Firma zu verknüpfen. Das ist ja etwas, was junge Leute heute vielleicht gar nicht mehr wollen.

WN: Bei Ihnen war diese Bereitschaft von Beginn an da?

Bühlbecker: Als ich in dieses Unternehmen hineinging, die Schulden sah, die Tradition, aber auch die gute alte Marke Lambertz noch und damit eine Chance, wurde mir bewusst: Wenn du damit Erfolg haben willst, musst du dich zu 100 Prozent reinschmeißen. Da es ein kleines mittelständisches Unternehmen war, war klar, dass ich das meiste selbst machen muss. Verbunden mit der Chance, dieses alte Unternehmen am Markt zu halten, war ich dazu bereit. Auch dazu, im Laufe der Zeit immer wieder ins Risiko zu gehen. Und zu kämpfen. Da hat mir vielleicht auch der Sport viel geholfen.

WN: Sie waren erfolgreicher Tennis-Spieler, traten früh an für den TK Kurhaus Aachen und später für Noris-Nürnberg in der Tennis-Oberliga, der damals höchsten deutschen Spielklasse. Haben Sie die Lust am Wettbewerb und den Ehrgeiz aus dem Sportler-Leben mit ins Unternehmerleben genommen?

Bühlbecker: Ja, kann man sagen. Mitgenommen habe ich aber noch mehr. Das Schöne im Sport ist, dass man Erkenntnisse sammeln kann. Gerade beim Tennis. Das ist kein Mannschaftssport wie Fußball, sondern ein Individualsport. Ich stehe alleine, 25 Meter von mir entfernt steht der Gegner. Beim Tennis habe ich gelernt zu gewinnen und zu verlieren. Ich habe aber auch gelernt, wie wichtig Taktik und Strategie sind. Damals war ich immer der Kleinere, weil ich schon mit vier, fünf Jahren angefangen habe. Als ich sechs, sieben Jahre alt war, spielte ich gegen Größe-

637 Millionen Euro Umsatz, acht Niederlassungen, 4.000 Mitarbeiter: die Lambertz-Gruppe



Von oben betrachtet: Werk (unten) und Verwaltung der Lambertz-Gruppe am Hauptsitz des Unternehmens in Aachen.

Im Geschäftsjahr 2019/2020 kam die Lambertz-Gruppe auf einen Netto-Gesamtumsatz von 637 Millionen Euro. Das Unternehmen beschäftigt in acht Niederlassungen über 4.000 Mitarbeiter, hinzu kommen 25 Süßwarenfirmen, von denen viele unter dem Dach der Unternehmensgruppe ihre Eigenständigkeit als Marke erhalten haben. Darunter mit der Haeberlein-Metzger AG auch ein Premium-Anbieter der traditionellen Nürnberger Lebkuchen, die Firma Weiss (Neu-Ulm), die größte Lebkuchen-Marke Deutschlands,

und mit der Dr. Quendt GmbH der größte Anbieter der berühmten Dresdener Stollen. Die Lambertz-Gruppe ist im süßen Saisongeschäft in der Vorweihnachtszeit weltweit Marktführer. Gleichzeitig liegt der Anteil der Printen am Gesamtumsatz bei noch lediglich vier Prozent, weil das Unternehmen im Ganzjahresgeschäft zu einem der drei großen Gebäckanbieter in Deutschland avanciert ist. Lambertz stellt auch für die Eigenmarken der Lebensmittelhandelsketten her und ist mittlerweile Marktführer bei Bio-Gebäck.

re. Mit 14 gehörte ich dann zur ersten Herrenmannschaft, da waren die anderen Spieler zwischen 20 und 30 Jahre alt. Ich habe damals gelernt, dass ich gegen Größere gewinnen kann. Ich habe sogar gelernt, dass ich gegen Bessere gewinnen kann.

WN: Wie macht man das?

Bühlbecker: Du spielst fünf Minuten gegen jemanden und weißt dann schon: Der ist besser als ich. Du sagst dir aber auch: Ich möchte trotzdem ganz gerne gewinnen. Was machst du dann? Ich habe mich als kleiner Junge hinten hingestellt und alle Bälle hoch zurückschaufelt. Weil ich läuferisch stark war, - ich

mache das heute übrigens, wenn es sein muss, noch genau so - habe ich alle Bälle wiedergebracht, bis der Gegner verzweifelt war und die Bälle irgendwann in den Zaun geschlagen hat. Das waren ganz wichtige Erfahrungen. Mich hat es gelehrt: Es gibt keine aussichtslosen Situationen. Man kann am Ende immer noch gewinnen.

WN: Damit ein Unternehmen so lange am Markt bestehen kann wie Lambertz, ist es nötig, immer wieder Dinge auf den Prüfstand zu stellen, Innovationen zu implementieren, neue Wege zu gehen. So wie Sie es gemacht haben, als Sie ins Unternehmen eingestiegen

sind. Wie erhält man sich diese Fähigkeit, auch gerade dann, wenn es sehr gut läuft?

Bühlbecker: Grundsätzlich muss man immer bereit sein, alles zu ändern, um sich einer veränderten Umwelt anpassen zu können. Aber: Man muss auch erkennen, was man verändern muss und was eben nicht. Nehmen wir unsere Saisonartikel: Die haben einen besonderen Status. Da geht es auch um Dinge wie Geschichte, Tradition, Kindheitserinnerungen. Diese Produkte sind acht, neun Monate nicht am Markt, und wenn sie wiederkommen, will der Verbraucher das Ding exakt so haben, wie er es kennt. Die Pfeffernuss, die Printe, den Dominostein. Und wehe, Sie verändern da was! Wenn Sie statt Apfel Aprikosen verarbeiten, sagt der Verbraucher: „Hmm, da ist irgendwas anders. Das schmeckt nicht mehr so wie früher.“ Unsere Saisonartikel sind sicher ein besonderer Fall. Da darf man – wenn überhaupt – nur ganz vorsichtig ändern.

WN: Wie ist es bei den Ganzjahresartikeln?

Bühlbecker: Völlig anders. Da muss man immer wieder etwas ändern, immer wieder Neues machen. Weil es für den Verbraucher sonst langweilig wird, weil der Handel regelmäßig neue Produkte haben möchte. Man muss die Trends möglichst früh erkennen: zuckerreduziert, bio, fairtrade. Am besten sieht man die Trends bereits, bevor aus ihnen ein Trend wird. Bei Bio-Gebäck ist uns das gelungen. Da waren wir einer der ersten, die überhaupt damit auf dem Markt waren. Auch das ist ein Grund dafür, warum wir in diesem Bereich mittlerweile Marktführer sind.

WN: Es gibt demnach kein Patentrezept für das erfolgreiche Verändern von Unternehmen?

Bühlbecker: Man muss schauen, was der Kern der Marke ist, was nicht verändert werden darf, und gleichzeitig erkennen, was verändert werden muss, um mit der Marke zeitgemäß am Markt aktiv zu sein. Beides ist wichtig. Die große Frage ist: Wo ist was notwendig? Das voneinander zu unterscheiden, ist die Kunst. Viele alte Marken sind zerstört worden, weil man sie überfordert hat. Und viele Unternehmen sind vom Markt zerstört worden, weil die Tradition dessen, was sie herstellen, irgendwann nicht mehr gefragt war. Nein, ein Patentrezept gibt es nicht. Das macht es ja so spannend.

WN: Und spannend wird es bleiben, der Markt ist hart umkämpft. Was ist von Lambertz in Zukunft zu erwarten?

Bühlbecker: Wir müssen immer weiter an uns feilen. Was heute gut und richtig ist, kann in zwei Jahren schlecht und falsch sein. Die spezielle Herausforderung in unserer Branche ist, dass jedes Jahr quasi alles auf Null gesetzt wird. Der Handel bestimmt seine Sortimente jedes Jahr neu. Für uns heißt das: Wir starten im Januar mit 30, 40 Prozent unseres Umsatzes. Das sind die Jahresartikel. Die restlichen 60, 70 Prozent müssen wir uns wieder neu verdienen. Im Moment können wir zwar sagen: Wir haben 100-prozentige Distribution. Sie können in keinen Laden in Deutschland gehen, der Lebensmittel verkauft, ohne ein Produkt von uns zu finden – auch wenn nicht auf allen Lambertz drauf steht. Wir haben sicher in der Vergangenheit vieles richtig gemacht. Aber trotzdem bewegen wir uns immer wieder auf dünnem Eis. Jedes Jahr geht das Rennen wieder los und man muss sich neu bewähren.

WN: Können Sie sich vorstellen, dass Ihr Unternehmen auf anderen Feldern investiert? Sagen wir, in berechenbareren Branchen?

Bühlbecker: Wir bleiben im Gebäck, Backwaren-, Schokolade-, Pralinen- und Zuckerwarenbereich. Das ist unser Schwerpunkt. Und alles, was wir erwirtschaften, stecken wir auch wieder ins Unternehmen. Das mache ich schon aus persönlichen Gründen, weil ich ungern finanziell abhängig bin. Das hatte ich viele Jahre so erlebt – und heute genieße ich es, nicht mehr finanziell abhängig sein zu müssen. Wir sind – vor allem wegen des Saisongeschäfts – im Süßwarenbereich der Hersteller mit der wahrscheinlich höchsten Vorfinanzierungsbelastung. Wir sind aber trotzdem unabhängig von Banken. Wir können unsere Saison selbst vorfinanzieren. Das haben wir uns erarbeitet und das möchten wir beibehalten. Ein typisches unternehmerisches Prinzip. Wir haben keine Jachten gekauft, das sowieso nicht, aber wir haben auch nicht in andere Felder investiert. Für die Zukunft gilt: Alles, was mit Süßwaren zusammenhängt, kann ich mir vorstellen. Dass wir in ganz andere Bereiche einsteigen, die damit nichts zu tun haben, kann ich mir nicht vorstellen.

WN: Soweit zur Zukunft der Lambertz-Gruppe. Wie sehen die Zukunftspläne von ▶

Wir schützen Werte



Wer braucht noch eine Alarmanlage, wenn es Live-Einbruchschutz gibt?

Sicherheit & Prävention statt großer Investition! 180° Sicherheit löst Ihre Anforderungen an Objekt-, IT- oder Datensicherheit ganz schnell und ohne große Anfangsinvestition.

Denn unsere Dienstleistung zahlen Sie so, wie sie anfällt – monatlich, als Dienstleistungspauschale, ganz ohne hohe Aufwände in Technik, die Sie im Zweifelsfall ohnehin schon haben. Also zögern Sie nicht und lassen Sie sich jetzt ein Angebot für Ihren präventiven Schutz erstellen.

180° IT

Wir bieten Ihnen pragmatische Lösungen mit umfassender Sicherheit für die Homeoffice-Arbeitsplätze Ihrer Mitarbeiter.

180° Datenschutz

Als externer Datenschutzbeauftragter nehmen wir Ihren Datenschutz in die Hand.

www.180-gruppe.de



Melden Sie sich noch heute bei uns, damit wir Ihren Alltag sicherer machen können!

Hansaallee 321 · 40549 Düsseldorf
0211-17607260 · sicherheit@180-grad.de

INFO

Hermann Bühlbecker aus?

Bühlbecker: Zeit, die ich nicht mehr für Lambertz investiere, würde ich nicht in eine andere Firma investieren. Frei werdende Zeit würde ich in Freizeit investieren. Die habe ich im klassischen Sinne im Moment gar nicht. Es gibt keine unternehmensfreie Zeit.

WN: Gibt es bei Ihnen den Wunsch, dass das Unternehmen innerhalb der Familie weitergeführt wird?

Bühlbecker: Wenn Sie so angefangen haben, dass Sie das Unternehmen retten und am Markt halten wollten, haben Sie natürlich nicht im Kopf: Jetzt machst du irgendwann Kasse, verkaufst es und genießt dein Leben. Die Zielsetzung ist, das Unternehmen weiterhin in der Familie zu halten. Das ist im Grunde auch sichergestellt. Die Familie wird in jedem Fall die Eigentümerschaft und die Aufsichtsrats- und Beiratstätigkeit fortführen. Was wohl nicht mehr so sein wird – das muss man offen sagen – und es muss auch nicht mehr so sein, ist, dass der Inhaber als Gesicht des Unternehmens und als Markenbotschafter auftritt. Zu diesem Spezialkonstrukt kam es damals, weil wir kein Geld für Werbung hatten. Ich glaube aber auch, dass es nicht mehr nötig ist. Heute sind wir breiter positioniert. Wenn wir einen Geschäftsführer Marketing hätten, könnte der auch sagen: „So, jetzt lass uns mal für Lambertz-Biogebäck oder Dominosteine eine Fernsehwerbung schalten. Dafür brauchen wir den Bühlbecker nicht.“ Da wäre ich nicht beleidigt, sondern froh. Denn ich finde es wichtig, dass es einem gelingt, das Unternehmen breit aufzustellen. Da wir überall gelistet sind, ist dieser Punkt erreicht, finde ich. Ich würde das durchaus als Stärke definieren: dass das Unternehmen heute so etabliert ist, dass es auch ohne den Markenbotschafter funktioniert.

WN: Ohne zuverlässige Lieferketten wird es dagegen auch in Zukunft nicht funktionieren, das führt uns die Corona-Pandemie aktuell vor Augen. Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Bühlbecker: Die Rohstoffkette ist elementar wichtig und sie hat auch in Corona-Zeiten gehalten. Und dass, obwohl wir Kakao von der Elfenbeinküste, Mandeln aus Kalifornien, Nüsse aus der Türkei und generell Rohstoffe und Verpackungen aus beinahe der gesamten Welt holen. Die Lieferketten haben trotz Coro-

Wer für Hermann Bühlbecker ein Vorbild ist

Wird Hermann Bühlbecker gefragt, wer für ihn ein Vorbild ist, sagt er zunächst mal, dass er sich immer bemüht habe, keine Vorbilder zu haben: „Denn die meisten Vorbilder sind sehr gut in nur einem Bereich.“ Er habe sich aber immer bemüht, mehr als nur Wirtschaft zu machen, sich breiter aufzustellen. So sei sein Bestreben zu erklären, ein internationales Netzwerk mit Vertretern aus Politik, Sport, Kultur, Film und Mode aufzubauen. Das sei der Gedanke hinter den vielen Veranstaltungen, die das Unternehmen Lambertz initiiert habe. „Mir geht es immer darum, verschiedene Bereiche miteinander zu verbinden“, sagt Bühlbecker. Was das angehe, habe er dann aber doch jemanden kennenlernen dürfen, den er in diesem Bereich als Vorbild sieht: den ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton. „Er hat für mich Vorbildfunktion. Wenn Sie sich mit ihm unterhalten und Sie treffen ihn ein Jahr später wieder, erinnert er sich genau, wo und worüber Sie beim letzten Mal miteinander gesprochen haben. Und Sie können davon ausgehen, dass Bill Clinton sehr viele Gespräche mit sehr vielen Menschen führt.“ Bühlbecker schätzt die Clinton Global Initiative, für die er zwölf Jahre in New York gearbeitet hat,



Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

„Er bringt Menschen zusammen, die sonst nicht zusammenkommen würden, wodurch Dinge entstehen, die normalerweise gar nicht entstehen können. Das finde ich toll.“ Für Hermann Bühlbecker hat der ehemalige US-Präsident Bill Clinton (links) Vorbildfunktion.

besonders, weil sich im Rahmen ihrer Treffen Teilnehmer regelmäßig dazu verpflichten, mit Milliardensummen humanitäre Hilfsprojekte zu unterstützen. Bühlbecker sagt: „Clinton bringt Menschen zusammen, die sonst nicht zusammenkommen würden, wodurch Dinge entstehen, die normalerweise gar nicht entstehen können. Das finde ich toll.“

na weitgehend funktioniert, weil man auch in anderen Ländern die Produktion aufrecht erhalten hat. Und generell sehe ich unsere Lieferketten auch nicht gefährdet, weil es relativ wenige Rohstoffe gibt, die nur aus einem Land kommen. Natürlich muss man jonglieren, natürlich stellt man sich manchmal auch bewusst ein bisschen breiter auf, als man eigentlich müsste, um nicht in eine Abhängigkeit zu geraten. Ich denke, dahingehend werden überall die Lieferketten gerade verstärkt untersucht. Wo bist du abhängig und wo nicht? Im Großen und Ganzen haben die Lieferketten aber gehalten.

WN: An manchen Stellen wird unter dem Eindruck der Pandemie jetzt allerdings laut über die Rückverlagerung von ausländischen Produktionen nach Deutschland nachgedacht. Da Ihr Unternehmen haupt-

sächlich hierzulande herstellt, dürften Sie ein Fürsprecher für den Produktionsstandort Deutschland sein?

Bühlbecker: Ja, grundsätzlich ist das sicher so. Zumal wir in Dresden „Dresdener Stollen“, in Nürnberg „Nürnberger Lebkuchen“ und in Aachen „Aachener Printen“ herstellen.

WN: Gibt es trotzdem Stellschrauben, an denen man drehen müsste, um den Standort attraktiver zu machen?

Bühlbecker: Zur Zeit ist die deutsche Standort-Politik der massiven Corona-Problematik und den damit verbundenen Lockdown-Maßnahmen ausgesetzt. Jetzt müssen wir mal schauen, wie das weitergeht, wenn wir eines Tages die Rechnung dafür bezahlen müssen. Aus Angst vor Corona leben wir als Staat im Moment total über unseren Verhältnissen. Wir werden beobachten müssen, wie in Zukunft

das Geld wieder eingetrieben wird, das gerade großzügig ausgegeben wird. Kurz: Deutschland war bislang immer ein guter Produktionsstandort. Wie es in Zukunft aussehen wird? Da mache ich mal drei Fragezeichen hinter.

WN: Es gibt aber auch Branchen, die gerade dringend auf Unterstützung angewiesen sind.

Bühlbecker: Mir ist völlig bewusst, wie schwierig die Situation für andere Branchen ist, gerade für Veranstalter, Messebauer und Gastronomen. Da geht es um Existenzen. Aber die werden allein durch staatliche Hilfen nicht zu retten sein. Durch den Lockdown werden die Innenstädte, die in den vergangenen Jahren an vielen Orten ohnehin bereits sehr gelitten haben, in Zukunft weiteren Schaden nehmen. Ich mag mir das gar nicht vorstellen.

WN: Die Lambertz-Gruppe hat bislang keinerlei Corona-Hilfsmaßnahmen aus öffentlichen Mitteln in Anspruch genommen?

Bühlbecker: Ich selbst war noch nie in meinem Leben so oft im Büro wie während der Corona-Zeit: nämlich jeden Tag. Wir haben jeden Tag produziert. Dafür haben wir natürlich viel tun müssen: Arbeitsplätze mit Plexiglas-Wänden ausgestattet, Pausen entzerrt, regelmäßiges Fiebermessen und vieles mehr. Das sind Dinge, die uns niemand bezahlt. Wir wollen auch gar kein Geld vom Staat, wir würden das gar nicht annehmen. Wir wollen nur produzieren! Das haben wir getan und werden wir auch weiter tun. Wir finden es toll, dass unsere Mitarbeiter in der Haupt-Coronazeit jeden Tag zur Arbeit gekommen sind. So ist es jetzt auch, unser Krankenstand bewegt sich auf einem völlig normalen Niveau.

WN: Sie haben eben die Entwicklung der Innenstädte angesprochen. Dann sollten wir über Ihre Heimatstadt Aachen sprechen. Ihre Meinung?



Foto: Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG

Dem Standort verbunden: das Stammwerk von Lambertz in der Borchersstraße in Aachen.

Bühlbecker: Das ist natürlich ein Riesenthema, hinter dem die vermeintlich simple Frage steht: Was kann man machen, damit es wieder mehr Menschen in die Innenstadt zieht? Das, was im Moment Corona-bedingt passiert, hat natürlich den gegenteiligen Effekt. Und man muss doch ehrlich sagen: Aachen hatte an der Stelle auch vor Corona schon ein Handicap. Es gab andere Zeiten: Vor 20 Jahren kamen die Niederländer zum Shoppen nach Aachen, weil wir hier so tolle Einkaufsstraßen hatten – und damit meine ich nicht nur die Adalbertstraße. Hier ist schon vieles in die falsche Richtung gelaufen. Jetzt sehe ich die Gefahr, dass Corona Aachen noch den Rest geben könnte.

WN: Und wenn wir mal auf eine Zeit nach Corona schauen, die es ja hoffentlich geben wird: Was muss sich in Aachen ändern?

Bühlbecker: Sagen wir es so: Wir hatten in der Vergangenheit oft das Problem, dass sich vieles in der Innenstadt nicht bewegt hat. Dass vieles lange gebraucht hat, bis es wieder

neu errichtet war. Darüber hinaus ist sicher Aachens Verkehrsanbindung ein Punkt, bei dem es Handlungsbedarf gibt. Das gehört dazu, wenn man darüber nachdenkt, wie man wieder mehr Menschen von außen in unsere Stadt lenkt. Man muss sich mal vergegenwärtigen: Aachen war historisch gesehen Mittelpunkt eines riesigen Reiches. Zu dieser Bedeutung wird die Stadt sicher nicht mehr zurückfinden, aber sie ist auch heute noch ein Musterbeispiel für ein funktionierendes Europa. Das nur einmal jährlich zum Karlspreis zu aktivieren, finde ich ein bisschen wenig. Da steckt mehr Potenzial drin. Da sehe ich auch Anknüpfungspunkte zur RWTH, die als Hochschule Weltruf hat. Förderlich wäre es natürlich auch, wenn die Innenstadt insgesamt ein bisschen schöner gestaltet würde. Aber zugegeben: Man kann von außen immer leicht Kritik üben. Und gerade in der aktuellen Situation ist es wirklich schwierig.

WN: Herr Professor Bühlbecker, vielen Dank für das Gespräch. ■

GEWERBEBAU

**individuell
schlüsselfertig
zum Festpreis**



Sie erhalten kostenlos:

Beratung Entwurfsidee Kostenschätzung

**0 24 31 - 96 96 0
www.storms.de**





Voll auf die Rübe

Wie „Pfeifer & Langen“ sich seit 150 Jahren mit Zucker am Markt behauptet – und warum es für die Branche jetzt bitter werden könnte

VON MISCHA WYBORIS

Irgendwie süß: Da gründet sich 1870 ein Betrieb und ist 150 Jahre später immer noch mit demselben Unternehmensgegenstand erfolgreich im Geschäft. Michael Schaupp ist zwar noch nicht ganz so lange dabei, doch verwundert ihn weder Treue noch Tradition. Der 49-Jährige zuckt mit den Schultern: „Zucker ist ja auch nicht gleich Zucker“, betont er als einer von zwei Geschäftsführern der Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG mit Hauptsitz in Köln und Stand-

orten unter anderem in Jülich und Euskirchen. „Wir waren immer schon erfinderisch und sind nicht weniger innovativ als ein Hightech-Start-up“, sagt der diplomierte Kaufmann und Verfahrenstechniker, der bei dem Zuckerhersteller die Bereiche Produktion, Supply-Chain-Management, Einkauf, Vertrieb und Personal verantwortet. In der heutigen Zeit übrigens wahrlich kein Zuckerschlecken, da die Zukunft des Traditionsunternehmens durch Quotenwegfall und Kohleausstieg, Dürre-Sommer und Nutri-Score „von vielen fremdbestimmten Faktoren beeinflusst“ ist, wie Schaupp es nennt. Eine Zeitreise mit einem längerem Aufenthalt in der Gegenwart. ▶

Als Emil Pfeifer, Eugen Langen und Valentin Pfeifer am 19. April 1870 in Köln das Unternehmen „Pfeifer & Langen“ gründen, mögen sie Weitsicht bewiesen, aber wohl kaum geahnt haben, dass ihr Wirken eineinhalb Jahrhunderte später ganz Europa versüßt.

Raffiniert und gut gewürfelt

Schon 1872 sind die Würfel gefallen: Eugen Langen entwickelt das Verfahren der Zuckerraffination in der Zentrifuge und der anschließenden Weiterverarbeitung zu Würfelzucker. Ein Jahr später gibt es dafür ein preußisches Patent. Nach der Produktionsstätte in Elsdorf wird 1879 in Euskirchen ein zweites Werk erbaut, um die großen Rübenmengen ortsnah verarbeiten zu können. Seinerzeit gelten die Werke als international mustergültig. 1899 wird in Elsdorf sogar eine elektrische Beleuchtung eingeschaltet. Pioniergeist und Einfallsreichtum kommen nicht von ungefähr: Multi-Unternehmer und Ingenieur Eugen Langen fährt in diesen Jahren mehrgleisig, ist als Motorenfabrikant maßgeblich an der Entwicklung des Ottomotors beteiligt und ebnet als ideenreicher Waggonfabrikbesitzer der Wuppertaler Schwebebahn den Weg, während er auch den Bau der heutigen Berg-Seilschwebebahn in Dresden verantwortet.

Zucker-Werk:

Neues aus der Fabrik

Auch nach Langens Tod kurz vor der Jahrtausendwende nimmt die Erfindungskraft kein Ende. 1928 kommt die nächste Innovation bei Pfeifer & Langen: Für die neue Kandisproduktion führt das Unternehmen die erste Kristallzucker-Packmaschine für Ein-Kilogramm-Pakete ein. Sie bringt es auf eine Leistung von 5.000 Paketen in acht Stunden. 1965 schreibt der Traditionsbetrieb mit der Erfindung des Gelierzuckers ein Kapitel Lebens-

mittelgeschichte: Das neue Produkt ermöglicht die schnelle und unkomplizierte Herstellung von Marmeladen und Gelees. Schon ein Jahr später startet Pfeifer & Langen die Produktion eines Futtermittels aus Zuckerrübenschnitzeln. Das Herstellungsverfahren und die Produktzusammensetzung werden patentiert. Und heute? 2019 bringt das Unternehmen den ersten Gelierzucker für Küchenmaschinen mit Kochfunktion auf den Markt. Im „Innovation Center“ in Elsdorf in direkter Nähe zum Tagebau Hambach forscht Pfeifer & Langen an neuen Zuckerformen. „Seit kurzem sind wir als erstes Unternehmen in der Lage, Cellobiose aus Rübenzucker im Tonnenmaßstab herzustellen“, sagt Schaupp. Während Cellobiose als kalorienreduzierter Zucker der Lactose sehr ähnlich ist und sie demnächst sogar ersetzen könnte, geht Pfeifer & Langen noch einen Schritt weiter: Allulose als Zuckergänzlich ohne Kalorien lässt sich über ein spezielles Verfahren gewinnen, durch das die Molekülstruktur der Rüben verändert wird. Die für Lebensmittel in Deutschland und Europa nötigen Tests und Studien sind weitgehend abgeschlossen. Noch im Verlauf des Jahres 2021 soll es die Zulassung der europäischen Behörden geben. Und noch etwas können Kenner der Rübe: Aus den Schnitzeln lassen sich bald möglicherweise Teller, Besteck, Dämmstoffe und anderes herstellen. Also mit ziemlicher Zuversicht in die Zuckerrüben-Zukunft – oder? Während Pfeifer & Langen an allen Standorten kräftig investiert, wachsen an mehreren Fronten heftige Hürden...

Bittere Pille 1: Das EU-Zuckermarkt-Fiasco

„Unser Industriezweig lernt gerade noch, wie man mit einem freien Markt umgeht“, sagt Schaupp mit Blick auf den Wegfall

der EU-weiten Zuckermarktordnung. Als am 1. Oktober 2017 die bisherige Quotenregelung Geschichte ist, gehen die Preise durch intensiven internationalen Wettbewerb und ein entsprechendes Überangebot immer mehr in den Keller. Bundesweit muss Pfeifer & Langen sich gegen drei Mitbewerber behaupten, aber das Problem liegt an anderer Stelle in der Republik – mitunter vor den eigenen Betriebsportalen. „Immer mehr Landwirte wenden sich vom Anbau der Zuckerrübe ab“, stellt Schaupp bedauernd fest, „und das wird für die Rohstoffsicherung irgendwann kritisch.“ 2020 haben bereits 15 Prozent der Partner-Landwirtschaftsbetriebe den Rübenanbau aufgegeben. Im Rheinland sind es sogar 20 Prozent der angestammten Anbauer. Die Wurzel des Übels: Wettbewerbsverzerrung. „Die heimischen Landwirte sind diskriminiert, weil Deutschland seit 2019 das Verbot von Neonicotinoiden im Pflanzenschutz konsequent umsetzt, während 13 andere EU-Länder Notfallzulassungen für den Einsatz dieser Saatgutbeizen im Zuckerrübenanbau genehmigt haben“, erklärt Schaupp. Ungleiche Voraussetzungen gebe es für die deutschen Landwirte auch im Wettbewerb mit EU-Kollegen, die Subventionen erhalten: Rund 30 Prozent der Anbaufläche und damit elf Länder in der Europäischen Union profitierten von „gekoppelten Zahlungen“. Bedeutet für deutsche Zuckerrüben: süß – aber teuer. „Was wir brauchen, sind faire Wettbewerbsbedingungen in Europa und einheitliche Regeln“, resümiert Schaupp und bringt es auf einen einfachen Nenner: „Ohne heimische Rüben gibt es keinen heimischen Zucker.“

Bittere Pille 2: Das Energiegewende-Wirrwarr

Als Pfeifer & Langen ein gruppenübergreifendes Energie-Team mit Lösungen für eine klimaneutrale Versorgung installiert, liegt der Kohleausstieg noch unter Tage – obgleich die Energiegewende längst Realität ist. Die Motivation kommt daher aus einer anderen Richtung: „Während der Rübenkampagne von September bis Januar muss unser Betrieb ‚24/7‘ laufen“, betont Schaupp: „Jeder Stillstand verursacht pro Tag einen finanziellen Schaden in sechsstelliger Höhe.“ Nach einiger

Sitzt gut: Michael Schaupp ist seit 2016 Geschäftsführer bei Pfeifer & Langen, wo er unter anderem die Produktion und den Vertrieb verantwortet.

Foto: © Pfeifer & Langen



Foto: © Pfeifer & Langen

Abgepackt: Der Traditions-Zucker von Pfeifer & Langen wird aus unserer Region und Werken in Polen und der Ukraine in 25 europäische Länder verteilt.

Zeit steht der „Pfeifer & Langen“-Plan zum Ausstieg aus der Nutzung von Braunkohle unter anderem in Jülich und Euskirchen durch einen Wechsel auf einen nachhaltigen Brennstoff zur Wärmeengewinnung bis spätestens 2030. Doch dann beginnt die Debatte um den Kohleausstieg, und als plötzlich die Übereinkunft von Bundesregierung und RWE steht, die Brikettfertigung in Frechen Ende 2022 zu schließen, schmilzt der Energie- und Investitionsplan von Pfeifer & Langen für den Umstieg 2030 dahin wie der Zuckerhut für eine Feuerzangenbowle. „Wir unterstützen

den Kohleausstieg in vollem Umfang“, sagt Schaupp, „aber wir haben unser gesamtes Investitionspaket kurzerhand auf den Kopf stellen müssen, weil es in der Politik eine Ad-hoc-Entscheidung gegeben hat, von der wir rechts überholt worden sind. Wenn man aus der Kohleförderung aussteigt, dann doch aus dem Grund, sich auf eine klimaneutrale Energieversorgung zu stützen – und nicht, um von einem fossilen Brennstoff auf einen anderen umzusteigen.“ Doch genau das muss sein Unternehmen jetzt tun, damit der Turbo-Abschied von der Kohle bis zur Rübenkampagne

2021/2022 gelingt und die Werke in Jülich und Euskirchen weiterproduzieren können. Als notgedrungene Brückentechnologie folgt auf die Kohle sehr bald Erdgas. Für Geschäftsführer Schaupp ein vollkommen unnötiger Zwischenschritt: „Die dafür notwendigen Investitionen liegen deutlich über dem, was wir in unserer Langfristplanung zum dauerhaften Umstieg budgetiert hatten.“ Gemeinsam mit der IHK Aachen und anderen Unternehmen geht er auf die Politik zu – mit mäßigem Erfolg. Sollte eine Entschädigung des Bundes frei nach dem Motto „Kohle für ▶

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 • www.valeres.de

den Kohleausstieg“ im Rahmen des, – Achtung! – „Kohleverstromungsbeendigungsgesetzes“ zustande kommen, „ist das zwar besser als nichts“, sagt Schaupp, „kompensiert aber bei Weitem nicht unsere Investitionen zur vorgezogenen Umrüstung, die nicht mal von großer Dauer ist.“

Bittere Pille 3: Der Nutri-Score-Beigeschmack

Einen faden Beigeschmack hinterlässt bei Schaupp auch der neue „Nutri-Score“ des Bundesernährungsministeriums, dessen freiwilligem Gebrauch auf Lebensmittelpackungen der Bundesrat im vergangenen Oktober zugestimmt hat. Der 49-Jährige erkennt in dem Label nach französischem Vorbild den „Ausdruck einer völlig unsachlich geführten Debatte um Übergewicht und Ernährungspolitik: Der Nutri-Score wird die Probleme von Übergewicht und Bewegungsmangel unserer Gesellschaft nicht lösen.“ Stattdessen komme es vielmehr auf eine ausgewogene Kalorienbilanz, Bewegung und einen maßvollen Umgang mit Zucker an. Dafür wirbt Pfeifer & Langen neuerdings zusammen mit dem Landessportbund Nordrhein-Westfalen.

Auch eine Form der Rüben-Kampagne: Das Unternehmen klärt in Politik, an Schulen und Hochschulen sowie in der Öffentlichkeit über Zucker, Ernährung, und Bewegung auf. „Wenn wir mit unserem Produkt verantwortungslos umgehen würden, dann wären wir

sicherlich der Allerletzte, mit dem ein Sportverbund gemeinsame Sache machen würde“, sagt Schaupp. Der Nutri-Score gehe einseitig an das Thema heran: „Er unterscheidet einfach nur nach ‚guten‘ und ‚schlechten‘ Lebensmitteln.“ Schaupps Bewertung: „unzureichend“.

Bittere Pille 4: Klimawandel und Dürre-Sommer

Die diesjährige Rübenkampagne – das gesamte mehrmonatige Prozedere von der Ernte bis zum fertigen Zucker – ist mit Verspätung gestartet. Nach den beiden Dürre-Jahren 2018 und 2019 bringt auch der Sommer 2020 einige „Bauernopfer“. Ist die Witterung nicht optimal, leiden Dinkel, Roggen und Weizen. „Die Zuckerrübe hingegen geht in den Schlafmodus und kann sich regenerieren“, weiß Schaupp, der vor seinem Engagement bei Pfeifer & Langen zuletzt als Geschäftsführer eines der marktführenden Unternehmen in Deutschland für hochveredelte Getreideprodukte und Backzutaten für die Nahrungsmittelindustrie aktiv war. Doch alles kann auch die Zuckerrübe nicht verkraften. Kommt auch der Sommer 2021 mit trockenem Humor daher, könnte es Ertragsverluste geben. Für die laufende Kampagne erwartet Pfeifer & Langen trockenheitsbedingt eine insgesamt etwas unter dem Durchschnitt liegende Zuckerrübenenernte – mit passablen Prognosen für Jülich und verhaltenen Vorhersagen für Euskirchen.

Süße Träume?

Zucker-Zukunft mit Heimat-Rübe

Pfeifer & Langen versorgt den gesamten europäischen Kontinent mit Zuckerprodukten. Die 15 Standorte – sechs in Deutschland, vier in Polen und fünf in der Ukraine – liegen, wie Schaupp es formuliert, „entlang des Rüben-gürtels“. Um eben den nicht künftig enger schnallen zu müssen, investiert das Unternehmen trotz sämtlicher Widrigkeiten durch die Agrar-, Energie- und Ernährungspolitik massiv in den Standort Deutschland – und dort wiederum verstärkt in das 2006 erworbene Werk Jülich. In den vergangenen vier Jahren fließt ein dreistelliger Millionenbetrag in sämtliche Fabriken von Pfeifer & Langen – „für Effizienz und Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit“, wie es heißt. Das Jülicher Werk ist eines der größten in der gesamten Unternehmensgruppe. Alleine dort sind 33 Millionen Euro für die Bündelung der Veredelung an einem Standort veranschlagt. Weitere zehn bis 15 Millionen Euro dienen dem Ausbau der Silo-Kapazitäten. Der Standort mit 220 Mitarbeitern – etwa 50 von ihnen saisonale Kampagnen-Kräfte – avanciert zur vollautomatisierten Zentrale für kristallinen Zucker, während das Werk in Euskirchen mit 200 Mitarbeitern – 25 davon saisonale Kampagnen-Kräfte – den Schwerpunkt auf Flüssigzucker vor allem für die Getränke-Industrie legt. „Über Remote-Prozesse können wir jederzeit auch von außen in die Steuerung der Fabriken eingreifen“, erzählt Schaupp. Zudem stütze sich das immer

Vom Acker gemacht: Mit hoher Miete und Lademaus



Fotos: © Pfeifer & Langen

Die Aussaat beginnt im März/April. Schon nach zwei Wochen sind die ersten Rübenpflänzchen zu sehen.



Die Ernte erfolgt im September/Oktober, wenn die Rüben fast ein Kilogramm schwer sind.



Die „Miete“ beschreibt die typische Form und leitet sich vom lateinischen „

INFO

noch in Familienhand befindliche Traditionsunternehmen mittlerweile auf GPS-gesteuerte Rübenlogistik, um die Fahrzeuge während der Ernte auf ihrem Weg in die Fabrik exakt timen zu können. Ziel des technologischen Fortschritts: die Anlieferung und Verarbeitung der Rüben noch effizienter, emissionsärmer und leiser zu gestalten. „Wir halten die Wege vom Feld zur Fabrik und von dort aus zur weiterverarbeitenden Lebensmittelindustrie oder zur nächsten Supermarktfiliale möglichst kurz“, erklärt Schaupp. Das partnerschaftliche Verhältnis mit den Rübenanbauern sei von einem fairen Miteinander und oft von langjährigen persönlichen Beziehungen geprägt. Auch die Einstellung zum Rohstoff ist offenbar auf Nachhaltigkeit ausgelegt: „Wir verwerten die Zuckerrüben komplett und nutzen das zu 75 Prozent in ihnen enthaltene Wasser für unseren gesamten Produktionsprozess. Keine externen Wasserressourcen anzapfen zu müssen, sucht seinesgleichen in der Lebensmittelindustrie“, sagt Schaupp. Dabei kommen Technologien zum Einsatz, die das Unternehmen teilweise selbst entwickelt habe.

Herauskristallisierte Zuversicht

Mit insgesamt gut 2.440 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 800 Millionen Euro zählt Pfeifer & Langen heute zu den führenden Zuckerproduzenten in Europa. Knapp zwei Millionen Tonnen Zucker und Agrarprodukte waren es 2019. Und 2020? Schaupp weiß, wie fragil solche Zahlen in diesen

Pfeifer & Langen: Zucker und Zahlen

Die insgesamt 15 Produktionsstätten von Pfeifer & Langen befinden sich entlang des „Rübenürtels“ an sechs Standorten in Deutschland und weiteren neun Stätten – vier in Polen und fünf in der Ukraine – in Europa, wo das Unternehmen zahlreiche Zuckerspezialitäten erzeugt. Das 2006 übernommene Werk in Jülich ist mit etwa 220 Mitarbeitern eines der größten in der gesamten Unternehmensgruppe und wurde kürzlich für 33 Millionen Euro zur zentralen Produktionsstätte für die Veredelung umgestaltet. Das Werk in Euskirchen mit etwa 200 Mitarbeitern dient hingegen als Standort zur Produktion von Flüssigzucker etwa für die Getränke-Industrie. An den deutschen Standorten sind etwa 1.200 Mitarbeiter und in sämtlichen europäischen

Niederlassungen gut 2.440 Mitarbeiter tätig. 2019 erzielte Pfeifer & Langen mit knapp zwei Millionen Tonnen Zucker und Agrarprodukten einen Gesamtumsatz von rund 800 Millionen Euro. Knapp 350.000 Tonnen und damit etwa 20 Prozent des produzierten Zuckers gelangen über den Lebensmitteleinzelhandel an Endverbraucher – als unterschiedliche Zucker, Gelier- und Kandis-Varianten, als „Glühweinzucker“, als Zimtzucker, als „Coffee Sugar“ oder als Kölner Zuckerrhut. Der überwiegende Anteil von fast 80 Prozent der Produktion ist indes für die meist langjährigen Kunden aus der Getränke-, Molkerei-, Backwaren- und Süßwaren-Industrie bestimmt – in Form von mehreren Hundert Spezialzuckerwaren.

„neuen Zeiten“ sind. Und er kennt das „neue Tempo“ politischer Entscheidungen. „Die Politik agiert in vielen Bereichen leider nicht mehr rational, sondern oft opportunistisch.“ Wer langfristig investiere, dem komme derzeit schnell die Planungssicherheit abhanden. Auch wenn Schaupp ein großes Unternehmen leitet: „Wir alleine werden spätestens in Brüssel nicht mehr gehört. Dafür brauchen wir Rückhalt aus Berlin.“ Schaupp ist Optimist.

Nach 150 Jahren Unternehmensgeschichte mit zwei Weltkriegen und einer Währungsreform hat sich eine gewisse Zuversicht bei widrigen Umständen herauskristallisiert. „Wenn wir immer alles wüssten, was in den nächsten Jahren passiert“, sagt Schaupp und lacht: „Das wäre mir auch ein bisschen zu langweilig.“ Pfeifer & Langen scheint für schwierige Zeiten gewappnet zu sein. Schließlich ist das Unternehmen nicht aus Zucker. ■



Die Zwischenlagerform für Rüben – „Meta“ ab, was „Kegel“ bedeutet.



Die Lademaus ist ein spezielles Gerät, das die anhaftende Erde größtenteils auf dem Acker und die Blätter der Rübe als Dünger auf dem Feld belässt.



Das Rübenfeld ist für Pfeifer & Langen Ausgangspunkt für den jeweiligen Produktionsstandort – im Sinne möglichst kurze Wege.



Bleiben immer in Bewegung, damit das Traditionsunternehmen weiter erfolgreich am Markt ist: die Geschäftsführung der Peter Greven GmbH & Co. KG (v. l.) Dr. Hermann Josef Stolz, Peter Greven und Werner Heiliger.

Wenn die Chemie stimmt...

... dann kann aus einem kleinen Seifenhersteller aus der Eifel eine internationale Firmengruppe werden: die Peter Greven GmbH & Co. KG

VON DANIEL BOSS

Mit Seife hat alles angefangen. „Mein Großvater, der ebenfalls Peter hieß, hat 1923 eine Seifen- und Glycerinfabrik in Bad Münstereifel gegründet. Dem Standort in der Eifel sind wir bis heute treu geblieben, aber das Produktportfolio hat sich stark gewandelt“, erzählt Peter Greven, geschäftsführender Gesellschafter der gleichnamigen GmbH & Co. KG. Er selbst, Jahr-

gang 1966, ist in Bad Münstereifel aufgewachsen. Das Unternehmen zählt zu den führenden Herstellern von oleochemischen Produkten, basierend auf nachwachsenden Rohstoffen. Metall- und Alkalisifen, Ester und Dispersionen kommen unter anderem in Kunststoff-, Schmierstoff- und Gummiindustrie zum Einsatz sowie im Pharma-, Lebensmittel- und Futtermittelbereich. Der Umsatz lag im vergangenen Jahr bei rund 80 Millionen Euro, etwa 240 Mitarbeiter sind bei Unternehmen tätig. ▶



Fotos: Peter Greven GmbH & Co.

Allein auf weiter Flur: Aufnahme der Peter Greven GmbH & Co. KG aus den 50er-Jahren.

Ein weiteres Geschäftsfeld der Gruppe ist der berufliche Hautschutz. Dieses wird durch das Tochterunternehmen Peter Greven Physioderm abgedeckt. „Die Hautschutz-Sparte ist aus unseren Anfängen als Seifenfabrik entstanden und war daher lange Zeit ebenfalls am Standort Bad Münster-Eifel zuhause“, sagt Peter Greven. „Um den wachsenden Anforderungen Rechnung zu tragen, haben wir es 2006 an einen eigenen Standort in Euskirchen ausgelagert.“ Mittlerweile agiere Physioderm durch Außendienstmitarbeiter auch verstärkt im Ausland.

Das Geschäft mit den Additiven ist heute bereits sehr international ausgerichtet: Um die Jahrtausendwende erfolgte mit der Peter Greven Nederland zunächst die Gründung eines zweiten europäischen Standorts. Immer stärker wuchs zudem die Bedeutung der Überseemärkte. „Strategisch war es daher für uns unumgänglich, dass wir auch dort eine entsprechende Präsenz zeigen müssen“, sagt der Familienunternehmer in dritter Generation. Im Jahr 2007 wurde die Peter Greven Asia in

Malaysia gegründet. Seit drei Jahren ist man mit der Norac Additives auch in den USA präsent.

In Malaysia, den USA und in der Eifel

Der Wandel von einer Seifenfabrik hin zu einem Hersteller von oleochemischen Additiven begann nach dem Zweiten Weltkrieg. Die wichtigsten Meilensteine waren die Einführung des Produktionsbereichs für Metallseifen im Jahr 1956 und des Produktionsbereichs Ester im Jahr 1968. „Diese Produkte bilden bis heute

den Schwerpunkt unseres Produktportfolios im Bereich Oleochemie“, erklärt Peter Greven. Das größte derzeit laufende Projekt ist der Bau einer neuen Veresterungsanlage am Stammsitz. „Mit der Fertigstellung der Anlage im Frühjahr 2021 werden wir die Produktionskapazität für unsere Ester um rund 50 Prozent steigern“, sagt Geschäftsführer Dr. Hermann Josef Stolz. Auch in der Zukunft werde natürlich weiter in die Entwicklung der Standorte investiert. Insbesondere für Malaysia und die USA habe man schon Pläne, was die Schaffung neuer Produktionskapazitäten angehe.

„Ich denke, wir haben für uns über die Jahre hinweg eine gute Mischung aus Traditionsbewusstsein und Offenheit für neue Möglichkeiten gefunden.“

*Peter Greven,
geschäftsführender Gesellschafter der Peter Greven
GmbH & Co. KG*

„Zuerst werden wir aber das laufende Großprojekt in der Eifel abschließen.“

Aufgrund der geografischen Lage des Unternehmenssitzes drängt sich die Frage nach der Personalgewinnung auf. „Sie ist bedingt durch den ländlichen Standort und die Arbeitsmarktsituation eine Herausforderung für unser Personalmanagement“, gibt Geschäftsführer Werner Heiliger zu. „Wichtig ist es, die Personalsuche flexibel zu gestalten und in Abhängigkeit von der zu besetzenden Stelle zielgruppengerechte Kanäle zu nutzen.“ Eine Online-Strategie bildet die Basis des Personalmarketings. „Wir setzen auf eine Kombination aus einer eigenen Karriere-Webseite, dem Ausbau unserer Social-Media-Präsenz und der Auswahl von passenden Online-Stellenportalen. Gleichzeitig nutzen wir bei Bedarf auch klassische Möglichkeiten wie Printanzeigen, Messen oder Personalberater.“

Das wichtigste Instrument zur Rekrutierung für die beiden Firmen in Bad Münster-Eifel und Euskirchen ist allerdings die eigene Ausbildung. „Eine langfristige Personalplanung in Kombination mit einer darauf angepassten Personal- und Entwicklungsstrategie ermöglicht es uns, heute nach Auszubildenden zu suchen, die wir im Laufe der Jahre zu Fach-



Platz da – zum Glück: Dass das Unternehmen in der Vergangenheit gewachsen ist, führt eine Luftaufnahme aus dem Jahr 2014 vor Augen.

kräften aufbauen können“, sagt Heiliger. „Ich denke, wir haben für uns über die Jahre hinweg eine gute Mischung aus Traditionsbewusstsein und Offenheit für neue Möglichkeiten gefunden“, sagt Greven zum Erfolg des Unternehmens, das nun seit beinahe 100 Jahren existiert. „Wir haben uns kontinuierlich weiterentwickelt und dabei die vorherrschenden Markt- und Kundenanforderungen nie aus den Augen verloren. Diese stetige Entwicklung des Unternehmens hat es uns letztendlich durch modernste Technologien, Weiterentwicklung des Produktportfolios und qualifizierte Mitarbeiter ermöglicht, die Marktchancen zu nutzen, die sich uns geboten haben.“ Ein „Patentrezept“ für den Erfolg lässt sich daraus seiner Meinung nach aber nicht ableiten.

Wie die Nachfolge gelingt

Eindeutig Vorbildcharakter hat dagegen die familieninterne Unternehmensnachfolge: „Durch die sehr enge Verbindung zwischen unserer Familie und dem Unternehmen konnten die Generationenübergänge in der Vergangenheit immer fließend vonstattengehen“, sagt der Enkel des Gründers. Er selbst habe, wie zuvor sein Vater und Onkel in der vorherigen Generation, das Unternehmen von klein auf kennengelernt. „Dieses tiefgreifende Wissen ist für die spätere Tätigkeit in der Unternehmensführung natürlich ein enormer Vorteil.“ Als er schließlich in die Geschäftsführung eintrat, war sein Vater noch einige Jahre lang dabei. „So konnte ich neue Aspekte einbringen und gleichzeitig von seiner langjährigen Erfahrung profitieren.“

Obwohl das kleine, mittelständische Unternehmen von einst zu einer internationalen Firmengruppe herangewachsen ist, „sind wir unseren Werten als Familienunternehmen treu geblieben“, sagt Greven. „Das spiegelt sich nicht nur an unserem Stammsitz wider, sondern auch in allen anderen Firmen der Unternehmensgruppe. Darauf sind wir stolz und möchten uns das natürlich auch für die Zukunft bewahren.“ Ob auch eine nächste Generation der Familie Greven in das Unternehmen eintreten wird, ist derzeit allerdings offen. „Falls dies nicht der Fall sein sollte, wird es für die Zukunft auf jeden Fall eine neue Herausforderung für die Gesellschafter sein, weiterhin Einfluss darauf zu nehmen, dass das Unternehmen im Sinne der Familienwerte geführt wird“, betont Greven. ■

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

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

GRONAU
WIR PLANEN. WIR BAUEN.

In der Stein-Zeit groß geworden

Fundament aus Pflaster und Klinker: Wie die Heinsberger Bauunternehmen Frauenrath und Florack seit rund anderthalb Jahrhunderten erfolgreich sind

Foto: A. Frauenrath Bauunternehmen GmbH



Steinalt: Das Foto, aufgenommen in den 20er-Jahren, zeigt einen Pflastertrupp. Auch dabei: der Chef. Der Mann mit Schnauzbart und Anzug ist Arnold Frauenrath, Vertreter der zweiten Generation der heutigen Unternehmensgruppe Frauenrath mit Stammsitz in Heinsberg.

VON DANIEL BOSS

Das grobkörnige Schwarz-Weiß-Foto zeigt einen Trupp Arbeiter. Sie haben die Hemdsärmel hochgekrempelt und tragen Schiebermützen auf dem Kopf. In den Händen halten sie schweres Werkzeug. Ganz offensichtlich sind sie gerade dabei, eine Straße zu pflastern. Für den

Fotografen hat die Kolonne eine kurze Pause eingelegt. Im Hintergrund steht ein älterer Herr mit dreiteiligem Anzug, Hut und gepflegtem Schnäuzer. Ganz klar: Das ist der Chef. Die Aufnahme stammt aus den 20er-Jahren. Und der Mann in der Mitte hinten ist Arnold Frauenrath, die zweite Generation der heutigen Unternehmensgruppe Frauenrath mit Stammsitz in Heinsberg. ▶



Die Wurzeln der A. Frauenrath Bauunternehmens GmbH sowie zahlreicher weiterer Gesellschaften innerhalb der Gruppe lassen sich bis ins Jahr 1868 zurückverfolgen: Nur einen Steinwurf von Heinsberg entfernt arbeitet Gereon Frauenrath damals als selbstständiger Pflasterer in Hilfarth. Anfang des 20. Jahrhunderts profitiert der Betrieb, inzwischen von Sohn Arnold geleitet, vom Siegeszug der Kunstfaser: Frauenrath realisiert umfangreiche Pflasterarbeiten für die Firma Glanzstoff und wächst rasch. Schon 1914 zählt man 30 Mitarbeiter. Der Erste Weltkrieg macht die Geschäfte jedoch zunichte. In den 1920er Jahren kommt das Unternehmen wieder auf Wachstumskurs. Der boomende Automobilmarkt verlangt immer mehr Straßen. Aus dem Pflasterbetrieb wird ein Straßenbauunternehmen, das traditionelles Pflasterhandwerk und den damals innovativen Schwarzdeckenbau verbindet. Aus dieser Ära stammt das eingangs erwähnte Foto.

Eine verblüffend ähnliche Unternehmensgeschichte hat ein weiteres bekanntes Bauunternehmen aus dem Kreis Heinsberg: Florack. 1866 legt Josef Hubert Florack in Heinsberg den Grundstein. Er ist Maurermeister und brennt seine Klinkersteine zu dieser Zeit noch selbst. Sein Sohn Franz steigt später in den Betrieb ein und leitet das Unternehmen bis zu seinem Tod 1953. „Dann trat mein Vater Franz-Josef Florack in seine Fußstapfen und

erweiterte die Firma in den Nachkriegsjahren“, erzählt Ludwig Florack, Geschäftsführer der Florack Bauunternehmung GmbH. In den 60er Jahren wird das Hochbauunternehmen von Franz-Josef Florack um eine Tiefbauabteilung, das Fertigteilwerk und um eine Niederlassung in Aachen erweitert. Mitte der 70er Jahre ziehen das Firmenbüro und der Bauhof von der Heinsberger Innenstadt ins Industriegebiet. 1980 steigen Ludwig Florack und sein Bruder Rainer in den Familienbetrieb ein. „Sieben Jahre später übergab unser Vater uns beiden die Geschäftsführung.“

Das Bauherrenmodell und der Weg nach Borna: Florack in Bewegung

In der gemeinsamen Hochzeit von Franz-Josef Florack und seinen Söhnen wird die Niederlassung in Bonn gegründet. Zu dieser Zeit profitiert man im Großraum Köln/Bonn vom so genannten Bauherrenmodell, das den Bau von Wohnungen ankurbelte. Ebenfalls ist Franz-Josef Florack der Initiator, als er seinem Sohn Ludwig die Gründung der Niederlassung in Ostdeutschland ans Herz legt. Kurz nach der „Wende“ wird sie in Borna bei Leipzig aufgebaut – „pünktlich“ zum 125-jährigen Firmenjubiläum. Die neue Niederlassung führt unter anderem Spezialarbeiten für die Infrastruktur der Tagebaue am Südrand von Leipzig aus und baut deutschlandweit Systemrestaurants. Seit 2003 agieren die drei unabhängigen Unternehmen (Florack Bau-

unternehmung, Florack Energie, Florack Immobilien) eigenständig in ihren Märkten. Rainer Florack ist Geschäftsführer der Florack Energie und Florack Immobilien, der Bruder kümmert sich um die Bau-Sparte. Sie ist auch mit einer Niederlassung in Krefeld präsent. 2004 stirbt Franz-Josef Florack im Alter von 83 Jahren. Den Neubau der Kreissparkasse in Heinsberg, für den sein Unternehmen verantwortlich zeichnet, sowie das 25-jährige Firmenjubiläum seiner Söhne, erlebt er leider nicht mehr.

Gewerbe- und Industriehallen sind unter anderem die Kernleistungen des Unternehmens. Dazu gehören Produktionsstätten, Speditions- und Lagerhallen und Warenhäuser. Die Bauweise kann sowohl konventionell, mit Ortbeton als auch aus Betonfertigteilen aus dem eigenen Heinsberger Werk erstellt werden. Schlüsselfertig entstehen neue Bürokomplexe für Verwaltungen, Wohnraum in Ein- oder Mehrfamilienhäusern, Schulen und Kindertagesstätten. Die Tiefbau-Abteilung errichtet Straßen, Wege und Plätze und kümmert sich um Ver- und Entsorgungsleitungen. Rund 240 Mitarbeiter, aufgeteilt in die beiden heutigen Niederlassungen Borna bei Leipzig und Krefeld, den Hauptstandort Heinsberg und die Logistikfirma „LF Logistik“, unterstützen derzeit die Florack Bauunternehmung. 2019 hatte das Unternehmen einen Umsatz von 70 Millionen Euro.

Auch Frauenrath ist heute ein moderner Komplettanbieter rund ums Bauen – mit mehr als 150 Jahren Tradition. Ob Projektentwicklung, schlüsselfertiger Hochbau oder Facility-Management, ob Verkehrswege, Erd- oder Kanalbau, ob Landschaftsbau, Recycling oder Abbruch, ob Immobilien oder Energie: Frauenrath bietet eine Vielzahl verschiedener Gewerke unter dem Dach einer Gruppe, zu der mehrere Beteiligungen und rund 30 Betreiber- und Projektgesellschaften gehören. Frauenrath ist zudem an zahlreichen Arbeitsgemeinschaften beteiligt und hat bisher über 20 Projekte in öffentlich-privater Partnerschaft umgesetzt. Der Gesamtumsatz lag zuletzt bei rund 200 Millionen Euro. 440 Mitarbeiter bündeln in sieben operativen Unternehmen in Heinsberg und dem sächsischen Großröhrsdorf ein breites Spektrum an Bau- und Dienstleistungen für den gesamten Lebenszyklus. „Unsere Komplettanbieterstrategie ermöglicht es uns, ▶



Fotos: Florack Bauunternehmung GmbH

Bereit, Verantwortung im Familienbetrieb zu übernehmen: Franz-Josef Florack (3. v. l.) führte die heutige Florack Bauunternehmung GmbH in der dritten Generation und damit in den Nachkriegsjahren – das Foto zeigt ihn bei einer Examensübergabe. Gut erreichbar war der Betrieb übrigens seit jeher (kleines Bild).

PROFESSIONELLE HAUSVERWALTUNG

IMMOBILIEN
SIND UNSER
ZUHAUSE

Ein guter Navigator, auch in stürmischer See

Eigentümer vermieteter Immobilien stellt das Jahr 2020 bislang vor große Herausforderungen. Begonnen hat alles mit einem neuen Mietspiegel in Aachen. Es folgten die Corona-Pandemie mit dem Thema Lockdown, Mietstundungen und Mietausfälle rückten in den Fokus. Und nun auch noch die temporäre Mehrwertsteuersenkung, mit den Auswirkungen auf gewerbliche Mietverhältnisse. Und wer weiß, was noch alles auf die Vermieter zukommt. Es war in der Tat bislang kein leichtes Jahr.

Glücklich schätzen konnten sich allerdings die Eigentümer, die eine gute Hausverwaltung an ihrer Seite wussten. Gerade in solch außergewöhnlichen Situationen macht es sich bezahlt, wenn externe Profis vieles abfedern, sei es als Mittler zwischen den Parteien oder als erfahrener Administrator, der schnell auf geänderte Rahmenbedingungen reagieren kann.

Eine Einschätzung hierzu von Alexander Boßeler, Leiter der Abteilung Immobilienverwaltung der Sparkassen Immobilien GmbH (S-Immo).

Wie war Ihr Jahr bis jetzt?

Der Lockdown hat uns allen zugesetzt und für Vermieter wurde es kompliziert. Bei

manchen gewerblichen Mietern brach von heute auf morgen der Umsatz ein. Einige waren froh über eine kurzfristige Stundung der Miete. Aber ich muss sagen, es gab bei dem von uns verwalteten Bestand in der Regel kaum Ausfälle, bei privaten Mietern nur sehr vereinzelt. Bei der Verwaltung von Wohnungseigentum liegen die besonderen Herausforderungen im Bereich der Organisation von Kassenprüfungen, Beratungssitzungen und Eigentümerversammlungen im Hinblick auf die Einhaltung der covidbedingten Hygiene- und Abstandsregelungen. Erfreulicherweise können wir die meisten Versammlungen unter Berücksichtigung der Hygienebestimmungen in gewohnter Weise in unserem Hause durchführen.

Bei der Mehrwertsteuer wurde es für unsere Kunden dann doch kompliziert. Und das nicht nur auf der Einnahmenseite, die ausschließlich Gewerbe- und Büroflächen betraf, sondern auch auf der Ausgabenseite. Hier betrifft die Mehrwertsteuersenkung alle Kosten im Zusammenhang mit einem Objekt und wurde damit auch zu einem wichtigen Thema für die privaten Vermieter. Das alles war eine nicht zu unterschätzende Schreib- und Rechenarbeit. Und zum Ende des Jahres kommt das Ganze erneut auf die Vermieter zu und ist bereits jetzt vorzubereiten.



Und dann läuft alles wieder in normalen Bahnen...

...wie man es nimmt. Der geänderte Mietspiegel ermöglicht Anpassungen bei der Neuvermietung, auch aufgrund der Mieterschutzverordnung in NRW, und im kommenden Jahr steht Zensus 2021 an, bei dem die Bundesregierung unter anderem umfangreiche Daten zu Gebäude- und Wohnungsbestand sowie der Wohnsituation der Haushalte ermittelt. Sofern dieser aufgrund der aktuellen Coronakrise nicht verschoben werden sollte, kommt nochmals viel Arbeit auf die Vermieter oder eben die Verwalter zu.

Das hört sich an, als sei der Verwalter aktuell hauptsächlich „Feuerwehmann“...

Keineswegs. Hauptaufgabe ist und bleibt die Optimierung der Immobilie und der Mieteinnahmen, damit eine Investition in diesem Segment nachhaltig rentabel ist und der Bestand langfristig wertstabil bleibt. Wir setzen dazu unser auf dem neuesten Stand befindliches Fachwissen ein und navigieren den Immobilienbesitz um alle mietrechtlichen, behördlichen und technischen Klippen, damit es ein sorgloser Vermögensbaustein ist und bleibt.

Immobilien-
Vermittlung

Grundstücks-
Entwicklung

Immobilien-
Bewertung

Haus-und-
Grundstücks-
Verwaltung

**Sparkassen Immobilien
GmbH**

**Monnetstraße 24
52146 Würselen**

Tel.: 02405 - 49800-0

**info@s-immo-aachen.de
www.s-immo-aachen.de**

s immo.
REGION AACHEN

sowohl kleinere, anspruchsvolle Bauvorhaben als auch ausgesprochene Großprojekte zu verwirklichen“, sagt Gereon Frauenrath, der stolz darauf ist, den selben Vornamen wie sein Ur-Ur-Großvater und sein Großvater zu tragen. Gemeinsam mit seinem zwei Jahre jüngeren Bruder Jörg Frauenrath führt der 55-Jährige die Gruppe in fünfter Generation. Frauenrath ist im Rheinland allgegenwärtig. „So haben wir beispielsweise das eindrucksvolle ‚Tor zum RWTH Campus Melaten‘ in Aachen realisiert, bei dem wir momentan über den zweiten Bauabschnitt verhandeln“, sagt Jörg Frauenrath. Pendler zwischen Niederrhein und der Landeshauptstadt Düsseldorf fahren täglich an einem zentralen Infrastrukturprojekt vorbei, für das die Heinsberger verantwortlich zeichnen: die Anschlussstelle B7 (A52) in Heerdt. „Außerdem befinden wir uns im Endspurt bei einem der Prestigevorhaben der Kölner Bildungspolitik: der Neubau der Willy-Brandt-Gesamtschule im rechtsrheinischen Köln-Höhenhaus“, sagt Jörg Frauenrath.

Ein aktuelles Großprojekt bei Florack ist zum Beispiel der Bau zweier Bürogebäude in Essen. Hier entstehen jeweils knapp 8.000 Quadratmeter Büromietfläche. Das erste Gebäude soll Ende 2021 fertig sein. „Ein weiteres Projekt ist der Bau eines sogenannten

Boardinghauses in Düsseldorf“, berichtet der Geschäftsführer. Der Begriff bezeichnet eine Wohnsituation zwischen Hotel und langfristiger Mietwohnung. „Das Bauvorhaben ist sehr anspruchsvoll und schwierig, da die Arbeiten in der Düsseldorfer Innenstadt unter geringen Platzverhältnissen stattfinden mussten. Hier befinden wir uns mittlerweile in den letzten Zügen bis zur Übergabe.“ Im vergangenen Jahr hat Florack in einer Arbeitsgemeinschaft mit einer Grevenbroicher Bauunternehmung für den Neusser Paniermehlhersteller BRATA eine neue Produktionsstätte gebaut. Bei dem Projekt in Nettetal lag die kaufmännische Leitung in Heinsberg. „Unsere Tiefbauabteilung kümmerte sich um die Erdarbeiten und unser Fertigteilewerk produzierte die Teile für die insgesamt fünf Gebäude und Nebengebäude“, erklärt Florack.

Zwischen Klimaschutz und Schicksalsschlägen

Grüne Themen bestimmen immer mehr die Baubranche. „Wir haben uns schon vor Jahren durch den Bau der beiden Klimaschutzsiedlungen WohnenPlus in Heinsberg und Erkelenz klar positioniert“, sagt Gereon Frauenrath. „Diesen Weg werden wir auch in Zukunft weiterverfolgen, wie jüngst das Beispiel der Ressourcenschutzsiedlung Bedburg-Kaster

unterstreicht: Das neue Wohnquartier ist eine Faktor-X-Siedlung und damit in puncto Nachhaltigkeit ein großer Wurf.“ Faktor-X steht für ein besonders klima- und ressourcenschonendes Bauen, bei dem der komplette Lebenszyklus der Häuser im Fokus steht. „Vom ersten Spatenstich an werden jede Menge Rohstoffe, CO₂ und Energie eingespart, die ein Gebäude im Laufe seines langen Lebens benötigt.“

Zweifellos: Es ist eine Erfolgsstory, die Frauenrath von 1868 bis 2020 erzählen kann. Aber sie kommt nicht ohne zum Teil extrem harte Schicksalsschläge aus. So hatte Arnold Frauenrath drei Söhne, zwei arbeiten mit ihm im Unternehmen. „Am Ende des Zweiten Weltkrieges lebte keiner seiner Söhne mehr“, erzählt Gereon Frauenrath. „Es ist seine Schwiegertochter Carola Frauenrath, unsere Großmutter, die das Unternehmen wieder auf die Beine bringt.“ Ihr Mann Gereon fällt 1944 an der Ostfront. 1963 legt sie die Geschäfte in die Hände ihres Sohnes Arndt, Vater der heutigen geschäftsführenden Gesellschafter. Der weit über die Region hinaus bekannte Unternehmer, langjähriger Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Baugewerbes, stirbt 2015 nach schwerer Krankheit im Alter von 74 Jahren. Seit Anfang September gehört Gereon Frauenraths Sohn, der den Namen sei-



Foto: Lothar Wels

Mit Strahlkraft: Auf dem RWTH Campus Melaten in Aachen realisiert Frauenrath ein spektakuläres Hochschulgebäude.

nes Großvaters trägt, zum Team der Unternehmensgruppe. Der 24-jährige Arndt Frauenrath, der vor wenigen Monaten seinen Master in Bauingenieurwesen an der FH Aachen bestanden hat, steht damit für die Generation Nummer sechs. „Als Vater und Onkel, als ganze Familie sind wir natürlich mächtig stolz“, sagen die Geschäftsführer. Gleichwohl wisse man, dass dies keine Selbstverständlichkeit sei – zumal Arndt immer auch die Wahl hatte, etwas anderes zu machen. „Wir selbst hatten das Glück, dass unser Vater uns stets freie Hand gelassen hat, gerade auch in Hinblick auf unseren späteren Beruf. Das war für uns eine wichtige und äußerst wertvolle Erfahrung. Diese Freiheit wollten wir auch unseren Kindern geben“, sagt Jörg Frauenrath. Die Brüder sind überzeugt: Wird ein Generationsübergang vollzogen, muss die eine Generation loslassen und Vertrauen schenken, die Nachfolgeneration wiederum sollte bereit sein, das entgegengebrachte Vertrauen anzunehmen und Verantwortung zu übernehmen. „Diese Bereitschaft ist enorm wichtig, beide Seiten müssen sich ganz bewusst für einen solchen Übergang entscheiden“, sagt Gereon Frauenrath. „Es kommt ja nicht von ungefähr, dass es immer wieder Familienunternehmen gibt, die an dieser Aufgabe scheitern. Man kann einen Generationswechsel nicht erzwingen, er wird einem aber auch nicht in den Schoß gelegt: Motivation und Überzeugung müssen einfach stimmen. Und eine solide Ausbildung ist natürlich Grundvoraussetzung.“

2020 bedeutet auch für die Florack Bauunternehmung einen weiteren Schritt in Richtung Zukunft. Seit Anfang August ist Kristin Florack Teil des Unternehmens. Sie und Ludwig Floracks Schwiegersohn Tobias Pulkus kümmern sich von nun an um die strategische Unternehmensentwicklung. Pulkus konnte in den vergangenen vier Jahren Erfahrungen im Unternehmen sammeln, zuvor hatte er an der FH Aachen das Studium zum Bauingenieur abgeschlossen. Kristin Florack ist nach ihrem Studium im Facility Management, ebenfalls an der FH Aachen, wieder im Unternehmen. Ihre Hauptaufgabe sehen die beiden vorerst darin, das Unternehmen und die einzelnen Bereiche genau kennenzulernen. Die fünfte Generation wird neben Kristin Florack und Tobias Pulkus durch Andra Pulkus-Florack komplettiert. Die älteste Tochter des



Foto: Florack Bauunternehmung GmbH

Bauen unter besonderen Bedingungen: Bei der Realisierung eines Boardinghauses in Düsseldorf's Innenstadt sind für Florack besonders die beengten Platzverhältnisse eine Herausforderung.

Geschäftsführers ist im Familienbetrieb für das öffentliche Auftreten des Unternehmens zuständig. Ludwig Florack sieht die Vorteile einer familieninternen Nachfolge darin, dass die nächste Generation mit neuen Ideen das Unternehmen voranbringt, verbunden mit der Kontinuität des Familienbetriebs, die über all die Jahre bestehen geblieben ist. „Die Herausforderung ist, das Unternehmen weiterhin auf die Zukunft vorzubereiten.“

Blick in die Zukunft: Wo die neuen Baustellen liegen

Stichwort Zukunft: Was sonst noch ansteht? Bei Florack ist vorgesehen, unter anderem die Projektentwicklung weiter auszubauen, um das gesamte Thema „Bauen“ abzudecken. „Ein sehr wichtiges und ganz klares Thema in der heutigen Zeit ist zudem die Digitalisierung. Die bereits losgetretenen Schritte müssen und wollen von uns bis ins kleinste Detail ausgebaut werden“, sagt der Geschäftsführer. Fortgesetzt werden soll die Zusammenarbeit mit dem Verein Aachen Building Experts. „Hier treffen führende Unternehmer und Aachener Hochschulen zusammen, um ihre Expertise in das Netzwerk einzubringen und zahlreiche Dienstleistungen füreinander anzubieten“, sagt Ludwig Florack. ▶

HALLEN

INDUSTRIE | GEWERBE | STAHL

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE

WOLF SYSTEM GMBH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932 37-0
 gbi@wolfsystem.de
 WWW.WOLFSYSTEM.DE



Foto: Tim Schumanns

Treffen der Generationen (v. l.): Arndt, Margust, Gereon und Jörg Frauenrath. Das Porträt zeigt den im Jahr 2015 verstorbenen Arndt Frauenrath, der das Unternehmen in vierter Generation führte und auch als Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Baugewerbes in Erscheinung trat.



Foto: Florack Bauunternehmung GmbH

Der Tradition verpflichtet und die Zukunft im Blick: Ludwig Florack (2. v. r.) führt die Florack Bauunternehmung GmbH in vierter Generation. Mit (v. l.) Kristin Florack, Andra Pulkus-Florack und Tobias Pulkus ist auch die fünfte Generation im Betrieb aktiv. Auf dem Schwarz-Weiß-Foto im Hintergrund ist Franz Josef Florack (dritte Generation) zu sehen.

Durch die Kontakte des Vereins haben namenhafte Unternehmen und Hochschulen den neuen Studiengang „Smart Building Engineering“ ins Leben gerufen. „Bauunternehmer, Fachplaner, Zulieferer und andere benötigen qualifizierten Nachwuchs im Bereich der Gebäudetechnik. Genau diese Nachwuchskräfte werden im neuen Studiengang ausgebildet.“ Das Unternehmen selbst bildet unter anderem in den Berufen Beton- und Stahlbetonbau, Kanal- und Straßenbau aus. Auch angehende Industriekaufleute sowie Bauzeichner und Fachinformatiker lernen bei Florack.

Der Themenbereich Aus- und Weiterbildung spielt in der Branche eine gewaltige Rolle – das wird auch von Frauenrath bestätigt. Es gilt, die Kompetenzen immer auf dem neuesten Stand zu halten. „Wir verlangen viel, wir haben aber auch viel zu bieten“, betont Jörg Frauenrath. „Neben einer guten Bezahlung gibt es bei uns ein faires, familiäres Miteinander und individuell angepasste Lösungen und ganze Pakete an zusätzlichen Leistungen, die es beispielsweise möglich machen, Beruf und Familie oder andere individuelle Lebenskonzepte unter einen Hut zu bringen. Doch auch hier wollen wir noch besser werden, denn wenn wir die richtigen Antworten geben, wie Arbeits- und Privatleben in Einklang gebracht werden können, wenn wir für eine ausgewogene Work-Life-Balance sorgen, dann macht dies die Jobs in unseren Unternehmen noch attraktiver.“ Wenn man so möchte, ist das die nächste Baustelle. ■



Eine kulinarische Reise durch das Dreiländereck

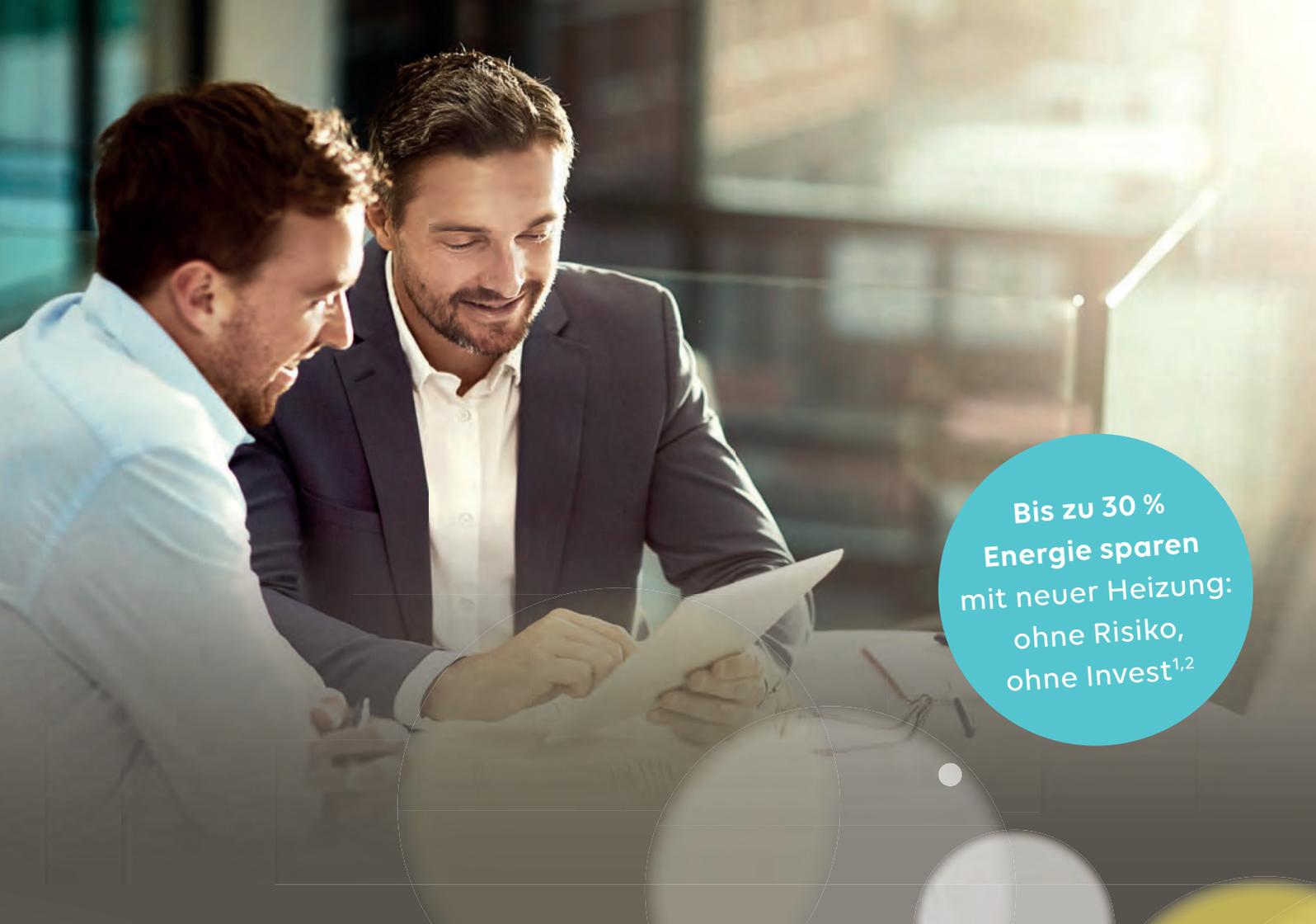
Erhältlich in Servicestellen des Medienhaus Aachen und im Buchhandel

Oder ganz einfach online bestellen unter: www.dreilaenderschmeck.de/kochbuch

22,€

Ein Produkt aus dem





Bis zu 30 %
Energie sparen
mit neuer Heizung:
ohne Risiko,
ohne Invest^{1,2}

Effizienter heizen ohne Investition¹

EWE business Wärme für Geschäftskunden

EWE business Wärme ist die effiziente Wärmelösung für Ihr Unternehmen. Sie schonen dabei Ihr Investitionsbudget und gleichzeitig die Umwelt. Und so einfach ist es: Wir installieren für Sie eine moderne Heizanlage und sorgen für den reibungslosen Betrieb. Wartung, Reparatur und Schornsteinfeger sind bereits inklusive. Sie kaufen nur noch die Wärme und müssen sich um nichts weiter kümmern.

Jetzt beraten lassen:

Tel. 0441 803-1520

**E-Mail: business-waerme@ewe.de
ewe.de/business-waerme**

EWE business. Mit uns läuft's.

1) Keine eigene Investition. Für das Leistungspaket business Wärme wird ein Grundpreis (GP1) für Anlagenbereitstellung und -Betrieb berechnet. Hinzu kommt ein Grundpreis (GP2) für die anfallenden verbrauchsunabhängigen Netznutzungsentgelte und der Arbeitspreis (AP) für die Energieeinsatzmenge/ Erdgasmenge. Der Vertrag hat eine Laufzeit von zehn Jahren und verlängert sich um jeweils fünf Jahre, wenn er vorher nicht mit einer Frist von neun Monaten in Textform gekündigt wird. 2) Das tatsächliche Einsparpotential richtet sich nach den individuellen Gegebenheiten.





Foto: Andreas Herrmann

Klarer Standpunkt: Das permanente Infrage Stellen des Geschäftsmodells ist für Bernd Steinbrecher, geschäftsführender Gesellschafter der POWER+RADACH werbeagentur GmbH, eine Voraussetzung dafür, dass aus einem Unternehmen überhaupt erst ein Traditionsunternehmen werden kann.

„Bleibe immer ein Suchender!“

Was Traditionsunternehmen erfolgreich macht:
Interview mit POWER+RADACH-Geschäftsführer Bernd Steinbrecher

VON ANJA NOLTE

Bernd Steinbrecher stand zwar nicht vor verschlossener Tür, aber hinein kam er erstmal trotzdem nicht. Der Grund war jung, Programmierer und hatte gerade eine Nachtschicht hinter sich – und jetzt war der Mann auf dem Boden eingeschlafen. Er lag so, dass Steinbrecher, geschäftsführender Gesellschafter der Aachener POWER+RADACH werbeagentur GmbH, die Tür zum Büro nicht öffnen konnte. Es war die

Frühphase der Digitalisierung und das Unternehmen hatte gerade den Ehrgeiz entwickelt, sein Standing in der analogen Welt auch in der digitalen zu behaupten. „Wir hatten hier wirklich diese klassische Geschichte von gestapelten Pizzakartons und durchgearbeiteten Nächten“, sagt Steinbrecher. Und zu seinen Füßen hatte er dann auch den Beweis dafür, wie anstrengend Change-Prozesse sind. Darüber, dass diese gerade für Traditionsunternehmen essenziell wichtig sind, wie sie sich wuppen lassen und wie ein „Beiboot“ dabei helfen kann, spricht Steinbrecher im Interview mit den *Wirtschaftlichen Nachrichten*. ▶

WN: Sich immer wieder neu zu erfinden, gehört zu Ihrem Tagesgeschäft. Warum ist es auch und gerade für alteingesessene Unternehmen mit langer Tradition alternativlos,

immer wieder neue Wege zu gehen?

Bernd Steinbrecher: Da könnte ich jetzt mit der Plattitüde antworten: Nichts ist so beständig wie die Veränderung! Aber für das Wirtschaftsleben ist das tatsächlich zutreffend – nicht nur in meiner Branche, sondern in jeder.

Kein Geschäftsmodell hat heute noch exakt dieselben Grundlagen wie vor zehn Jahren. Das kann zum Beispiel daran liegen, dass sich die Konsumgewohnheiten verändert haben, dass sich das Mediennutzungsverhalten verändert hat, dass sich Mobilität verändert hat, dass sich Kaufkraft verschoben hat oder dass neue Trends existieren: Unser Wirtschaftsleben und unser Gesellschaftsleben befinden sich im permanenten Wandel.

WN: Das Geschäftsmodell muss immer wieder infrage gestellt werden?

Steinbrecher: Ein Geschäftsmodell nicht kontinuierlich immer wieder infrage zu stellen und zu überprüfen, ist sogar fahrlässig. Erfolgreiche Traditionsunternehmen machen genau das: Sie fragen immer und immer wieder, ob ihr Geschäftsmodell noch mit der Zielgruppe übereinstimmt. Diejenigen, die das über Generationen erfolgreich schaffen, benötigen dazu nicht mal einen Kalendereintrag. Sie machen das, weil es ihrer Natur entspricht. Und damit meine ich nicht unsere Agentur mit ihren 25 Jahren, sondern Unternehmensgeschichten, die bereits hundert Jahre oder länger andauern.

WN: Die Fähigkeit, sich immer wieder neu zu erfinden, macht es erst möglich, dass Unternehmen zu Traditionsunternehmen werden?

Steinbrecher: Ich glaube ja. Diese gesunde Mischung aus Selbstbewusstsein und Selbstkritikfähigkeit, sich immer wieder infrage zu stellen, ohne dabei den Glauben an sich selbst als Unternehmer zu verlieren – das ist der Alchemismus der Traditionsunternehmen.

WN: Kann man Lust auf Veränderung lernen?

Steil gegangen? Zumindest hat die POWER+RADACH werbeagentur GmbH im Laufe ihres 25-jährigen Bestehens einen Gesellschafterwechsel erfolgreich gestaltet und sich immer wieder neu erfinden – jüngst traf man die Entscheidung, das Angebot im Consulting-Bereich mehr in den Fokus zu rücken.

Foto: Andreas Herrmann



Steinbrecher: Ganz ehrlich: Nein. Die „Lust“ kann man nicht lernen. Sie widerstrebt auch der allzu menschlichen Suche nach Kontinuität und Verlässlichkeit. Was man sich aber durch Beratung einkaufen kann, ist eine Art Impuls in Richtung der Veränderung. Als Agentur durften wir in den vergangenen vier bis fünf Jahren die Erfahrung machen, dass das eine nachgefragte Dienstleistung ist. Es braucht dazu bestimmte Denkmodelle, Methodiken, Kreativitätstechniken und auch bestimmte dahinterliegende Moderationsprozesse, die, wenn sie extern ins Unternehmen gebracht werden, sehr viel rascher Impulse geben können, als man alleine erzielt hätte. Die Menschen bei POWER+RADACH sind es gewohnt, um die Ecke zu denken. Morgens eine Bäckerei, am Nachmittag ein Maschinenbauunternehmen, am nächsten Tag eine Kommune. Unsere Gründerin Karina Radach hatte dazu den Spruch „Unser Kopf ist rund, damit das Denken die Richtung wechseln kann“ an ihrer Bürowand kleben. Das bringt es nach wie vor auf den Punkt. Wenn dann der Impuls von außen – zum Beispiel durch unser Consulting – gekommen ist, kommt es natürlich darauf an, dass der Unternehmer von seiner DNA so geprägt ist, dass er veränderungsbereit und -willig ist.

WN: Ihr Unternehmen versteht sich also als Ideengeber?

Steinbrecher: Wir verstehen uns nicht nur als Ideengeber, sondern wir bleiben dran und begleiten den Prozess. Das hat mit unserer mittelständischen Klientel zu tun, mit der wir hier in der Wirtschaftsregion sehr eng verbunden sind. Daraus hat sich ergeben, dass wir in den vergangenen Jahren auch häufig Dinge getan haben, die man klassischerweise als Agentur nicht tut.

WN: Das wäre?

Steinbrecher: Ich nenne ein Beispiel: Wir haben das Geschäftsmodell eines Kunden – innerhalb eines Beratungsprozesses – auf den Prüfstand gestellt und erkannt, dass es sinnvoll ist, es um einen Bereich zu erweitern – in diesem Fall um „Predictive Maintenance“-Leis-

tungen. Der Kunde hat gesagt, er sehe das auch so, aber dem Unternehmen fehle das technologische Know-how, um die Produkte so zu ertüchtigen, dass sie digital – im Sinne

„Diese gesunde Mischung aus Selbstbewusstsein und Selbstkritikfähigkeit, sich immer wieder infrage zu stellen, ohne dabei den Glauben an sich selbst als Unternehmer zu verlieren – das ist der Alchemismus der Traditionsunternehmen.“

*Bernd Steinbrecher,
geschäftsführender Gesellschafter Power+Radach
werbeagentur GmbH*

von Industrie 4.0 – kommunizieren können. Wir haben das Unternehmen daher mit einem anderen Unternehmen zusammengebracht, das dieses Know-how hat, und den Prozess moderiert, bis er von selbst anfangen zu laufen.

Unser Alleinstellungsmerkmal als Berater soll sein: „Wir verstehen das Geschäftsmodell unserer Kunden besser als andere, teilweise sogar besser als er selbst.“ Das ist jetzt sehr selbstbewusst formuliert, aber damit meinen wir, dass Unternehmer im Tagesgeschäft häufig ertrinken. Dann fehlt ihnen teilweise der Impuls, kontinuierlich von außen aufs Unternehmen zu schauen. Einmal im Quartal am Tisch zu sitzen und sich zu fragen: Wie weit sind wir mit unserer Strategie gekommen? Und dann fällt auf einmal auf, dass das Tagesgeschäft oder auch eine Krise, wie sie jetzt seit ein paar Monaten andauert, das langfristige Change-Ziel überlagert. Aber deswegen ist das Ziel ja nicht weniger attraktiv. Dranbleiben in der Umsetzung der Strategie, auch wenn das Tagesgeschäft Wellen schlägt: Das ist es.

WN: Bei Familienunternehmen kommen neue Ideen und Strategien auch dann ins Unternehmen, wenn die jüngere Generation nachrückt. Was braucht man, um diesen Wechsel erfolgreich zu gestalten?

Steinbrecher: Wenn ich das jetzt auf POWER+RADACH beziehe – der Name sagt ja schon, dass das Unternehmen nichts mit den Namen Steinbrecher oder Matic zu tun hat, sondern mit dem Namen Radach. Karina Radach hat das Unternehmen gegründet und in eine erste Wachstumsphase geführt. Ich war Angestellter im Unternehmen und bin dann 2009 im Zuge eines Management-Buy-Outs in die Rolle des Gesellschafters gegangen. Mein Partner Carlo Matic und ich haben jeweils zur Hälfte die Anteile von Karina Radach übernommen, sie aber beratend im Hintergrund an unserer Seite behalten. Aus

dem einfachen Grund, dass wir ein stabiles Konstrukt schaffen wollten. Wenn sich die beiden Gesellschafter mal über eine Frage nicht einig sein sollten, kann die Altgesellschafterin das Zünglein an der Waage sein. Das ist noch nie passiert. Dass es noch nie passiert ist, zeigt aber auch, dass es sehr stark darauf ankommt, dass es zwischen Übergeber und Übernehmer eine Chemie gibt, die von wechselseitigem Respekt und Vertrauen geprägt ist. Das ist gerade in der Übergangsphase, wenn der alte Unternehmer ausscheidet und der neue einsteigt, nicht ganz so trivial: Da gilt es auch neue Rollen zu finden, neue sinnstiftende Tätigkeiten für sich selbst zu entdecken, da, wo auf einmal der Kalender nicht mehr zu hundert Prozent vollgepackt ist durch Dinge, die aus der Firma kommen. Das hat Karina auf wunderbare Weise hinbekommen, weil sie gleichzeitig auch ihren Neigungen nachgehen wollte – dem Dozententum an der FH beispielsweise und dem Thema Innovationstechniken.

WN: Das Entscheidende ist also: einen Plan haben, wechselseitiger Respekt, wechselseitiges Vertrauen.

Steinbrecher: Aber auch das Wissen darum, dass so eine Übergangsphase schwierig ist. Dass es da auch „menschelt“, dass es auch ▶

INFO

25 Jahre alt und jetzt mit neuem Schwerpunkt beim Consulting: POWER+RADACH

Alles Gute kommt von oben: Die POWER+RADACH werbeagentur GmbH wurde vor 25 Jahren von Karina Radach in Aachen gegründet und begleitet seitdem Unternehmen von der Strategie bis ins Operative vom Drehurm Belvedere aus. Seit 2009 sind Carlo Matic und Bernd Steinbrecher geschäftsführende Gesellschafter des Unternehmens. Im Jubiläumsjahr haben Matic und Steinbrecher die inhaltliche Evolution ihrer Positionierung zu Ende gedacht, die sie bereits seit Jahren leben: der Trend zur Beratung. Die Dienstleistung „Consulting“ wird man daher künftig neben „Creatives“ auch verstärkt in der Außendarstellung finden.

mal knirscht, dass man auch neue Rollen definieren und mal ein Thema ausdiskutieren muss.

WN: Wie bringt die junge Generation sich ein – ganz unabhängig von der Übergabe einer Geschäftsführer-Verantwortung?

Steinbrecher: Bei uns im Unternehmen reicht die Altersspanne von 19 Jahren bei unserem jüngsten Mitarbeiter und 47 Jahren beim ältesten Mitarbeiter, das bin ich. Das ist die Spanne mit sehr verschiedenen kulturellen Erfahrungen: Ich muss dem 19-Jährigen erklären, wer Monty Python war, und der 19-Jährige muss mir erklären, wie die Kardashians funktionieren. Das ist aber genau das, was bei uns in der Branche zum Alltag gehört, sich immer wieder kreativ mit irgendeiner Zielgruppe auseinanderzusetzen.

WN: Damit ist POWER+RADACH am Puls der Zeit geblieben?

Steinbrecher: Ja, schon. Es gab Zeiten in

der Frühphase der digitalen Kommunikation, da bin ich ins Büro gekommen – damals noch auf der ersten Etage des Drehturms – und die Tür ging nicht auf, weil einer der jungen Programmierer genau vor der Tür auf dem Büroboden liegend bei einer Nachtschicht eingeschlafen war. Heute undenkbar. Wir hatten hier wirklich diese klassische Geschichte von gestapelten Pizzakartons und durchgearbeiteten Nächten, um unseren Platz in dieser ersten Phase der Digitalisierung, als das Internet sich Bahn brach, eben auch zu behaupten. Das war spannend. Das war immer Pioniertum. Immer Ausprobieren.

WN: In Ihrer Agentur: Was war der größte Change-Prozess in den letzten Jahren?

Steinbrecher: Da muss ich leider mit einem

Wort antworten, dass ich schon fast nicht mehr hören kann...

WN: Digitalisierung?

Steinbrecher: Genau. Digitalisierung betrifft unsere eigenen Prozesse, wir arbeiten nahezu papierlos, das betrifft die Art und Weise, wie die Software-Applikationen sich entwickelt haben und genutzt werden, das betrifft den Wechsel von Print zu Pixel. Wir arbeiten fast zu 70 Prozent digital, auch in den

Outputs unserer kreativen Arbeit. Es betrifft auch das Mediennutzungsverhalten generell: Ich bin E-Paper-Leser, wo ich früher Zeitungsleser war, ich bin personalisierter Newsletter-Empfänger, wo ich früher einen Branchenbrief gedruckt in der Post hatte, ich bin ein mit profilbasiert nur für mich ausgewählten News

„Dranbleiben in der Umsetzung der Strategie, auch wenn das Tagesgeschäft Wellen schlägt: Das ist es.“

*Bernd Steinbrecher,
geschäftsführender Gesellschafter Power+Radach
werbeagentur GmbH*



Foto: Andreas Herrmann

Fokussiert: Bernd Steinbrecher formuliert eindeutige Botschaften – nicht allein für seine Werbeagentur, sondern auch im Interview mit WN-Autorin Anja Nolte.

in den Blasen der sozialen Netze unterwegs, wo ich früher peripher auch Themen lesen konnte, die kein Algorithmus für mich vorausgewählt hat. Zielgruppenansprache und Technologien digital immer wieder neu zu denken: Das ist intern und extern der größte Change. Und auch immer wieder ein Bereich, aus dem stetig neue Veränderungen unserer Tätigkeit erwachsen. Mein Partner Carlo Matic ist ein echter digitaler Vor- und Querdenker, Speaker und Entrepreneur in der digitalen Welt. Und für unser gemeinsames Unternehmen daher ein permanenter Impulsgeber für neue Changes.

WN: Wie bekommt man einen so großen „Change“ hin?

Steinbrecher: Ich glaube, indem man ihn portioniert und zu vielen kleinen Changes macht. Wenn wir uns das in unserer Struktur anschauen – wir sind nur 17 Leute – dann würde ein „Big Bang“-Change die Produktivität des Teams beeinträchtigen. Deswegen gibt es immer eine Agenda und eine Umsetzung, die häppchenweise erfolgt. Die läuft dann trotzdem sehr, sehr schnell ab.

WN: Und in großen Unternehmen? Erfolgt der Change auch portionsweise?

Steinbrecher: Ich könnte mit zwei Beispielen antworten. Die Geschäftsführung erkennt, dass in dem Kerngeschäft der Change zu aufwändig wäre und gründet ein Beiboot. Das ist das klassische „Think Tank“-Denken: Man geht raus aus der eigenen Organisation, lässt dort das Thema so weit vorausdenken, dass man sich sicher ist, dass man den richtigen Weg gefunden hat, und bringt es dann häppchenweise zurück ins Unternehmen. Das nennen wir Beiboot-Denken. Die andere Variante ist, den Generationenwechsel zum Anlass zu nehmen, Change-Prozesse zu beschleunigen.

Und es teilweise auch auszuhalten, dass für eine gewisse, aber klar umrissene Dauer Parallelen existieren: Die einen, die schon „Key User“ sind, und die anderen, die noch in ihrer bestehenden Methodik arbeiten, aber dann

über die Effizienz der neuen Methodik dort hingeführt werden.

WN: Müssen Traditionsunternehmen heute schneller reagieren, weil sich der Markt schneller verändert?

Steinbrecher: Verschiedene Branchen sind in verschiedenen Veränderungsgeschwindigkeiten unterwegs. Was mir aber auffällt, ist, welche Potenziale in Traditionsunternehmen freigesetzt werden können, indem man sein eigenes Geschäftsmodell versucht zu torpedieren. Bei einem unserer Kunden, der Schumag AG, erleben wir gerade, was passiert, wenn man radikal wirklich alles erst einmal infrage stellt – hier aus einer Krisensituation heraus. Aber dann kommt ein neues Management, mit einem bewussten, langfristigen Hintergrund und der Kritikfähigkeit zu sagen:

„Ich muss dem 19-Jährigen erklären, wer Monty Python war, und der 19-Jährige muss mir erklären, wie die Kardashians funktionieren. Das ist aber genau das, was bei uns in der Branche zum Alltag gehört, sich immer wieder kreativ mit irgendeiner Zielgruppe auseinanderzusetzen.“

*Bernd Steinbrecher,
geschäftsführender Gesellschafter Power+Radach
werbagentur GmbH*

Das, was wir gestern gemacht haben, stellen wir zunächst einmal infrage. Wenn wir feststellen, das ist gut, machen wir es weiter, wenn nicht, dann eben nicht. Die Radikalität, sich infrage stellen zu können und dabei gedanklich keinen Stein auf dem anderen zu lassen – das unterscheidet dann die erfolgreichen Traditionsunternehmen von denjenigen, die irgendwann vom Markt verschwinden.

WN: Ein Marken-Relaunch oder ein Change-Prozess ist damit wahrscheinlich nicht abgeschlossen . . .

Steinbrecher: Wir sagen unseren Kunden immer: „Das freut euch jetzt, dass wir fertig sind, aber wir kommen in zwei Jahren wieder und stellen wieder alles infrage!“ Aber POWER+RADACH versteht sich dabei nicht als das leuchtende Beispiel, als diejenigen, die Change-Weisheit mit Löffeln gefressen haben. Wir sind und bleiben auch Suchende. Aber das ist vielleicht das, was ich jedem Unternehmer empfehlen würde: Bleibe immer ein Suchender! Ich muss in der Lage sein, mich gut zu finden und es dennoch immer wieder infrage stellen, was ich wie und warum tue. Ich darf mich nicht selbstzufrieden auf vielleicht bislang erfolgreichen Traditionen ausruhen. ■

Egal, in welchen harten Einsätzen sich Ihre Maschinen und Geräte gerade befinden,...

...mit bleibt der Lack länger schön und haltbar.

direkt vom Hersteller Beste Qualität!

Grundierung und Decklack in einem Arbeitsgang

Der Lack wird weniger anfällig gegen harte Belastungen und Streusalz. Die Standzeiten für aufwendige Lackreparaturen reduzieren sich.

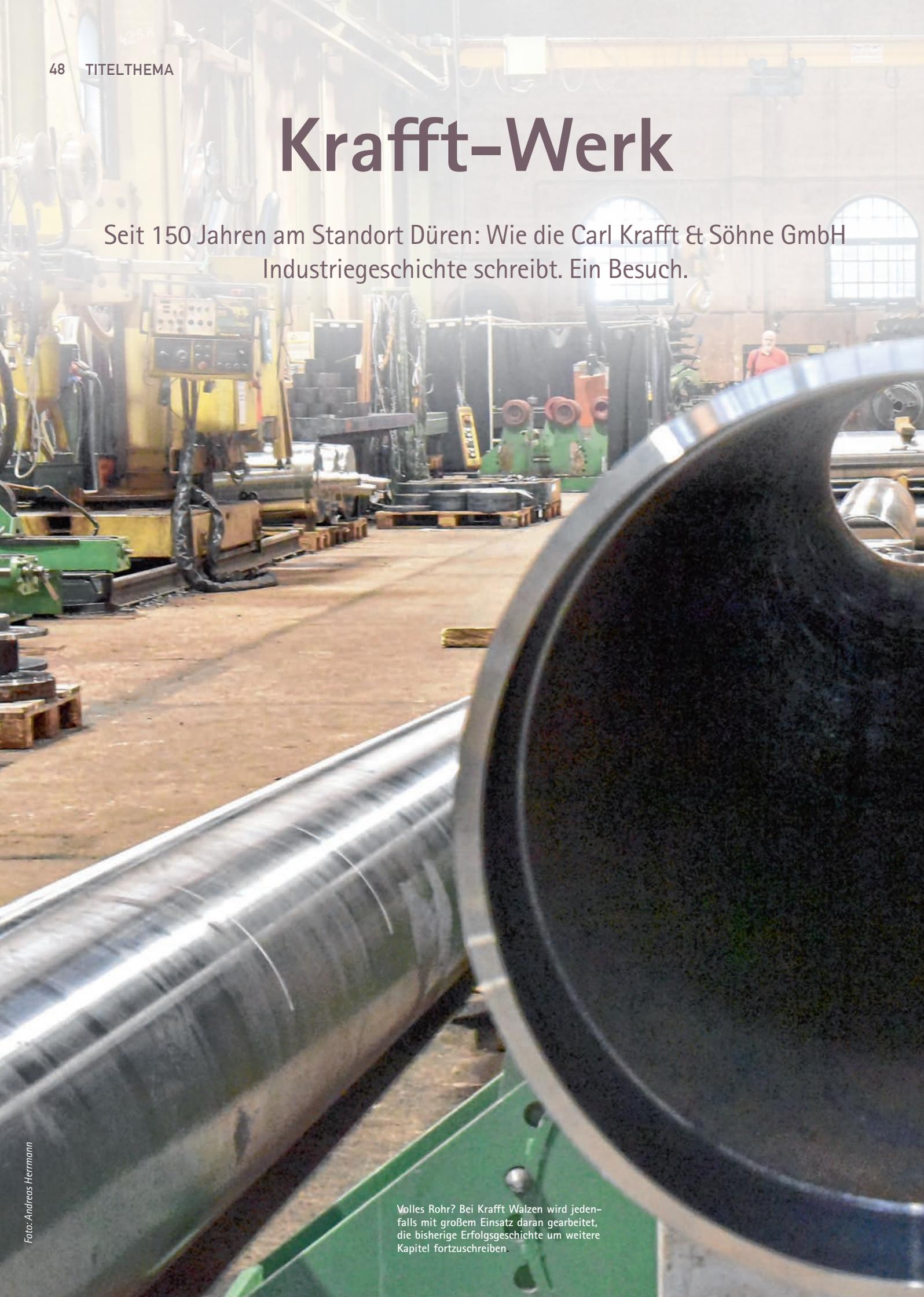
FARBENFABRIK seit 1949

DELLERS®

Fragen Sie uns:
52457 Aldenhoven/Jülich
Auf der Komm 1 · Tel. 02464/99060
www.farbenfabrik-oellers.de

Krafft-Werk

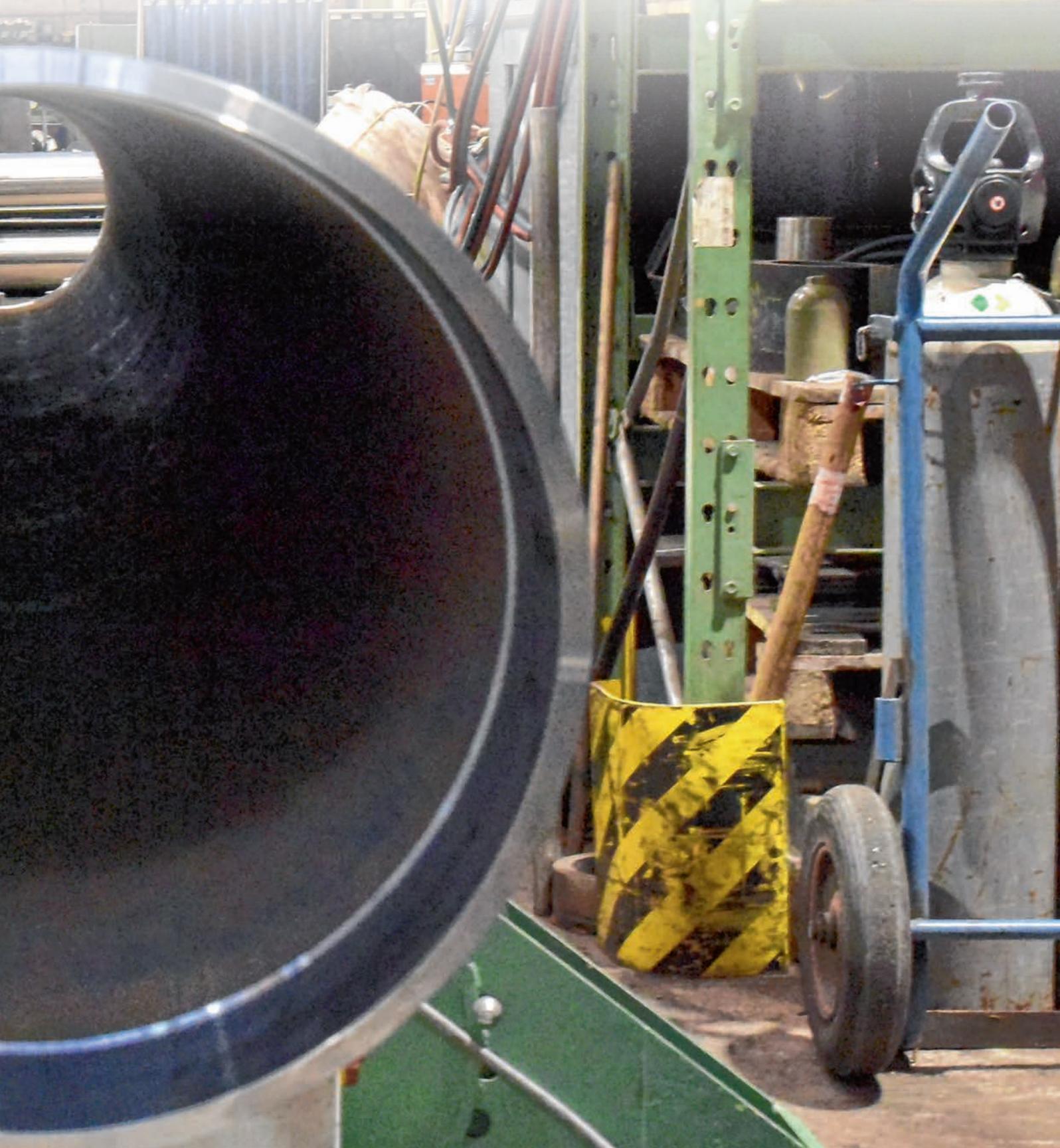
Seit 150 Jahren am Standort Düren: Wie die Carl Krafft & Söhne GmbH Industriegeschichte schreibt. Ein Besuch.



VON SABINE ROTHER

Umflutet vom dichten Verkehr auf Schoeller- und Brückenstraße in Düren, hat die Carl Krafft und Söhne GmbH & Co. KG ihren ursprünglichen Standort erhalten. Genau dort wagte vor 150 Jahren Carl Krafft zusammen mit Heinrich Depiereux die Gründung einer Eisengießerei – damals war es hier einsam:

Sechs Morgen Land in einer Randzone der Stadt. Die Botschaft ist eindeutig: Ringsherum mag sich eine Menge verändert haben, es wurde gebaut, zerstört und wieder aufgebaut. Aber Krafft hat all dies überdauert – und ist bis heute erfolgreich am Markt. Die Konzession von 1871 liest sich vergleichsweise bescheiden: Sie erlaubte den Betrieb von zwei Kupolöfen aus Schmiedeeisen zur Herstellung von Gusseisen aus Roheisen und Schrott. ▶



1899 sollten sich die Wege der Unternehmensgründer trennen. Depiereux gründete die „Dürener Maschinenfabrik und Eisengießerei“. Carl Krafft machte weiter – nicht nur mit Walzen und Zylindern. Eine gute Entscheidung. Heute hat das Unternehmen rund 140 Mitarbeiter. Die Zeit bis 1914 – in Düren sagt man „die goldenen Jahre“ – boten beste Voraussetzungen für Jungunternehmer wie Krafft: Der massive Aufschwung der Papierindustrie wurde zum Motor einer enormen wirtschaftlichen Entwicklung, die zahlreiche Herstellungszweige bündeln sollte – bis hin zu einer chemischen Industrie mit Forschungspotenzial. Aus Werkstätten wurden Maschinenhersteller. Die kleine Stadt mit ihren etwa 4.000 Einwohnern bot zunehmend Arbeitsplätze. Und wuchs. 1900 lebten schon 27.000 Menschen in Düren, das seit 1841 Anschluss ans Eisenbahnnetz hatte. Unter dem stillen, freundlichen Blick des Firmengründers Carl Krafft – ausgestattet mit lockigem Bart und einem schwarzen Gehrock aus feinem Tuch – betritt man heute das Haus, in dem gelebte Tradition spürbar wird.

Stolz liegt in der Luft – und der Geruch von Metall und Öl

Statt repräsentativer Dekoration gibt es Informationen zu Produkten, zu den Menschen, die Krafft geprägt haben, und zum Standort Düren. Der Stolz auf fünf Generationen wird beinahe greifbar. Die Wege in die Gegenwart sind denkbar kurz: Die Produktionshalle, in der es nach Metall und Öl riecht, liegt gleich um die Ecke. „Firma und Familie mussten allerhand Krisen bewältigen“, erinnert sich Senior-Chef Eberhard Hess (81), der zusammen mit Sohn Michael Hess (51), dem geschäftsführenden Gesellschafter, und Tochter Alice Speth (56), die als Prokuristin im Einsatz ist, die 150 Jahre des Unternehmens selbst mit fast ungläubigem Staunen betrachtet. Seit 2014 gehört Diplom-Ingenieur Peter Kayser (59) als Technischer Geschäftsführer zum Leitungsteam und zum Gesellschafterkreis. Er ist gelernter Maschinenbau-Ingenieur. „Und er hat fast täglich eine neue Idee“, schmunzelt Eberhard Hess. Als Enkel von Carl Eberhard Krafft, der 1920 die Firma übernommen hatte und dessen Porträt – gütig mit aufmuntern-

dem Lächeln – gleichfalls zum Alltagsleben der Unternehmensleiter gehört, wusste Eberhard Hess frühzeitig, dass große Verantwortung auf ihn zukommt.

Der Fortbestand der Firma war 1955 unsicher, als der Großvater im Alter von fast 90 Jahren ohne Nachfolgeregelung starb (er hatte zwei Töchter, Gisela und Esther). „Meine Eltern waren geschieden und ich im Internat, mein Bruder Florian erkrankte bereits während seines Studiums zum Maschinenbau-Ingenieur an Multipler Sklerose. Meine Mutter übernahm dann die Leitung, aber sie hatte keine Erfahrung, der Vater starb früh“, erinnert sich Eberhard Hess, Jahrgang 1939. „Ich war ein schlechter Schüler und ging mit der mittleren Reife von der Schule ab.“ Eine kaufmännische Ausbildung bei Anker-Teppich in Düren-Birkendorf, diverse Weiterbildungen – und das offensichtliche Talent zum ideenreichen Geschäftsmann, der sich auf gesellschaftlichem Parkett zu bewegen wusste, sorgten für eine rasante Entwicklung des Krafft-Enkels, der 1961 die Geschäftsführung übernahm. Die Zeugnisse



Foto: Andreas Herrmann

Stehen für ihr Unternehmen ohne Wenn und Aber ein (v. l.): Die Firmenleitung mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Michael Hess, Senior-Chef Eberhard Hess, Prokuristin Alice Speth, die sich auch als Mitglied der IHK-Vollversammlung und des Regionalausschuss Düren engagiert, und der Technische Geschäftsführer Diplom-Ingenieur Peter Kayser.

waren vergessen. Der geplante Verkauf war vom Tisch. Die Sorgen um die Existenz allerdings nicht, zumal ein gigantisches Projekt – der Bau einer Papiermaschine für die Dominikanische Republik – aufgrund politischer Probleme im Land zu kippen drohte. Aufgeben war für Hess keine Option. Er setzte auf Risiko – mit Erfolg.

„Wir konnten nicht so weitermachen wie in den Anfangsjahren“, hatte Hess verstanden, der frühzeitig in den von Otto Eschweiler, von 1971 bis 1997 Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen, gegründeten Juniorenkreis eintrat und dort bei Reisen in alle Welt viel Förderung erfuhr und Erfahrungen sammelte. Was Hess mit den Anfangsjahren meinte, beschreibt vielleicht am besten ein Briefkopf, der im Unternehmen bis zum Jahr 1914 beim Verschicken von Post zum Einsatz kam. Darin warb man mit „Maschinen für Papierfabrikation, Langsieb- und Cylinder, Papier- und Pappmaschinen, Querschneidmaschinen, Satinierwerke, Holländer, Kollergänge, Hadern- und Strohkocher, Einrichtungen für Papier- und Pappenfabrikation, prompte Erledigung aller Reparaturen an Dampfmaschinen, Transmissionen, Räder- und Riemenscheiben in allen Größen, unbearbeiteten und bearbeiteten Gussstücken aller Art“. Breit aufgestellt würde man das heute wohl nennen.

Zwischen Kriegswirren und Bewirtung am heimischen Esstisch

Durch den ersten Weltkrieg, die französische Besatzung und die Inflation, denen die Katastrophe des Zweiten Weltkriegs – für den Krafft gezwungen war, auf Kriegsproduktion umzustellen – mit der nahezu kompletten Zerstörung Dürens folgte, hatte sich die Wirtschaftslage stark verändert. Und mit ihr das Leben der traumatisierten Bevölkerung. Jetzt hörte sich Eberhard Hess um, war überall unterwegs, wo man interessante Leute, Politiker und mögliche Geschäftspartner treffen konnte, übernahm Ehrenämter, war in den Vereinen aktiv. Ehefrau Lotte hielt ihm den Rücken frei, bewirtete Geschäftsfreunde sogar am heimischen Esstisch. Um die Facharbeiter zu halten, übernahm man Reparaturarbeiten, Erweiterungen vorhandener Maschinen und Lohnarbeit. Von den Weinpressen für Rheinmetall über Montageböcke für BMW in Südafrika, Schwimmkörper für Saugbagger, Walzen zur Herstellung von Fahrradgabeln, Saug-



Gehört zum Stadtbild Dürens – und das seit 150 Jahren: die Carl Krafft und Söhne GmbH & Co. KG.

walzen für Flies, Prägemaschinen, eine Lichtpausmaschine und Walzen: All das machte Krafft möglich. Man baute schließlich Walzen aller Art bis hin zu denen für eine Milchpulver-Anlage, war gefragte Adresse für Neuentwicklungen wie ein Rührwerk für Kläranlagen. Oft lieferte Hess selbst mit dem Lkw die Produkte aus und erkannte die Straße als idealen Ort zum Werben. „Als erstes haben wir einen Tanklaster, der ja in seiner Form schon eine Walze darstellte, mit dem Schriftzug ‚Krafft Walzen Düren‘ in Schwarz-Gelb ausgestattet“, lächelt Hess heute.

Von Hubraum bis Huskies: Leidenschaft als Antrieb

Leidenschaft für Automobile pflegte bereits der Großvater, der 1914 einen „Adler“ anschaffte, eine Sensation. Da ist es kein Wunder, dass Enkel Eberhard gleichfalls „Benzin im Blut“ hatte – nicht ohne Werbeidee: Motorsport-Sponsoring wurde fester Bestandteil der Krafft-Werbung. Ein Laster mit dem Krafft-Logo rollte zudem durch den letzten „Schimanski“-Krimi oder war bei „Alarm für Cobra 11“ auf der Filmautobahn in Aldenhoven im Einsatz. „Wir haben den Vater nicht so oft gesehen“, bestätigen Sohn Michael, der seit Ende der 90er Jahre im Unternehmen ist, und Tochter Alice, die seit 1987 dabei ist.

Leidenschaften sind übrigens auch heute noch wichtige Energiequellen. So zieht es Michael Hess, den Dürener „Musher“, also Schlittenhundeführer, mit seinen Siberian Huskies regelmäßig in den Schnee und zu har-

ten Rennen wie dem „Polardistans“ 2019 im schwedischen Särna, das er mit Sieg und Auszeichnung absolvierte. Stichwort neue Wege gehen: Das steht natürlich auch im Unternehmen weiterhin ganz oben auf der Tagesordnung. Für die Zukunft gilt es, die Herausforderungen der Digitalisierung zu bewältigen und dennoch gewachsene stählerne Traditionen zu bewahren. „Wir werden weiter in der Entwicklung aktiv sein, eine Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Aachen ist mir wichtig“, betont Kayser. 150 Jahre – von der Stahlwalze zur Papierherstellung, die noch per Pferdefuhrwerk transportiert wurde, bis zur thermisch ausgerüsteten Walze, die bei der Folienherstellung im Einsatz ist. Es war ein weiter Weg. Ein gutes Stück deutscher Industriegeschichte – dem noch weitere Kapitel folgen sollen. ■



LOHNSCHNEIDEBETRIEB seit 1992

2D/3D LASER | WASSERSTRAHL | FRÄSE

prosign
PRÄZISIONSCHNEIDEN

www.prosign.com | 52146 Würselen | Tel.: +49(0)2405 413 880





Alles an seinem Platz: Die neue Betriebsstätte der C. Brettschneider GmbH in Aachen bietet vor allem nach oben Lagerfläche. Und die wird auch benötigt. Das Unternehmen wächst.

Gut aufgestellt

Von der Papiermanufaktur zum Logistikdienstleister:
Die Aachener C. Brettschneider GmbH
wird 130 Jahre alt



VON ANJA NOLTE

2 2020 war in vielerlei Hinsicht ein besonderes Jahr, auch für die Aachener C. Brettschneider GmbH. Längst stapeln sich unzählige Kartons und Verpackungen mit unterschiedlichen Waren in den neuen, zwölf Meter hohen Hallen im TRIWO Technopark an der Philipsstraße. „Bis Jahresende soll der Umzug abgeschlossen sein“, erzählt Jürgen Schmitter auf dem Weg durch das geschäftige Treiben auf 30.000 Quadratmetern Lagerfläche. Im laufenden Betrieb sei ein Umzug gar nicht so einfach. „Aber aus den Lagern der Lukasstraße sind wir komplett raus und sukzessive auch aus unserer bisherigen Zentrale am Grünen Weg“, sagt Schmitter. Flächenmäßig sei die neue Betriebsstätte des 1891 gegründeten Traditionsunternehmens nicht so viel größer, aber durch die Höhe der Hallen habe man die

Lagerfläche jetzt fast verdreifachen können. „Das ist eine ganz neue Dimension, die wir künftig bespielen.“

2020 ist auch das Jahr, in dem Altgesellschafter Schmitter das Ruder an seine Töchter Christina Kuko und Sarah Schmitter übergeben hat. In dieser Konstellation, zusammen mit Geschäftsführer und Schwiegersohn Alen Kuko, feiert das Aachener Familienunternehmen im nächsten Jahr sein 130-jähriges Bestehen. „Dass wir unsere Familienära fortführen können, war nicht verpflichtend, sondern unser ausdrücklicher, persönlicher Wunsch“, erzählt Sarah Schmitter, die jetzt ganz ins Unternehmen eingestiegen ist. Davor hat sie Internationales Management studiert, ihren Master im Bereich Sportmanagement im Ausland absolviert und einige Jahre freiberuflich für andere Unternehmen gearbeitet. „Meinen Neigungen nachzugehen und möglichst viel Erfahrung zu sammeln, war für mich die Voraussetzung, um diese verantwortungsvolle Aufgabe zu übernehmen“, sagt die 36-Jährige, ▶

die mit dem Unternehmen groß geworden ist. In den 80er-Jahren war die C. Brettschneider GmbH im Wohnhaus der Familie an der Eynattener Straße ansässig – das Lager befand sich ein paar Meter weiter die Straße hinunter.

Die vierte Generation übernimmt – und setzt auf Wachstum

Seitdem hat sich viel getan, vornehmlich unter der Leitung von Jürgen Schmitter, der – in vierter Generation – im Dezember 1987 das Aachener Unternehmen nach dem unerwarteten Tod seiner Schwiegermutter Ruth Brettschneider übernahm. „In der Eynattener Straße in Burtscheid hatten wir elf Mitarbeiter und rund 400 Quadratmeter Betriebsfläche. Dann haben wir in Feldchen ein erstes Außenlager angemietet. So hat sich das entwickelt“, berichtet der heute 64-Jährige. Bereits 1988 baute man im Gewerbegebiet Eilendorf-Süd am Zieglersteg und wuchs von 400 auf 2.000 Quadratmeter an. „Ein großer Schritt“, erinnert sich Schmitter. 2006 erwarben er und seine Frau Iris Schmitter das Grundstück am Grünen Weg, 2008 erfolgte der komplette Umzug auf 12.000 Quadratmeter. 2015 kam die Gewerbeimmobilie an der benachbarten Lukasstraße mit zusätzlichen 11.000 Quadratmetern hinzu, wodurch sich C. Brettschneider fast verdoppelte. Und jetzt: die neue Betriebsstätte an der Philipsstraße mit 30.000 Quadratmetern. „Wenn wir uns anschauen, wie wir uns von einer Papiermanufaktur zu einem Verpackungsspezialisten und Logistikdienstleister entwickelt haben, ist das heute ein großes Unternehmen. Wenn wir es global betrachten, ist das vergleichsweise klein“, resümiert er bescheiden.

„Wir sind mit den Füßen auf dem Boden geblieben“, erklärt Schmitter. „Wir haben uns aus eigener Kraft immer ein bisschen weiterentwickelt und sind organisch gewachsen, aber nie so extrem, dass man das nachher vielleicht nicht mehr hätte überblicken können.“ Das gebe ihm ein gutes Gefühl. „Und so ist das auch mit den Kunden, die mit uns wachsen, und wir wachsen wiederum mit unseren Kunden.“ So sei das schon immer gewesen: 1891 gründete der Kaufmann Carl Adolf Brettschneider ein Unternehmen, das die Aachener Tuchfabriken mit zurechtgeschnittenen Einwickelpapieren, verschiedensten Kordeln und allem, was dem damaligen



Im Schulterschluss Richtung Zukunft (v. l.): Jürgen Schmitter ist sehr glücklich, die Führung der C. Brettschneider GmbH innerhalb der Familien weitergeben zu können. Die Verantwortung übernehmen Christina Kuko, Alen Kuko und Sarah Schmitter.

Verpackungsbedarf entsprach, versorgte. Sein Sohn und Nachfolger Carl Bartholomäus Brettschneider machte aus dem Betrieb eine offene Handelsgesellschaft. Als er 1934 starb, übernahmen seine Ehefrau Mathilde Brettschneider und 1941 schließlich die dritte Generation mit Carl Ferdinand Brettschneider das Unternehmen. Die Verpackungsmittel dieser Zeit: Öltücher, Pechpapiere, Kordeln, Holzwolle und Rosshaar. Mit Ausbruch des Zweiten Weltkrieges schränkte man die Geschäfte im Stammhaus ein, gab sie aber nicht auf: 1945 fand man eine Übergangslösung am Markt – das Gründerhaus an der Eynattener Straße, das vollständig zerstört worden war, baute man nach dem Krieg wieder auf.

Nicht von Pappe: Warum das Unternehmen auf Kartons setzt

Nachdem Carl Ferdinand Brettschneider 1971 verstarb, leitete seine Ehefrau Ruth Rose Marie Brettschneider – von den Mitarbeitern liebevoll „die Mutter“ genannt – das Unternehmen weiter. Um der rückläufigen Fabrikation der Tuch- und Nadelindustrie und dem Einbruch des Wirtschaftssektors zu trotzen, begann sie 1980 erstmalig mit der Kartongefabrikation, bei der das Unternehmen Vollpappe verarbeitete. Aus dem Burtscheider Kleinbetrieb entwickelte sich schließlich eine moderne Produktionsstätte für Kartonagen und individuelle Verpackungslösungen. „Wir haben uns immer am Bedarf der Kunden orientiert und immer aktiv geschaut: Wo wird

Verpackungsmaterial benötigt und wo kann sich die Firma als Lieferant einbringen? Welche Probleme gibt es und an welchen Stellen kann man gemeinsame Lösungen entwickeln? Was wird gefordert und was ist neu? Und dann haben wir entsprechend darauf reagiert“, sagt Schmitter. In den 90er-Jahren war es beispielsweise der Aachener PC-Fachhändler Vobis, für die C. Brettschneider speziell angefertigte Verpackung lieferte, die das empfindliche Packgut mittels einer patentierten Rahmenkonstruktion aus Pappe vor Transportschäden schützte. „Das hat uns damals einen großen Schub nach vorne gebracht.“ Auch für die ortsansässige Schumag AG produzierten und lieferten die Verpackungsmittelspezialisten stabile, stoßschützende Kartons für ihre Maschinen- und Präzisionsteile.

„Das Besondere an unserem Betrieb ist aber auch, dass wir heute über mehrere Standbeine verfügen, die wir parallel aufbauen und wachsen lassen“, betont Alen Kuko, der seit 2018 Geschäftsführer der C. Brettschneider GmbH ist. Bereits seit 23 Jahren arbeitet der heute 40-Jährige bei dem Aachener Traditionsunternehmen – angefangen mit einem Ferienjob in der Produktion und der anschließenden Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann. Auch ein Abendstudium habe er später ergriffen. „Als ich aber in den neuen Bereich Dienstleistungslogistik einstieg, habe ich mich zugunsten der Firma entschieden und das Studium aufgegeben. Bereit habe ich das nie“, sagt Kuko.

Logistik? Für das Unternehmen der logische nächste Schritt

2006 hatte C. Brettschneider im neuen Geschäftsfeld Dienstleistungslogistik die Feuertaufe mit einem großen Kunden: 2.000 Pakete verließen gleich am ersten Tag das Lager – damals noch am Grünen Weg. „Das war schon eine ordentliche Menge“, sagt Jürgen Schmitter. „Aber es bestand ein sehr vertrauensvolles, langjähriges Verhältnis zu dem Kunden.“ Dieser hatte zunächst Verpackungsmittel über C. Brettschneider bezogen: „Als dann das Geschäft des Kunden wuchs, überlegte er, ob er sich selbst eine Halle mit Personal organisiert oder die Dienstleistung an jemand Außenstehenden übergibt, um sich auf sein Produkt zu konzentrieren“, beschreibt Kuko den Prozess. „Wegen des zunehmenden Versandhandels haben wir uns dann dazu ent-



Foto: Stadtarchiv Aachen/C. Brettschneider GmbH

Wo alles begann: Das Gründerhaus von C. Brettschneider in der Eynattener Straße 68 in Aachen.

schieden, unser Leistungsangebot um den Logistik- und Dienstleistungsservice zu erweitern. So konnten wir auch unser über hundertjähriges Know-how optimal nutzen.“ Der Logistik-Bereich wuchs schnell, so dass man das Unternehmen bereits nach zwei Jahren um die Niederlassung an der Lukasstraße erweiterte. Mittlerweile bedient man zahlreiche namhafte Kunden in ganz Deutschland und Europa. Nach dem Motto „Alles aus einer Hand“ verfügt die C. Brettschneider heute über drei Standbeine: Neben der Verpackung und des stetig wachsenden Bereichs der Dienstleistungslogistik gehört dazu auch die hauseigene internationale Spedition, die bereits 2002 als Teil des Portfolios mit in die Serviceleistungen aufgenommen wurde. 70 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen, davon 45 im Bereich Versand- und Lagerlogistik.

Nun steht also die fünfte Generation in den Startlöchern: „Mich erfüllt es mit Stolz, dass die Kinder das Unternehmen weiterführen“, betont Jürgen Schmitter, der mit viel Herzblut

bei der Sache ist: „Es ist ja nicht nur ein Job, den man macht, um sich seinen Lebensunterhalt zu verdienen. Es stecken auch Emotionen darin, man spricht im Familienbund darüber und alle ziehen am gleichen Strang. Ich glaube, das hilft einfach. Und ich glaube, das findet man so nur in der Familie. Wir denken nicht in Fünf-Jahres-Schritten, sondern über viel größere Zeiträume, weil wir dafür auch die Verantwortung tragen.“ ■

Stahlhallenbau - seit 1984



ANDRE - MICHELS + CO.
STAHLBAU GMBH



02651 96200 Fax 43370

Andre-Michels.de



Foto: Andreas Herrmann

Wer röstet, der rastet nicht: Das Unternehmen Plum's Kaffee, das seit dem Jahr 2000 als Xavier Plum GmbH & Co. KG firmiert, wird 200 Jahre alt.

À la bo(h)nne heure!

Besonderes Aroma: Mit Plum's Kaffee aus Aachen wird Deutschlands älteste Kaffeerösterei 200 Jahre alt

VON SABINE ROTHER

Frischer Kaffee – der Duft der weiten Welt hat zugleich etwas Privates, Gemütliches. Aus Brasilien, Äthiopien, Indien und Kolumbien wandern Kaffeebohnen in die Aachener Rösttrommel. 200 Jahre gibt es Deutschlands älteste Kaffeerös-

tereit inzwischen, ein Jubiläum, dem die jetzigen Besitzer, die Familie Vogeler, stolz und dennoch gelassen begegnen. Im dunkelrot gestrichenen Gebäude am Hammerweg 4 in Aachen arbeitet und wirtschaftet man bodenständig mit dem klaren Blick auf ein Produkt, bei dem stets Qualität vor Quantität rangiert. Plum's Kaffee ist Deutschlands älteste Kaffeerösterei. Ein Erfolgskonzept seit 1820 – als hochwertige Marke und als beständiges Familienunternehmen. ▶

Die Erfolgsgeschichte von Plum's Kaffee geht auf die Familie des Kolonialwarenhändlers Plum zurück, der 1820 am Aachener Büchel ein Geschäft eröffnete und 1820 die Marke „Plum's Kaffee“ etablierte. Damals wurden die Kaffeesäcke noch mit dem Pferdewagen von Antwerpen nach Aachen transportiert.

Nicht nur der Genuss des dunkelbraunen Gebräus, auch der Traum von fernen geheimnisvollen Ländern hat die Menschen seit 200 Jahren fasziniert. Kriege, Notzeiten, Umwälzungen oder auch Schmuggel – all das hat im Unternehmen für Turbulenzen gesorgt. „Vieles ist leider verloren gegangen, wir wüssten gern mehr über die Historie“, meint Gina Vogeler (28). Fest steht, dass noch zwei Namen auftauchen, bevor ihr inzwischen 85-jähriger Großvater Jürgen Vogeler Mitarbeiter bei Plum's wurde: die Familien Kloth und Richolt waren Vorbesitzer. 1965 kam Jürgen Vogeler hinzu, der in Bremen das Rösten gelernt hatte. Er übernahm 1983 Plum's Kaffee und führte die Tradition der Firma fort, die seit dem Jahr 2000 als Xavier Plum GmbH & Co. KG firmiert.

200 Jahre – darauf ein Likörchen

„Unsere Sorten sind überschaubar geblieben“, betont Ginas Vater, Geschäftsführer Ralf Vogeler (59). Sie heißen zum Beispiel Santa Casa (Brasilien), Kebado (Äthiopien), Malabar (Indien) oder Columbia (Kolumbien) und haben markante Aromen von würzig-schokoladig bis nussig-karamellig. Juniorchefin Gina Vogeler, ausgebildete Industriekauffrau, machte mit ihrem Einstieg vor fünf Jahren Plum's Kaffee zum Drei-Generationen-



Kaffeesackleserei? Bei ihrem wichtigsten Rohstoff schauen (v.l.) Jürgen Vogeler, Ralf Vogeler und Gina Vogeler, die die Geschäftsführung von Plum's Kaffee bilden, natürlich immer genau hin.

Projekt. „Die Begeisterung für Kaffee nimmt noch weiter zu“, sagt sie. Und so gibt es viele Interessenten, wenn Vorführtermine für Vollautomaten und Siebträgermaschinen in der Rösterei sowie in der Verkaufsstelle an der Körbergasse anstehen. Zum 200. Geburtstag bietet man einen feinen Kaffeelikör an, sowie die chromglänzende Sonderedition einer Kaffeemaschine, die mit nur zwölf Exemplaren in den Handel kommt.

Am Röster prüft derweil Mischa Freymark den Bräunungsgrad der Bohnen. Von 60 Kilogramm Rohkaffee bleiben nach der Röstung 50 Kilogramm übrig. „Bei uns durchlaufen die Bohnen eine Langzeit-Trommelröstung, das sind zwölf bis 15 Minuten für Filterkaffee und 15 bis 18 Minuten für Espressosorten bei

180 bis 210 Grad Celsius“, erklärt er. Damit wird zuverlässig die Säure aus den Bohnen entfernt. Die Kunst des Röstens besteht darin, ein bekömmliches Verhältnis zwischen Bitterstoffen und Säuren zu erreichen.

Auch während der Corona-Pandemie kann sich das Traditionsunternehmen über neue Kunden freuen. „Das Online-Geschäft zog deutlich an“, sagt Gina Vogeler. „Natürlich fehlten uns die Abnehmer aus der Gastronomie, aber die Menschen wollten nicht auf unseren Kaffee verzichten.“ Woher diese Leidenschaft kommt? „Ob zu Hause, im Büro oder Restaurant: Kaffee hat etwas mit Kommunikation zu tun“, weiß die Fachfrau: „Und für die meisten Menschen ist eine Tasse Kaffee der gute Start in den Tag.“ ■



Früher und heute: Die älteste Kaffeerösterei Deutschland hat ihren festen Platz im Herzen der Stadt Aachen – und bei den Liebhabern eines gepflegten Heißgetränks.

Entdecke den


FREUNDES
KREIS

Die **exklusive Vorteilswelt**
für alle Abonnenten der Aachener Zeitung
und Aachener Nachrichten

AZ/AN Newsportale • ePaper • gedruckte Lokalausgabe

- > Eine Menge Spannendes rund um das Kernthema „Journalismus“ sowie viele weitere Vorteilsaktionen und Veranstaltungen.
- > Mitmachen, Neues entdecken, Meinungen austauschen, Spaß haben – der Freundeskreis hat für jeden etwas zu bieten.
- > Jetzt einmalig registrieren, zum wöchentlichen Newsletter anmelden und nichts mehr verpassen.

Auf gute Freundschaft!



Gleich registrieren und alle Angebote sehen:

azan-freundeskreis.de

Ein Angebot aus dem

MEDIENHAUS
AACHEN

Festtagsglanz

Traditionell weihnachtlich: Bei Juwelier Grobusch und der Galerie Petzold steht Schmuck mit Geschichte hoch im Kurs

VON SABINE ROTHER

Traditionsunternehmen haben ein feines Gespür dafür, was die Gewohnheiten ihrer Kundschaft betrifft – besonders jetzt, in einer besonders sensiblen Zeit. Die erste Kerze am Adventkranz brennt, die Corona-Pandemie wird sich auf das Weihnachtsfest und das neue Jahr 2021 auswirken. Bei vielen Menschen hat das ein Umdenken bewirkt: Vor dem Hintergrund einer generell gewachsenen Unsicherheit, setzt man stärker auf Vertrautes: „Ende des Jahres kommen traditionell viele Paare, zu uns, um Trauringe zu kaufen. Mittlerweile ist die Zahl dieser Kunden aber noch deutlich größer geworden“, sagt Gabi Grobusch (65). Von den Eltern hat sie, die eigentlich ein Studium der Kunstgeschichte absolvierte, das Juweliergeschäft übernommen, das sie selbst nun bereits seit 40 Jahren leitet und prägt.

Besonders reizvoll bei den Ringen ist, dass die Kunden ihnen an einem Computer-Konfigura-

tor ihren ganz persönlichen Schliff geben können. Schmuck und Emotionen – in der Weihnachtszeit werden Erinnerungen wach. Aus Erbstücken lassen besonders junge Kunden neue Stücke fertigen – was Goldschmiedemeister Axel Meuthen in der hauseigenen Werkstatt umsetzt. Der häufige Wunsch hinter der Neugestaltung eines alten Schmuckstücks: „Die Menschen wollen etwas bei sich tragen, das die Verbindung erhält“, sagt Grobusch. In ihren Gesprächen mit Kunden hört sie oft Geschichten, die sich um Schmuckstücke ranken, und erfährt von Unsicherheiten. Gar nicht selten bringt man ihr Fotos von denen mit, die man beschenken möchte: Welcher Edelstein passt? Perlen? Gold? Vielleicht lieber Silber?

Bei den Farbsteinen hat der Opal eine Renaissance erfahren und zieht mit seiner geheimnisvollen Optik Blicke auf sich. Üppige Colliers sind nicht mehr modern, ein einzelner Brillant in einer hübschen Fassung aber schon. Und man verlobt sich wieder. „Das hat enorm zugenommen, da muss es dann beim klassischen Antrag auch ein Brillantring

sein“, sagt Grobusch und lächelt. Bei zahlreichen Schmuckstücken steht ein Wunsch im Vordergrund: Glück soll es bringen, ein Andenken sein. Eine schöne Begleitung durch den Alltag. Gerade jetzt. Die Anziehungskraft von Stücken mit Geschichte erlebt gleichfalls Kunsthändler Andreas Petzold in seiner Galerie am Elisengarten in diesen Tagen. Neben Malerei und Skulpturen funkeln Ringe mit auffallend großen bunten Steinen – Cocktailringe. Die Steine sind echt. „Die werden von jungen Frauen gekauft, die auf den normalen Konsum keine Lust mehr haben“, sagt Petzold. Ein Topas aus den 60er-Jahren, ein vor 90 Jahren gefertigtes, fein gearbeitetes Armband aus Buenos Aires, ein Armband im Art-Deko Stil. „Der Schmuck hat etwas zu erzählen, was die Menschen fasziniert“, sagt Petzold. Ein Saphir mit Brillanten ist im Stil des Verlobungsringes gearbeitet, den Prinz Charles 1981 seiner Diana an den Finger steckte. „Diese Form war damals heiß begehrt“, erzählt Petzold. 2010 verlobte sich Dianas Sohn Prinz William mit Kate Middleton – sie trägt nun Dianas Ring – das Original. ■



Fotos: Andreas Herrmann, lidia - stock.adobe.com

Es ist fast alles Gold, was glänzt: Die Zahl derer, die vor Weihnachten Trauringe kaufen, ist gestiegen, sagt Juwelierin Gabi Grobusch.





Glasfasernetz für Ostbelgien: Deutschsprachige Gemeinschaft sucht Investoren

► In 60 Prozent der Fläche von Ostbelgien steht kein schnelles Internet zur Verfügung. Ein Glasfasernetz würde Abhilfe schaffen. Das Wirtschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste mit Sitz in Bonn hat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Ostbelgiens (DG) jetzt die Kosten für einen entsprechenden Netzausbau vorgestellt. Weil es sich für einen rein marktwirtschaftlich orientierten Anbieter wie Proximus – den größten belgischen Telekommunikationskonzern – nicht lohnen würde, das Glasfasernetz in den ländlichen Gebieten der DG auszubauen, legt die ostbelgische Regierung ein Investitionsprogramm von 40 Millionen Euro für den Bau auf. Da die Gesamtkosten sich aber auf 90 Millionen Euro belaufen würden, sucht die DG noch nach Investoren. Angesprochen sind Unternehmen aus dem Technologiebereich ebenso wie Fonds, die eine Kapitalanlage suchen. Als Ausbauperiode wurden drei Jahre veranschlagt.

Im Gewerbegebiet Avantis soll ein Batterie-Testzentrum entstehen

► Laut einem WDR-Bericht soll im Herbst 2021 eines der größten und modernsten Batterie-Testzentren Europas auf dem deutsch-niederländischen Gewerbegebiet Avantis seinen Betrieb aufnehmen. Auf einer Fläche von 2.000 Quadratmetern sollen bis 25 Beschäftigte Antriebsbatterien mit einem Gewicht bis zu 800 Kilogramm testen. Der TÜV Rheinland und ein Aachener Unternehmen sind dem Bericht zufolge gewillt, in das Testzentrum rund 22 Millionen Euro zu investieren.

kurz & bündig NACHRICHTEN AUS DER EUREGIO

„Business Club Aachen Maastricht“ ehrt Martin Viessmann

► Den diesjährigen Unternehmerpreis des „Business Club Aachen Maastricht“ erhält der Inhaber des im hessischen Allendorf angesiedelten Heizungsbaunternehmens Viessmann. Martin Viessmann bekommt die Auszeichnung für sein soziales Engagement, besonders im Wissenschafts- und Bildungsbereich. Der Unternehmerpreis wird jährlich und bereits zum 14. Mal verliehen. Zu den bisherigen Preisträgern gehörten Nicola Leibinger-Kammüller, Klaus Hipp, Arend Oetker, Helmut Falter und Reinhold Würth.

VDL NedCar: Niederländische Regierung will Kontakte für die Zeit nach BMW knüpfen

► VDL NedCar gilt als einer der modernsten Automobilhersteller Europas – trotzdem läuft dort Ende 2023 die Produktion von 200.000 Autos der Marken BMW X1 und Mini aus. BMW will aufgrund der Neuausrichtung des Marktes in Richtung Elektromobilität in eigenen Werken produzieren, um dortige Arbeitsplätze zu sichern. Dennoch ist die niederländische Landesregierung mit Blick auf die 4.500 Beschäftigten in Born bei Geleen/Sittard optimistisch. Das niederländische Kabinett nutzt seine diplomatischen Kontakte, um neue Auftraggeber aus China oder den USA nach Born zu holen. Aus dieser Zuversicht heraus hält auch die limburgische Landesregierung an ihren Plänen fest, die dortige Ringstraße weiter auszubauen.

Weil deutsche Käufer fehlen: Umsatzeinbruch in Limburg Einzelhandel

► Eine Studie der Provinz Limburg hat gezeigt, dass deutsche Kunden in Venlo für mehr als die Hälfte der Umsätze im Einzelhandel sorgen. Im vergangenen Jahr belief sich der Gesamtumsatz auf etwa 157 Millionen Euro. Allerdings ist während der Corona-Pandemie nicht nur in Venlo die deutsche Kundschaft beinahe vollständig verschwunden. Deutschland erklärte die Niederlande einschließlich Limburg zum Risikogebiet, und obwohl ein kurzer Besuch zum Tanken oder Einkaufen über die Grenze erlaubt ist, scheuen die Bundesbürger derzeit den Einkauf beim Nachbarn.

Lüttichs Airport als „weltbesten Frachtflughafen 2020“ ausgezeichnet

► Bei der 36. Verleihung des „Air Cargo News Award“ setzte sich der Lütticher Flughafen gegen die Konkurrenz in Amsterdam-Schiphol, Brüssel, Hongkong und dem US-amerikanischen Anchorage durch. Der wallonische Flughafen ist in den vergangenen Jahren zu einem internationalen Drehkreuz geworden, während der Corona-Pandemie insbesondere für medizinisches Material. Als Logistik-Partner ausgewählt wurde er zudem vom Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen. Auch der chinesische Online-Versandriese Alibaba entschied sich bekanntlich für den Lütticher Flughafen als europäisches Drehkreuz für seine Waren.



Gen-Schere: Aachener Ingenieurpreis-Trägerin erhält Nobelpreis für Chemie

► Die französische Mikrobiologin, Genetikerin und Biochemikerin Professor Dr. Emmanuelle Charpentier soll gemeinsam mit der US-amerikanischen Molekularbiologin und Biochemikerin Jennifer A. Doudna am 10. Dezember mit dem Nobelpreis für Chemie ausgezeichnet werden. Laut der Königlich-

Schwedischen Akademie der Wissenschaften mit Sitz in Stockholm sollen die Forscherinnen für ihre Entwicklung von Methoden zur Erbgut-Veränderung gewürdigt werden. Charpentier war 2018 als Mitentwicklerin der Gen-Schere „CRISPR/Cas9“ mit dem Aachener Ingenieurpreis der RWTH und der Stadt

Aachen geehrt worden. Nach der wegweisenden Entschlüsselung des Genoms habe die Wissenschaftlerin von der Max-Planck-Forschungsstelle für die Wissenschaft der Pathogene in Berlin mit der Gen-Schere neue Möglichkeiten geschaffen, genetische Sequenzen zu modifizieren.

Digitalisierte Produktion: „HUMEUS“ soll Mensch und Maschine zusammenbringen

► Mitarbeiter in der Produktion sollen künftig noch besser bei der Entscheidungsfindung in Stör- und Fehlersituationen unterstützt werden. Darauf zielt das geplante Forschungsvorhaben „HUMEUS“ (Humanzentriertes Entscheidungsunterstützungssystem für das Stör- und Fehlermanagement auf dem Shopfloor) ab. Das Projekt, das am 1. Juli 2021 starten soll und an dem das Werkzeugmaschinenlabor (WZL) der RWTH Aachen beteiligt ist, schließt Kooperationspartner und Anwenderunternehmen aus der regionalen Industrie ein. Das Vorhaben soll sich ab Mitte des kommenden Jahres mit der Fragestellung befassen, wie ein humanzentriertes und auf Methoden der künstlichen Intelligenz (KI) basierendes Entscheidungsunterstützungssystem gestaltet sein sollte, damit eine möglichst effiziente Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine gewährleistet ist. Die Forschungsgruppe „Augmented Intelligence“ am WZL entwickelt dazu gemeinsam mit dem „Institut für Digitalisierung“ der Hochschule Koblenz ein

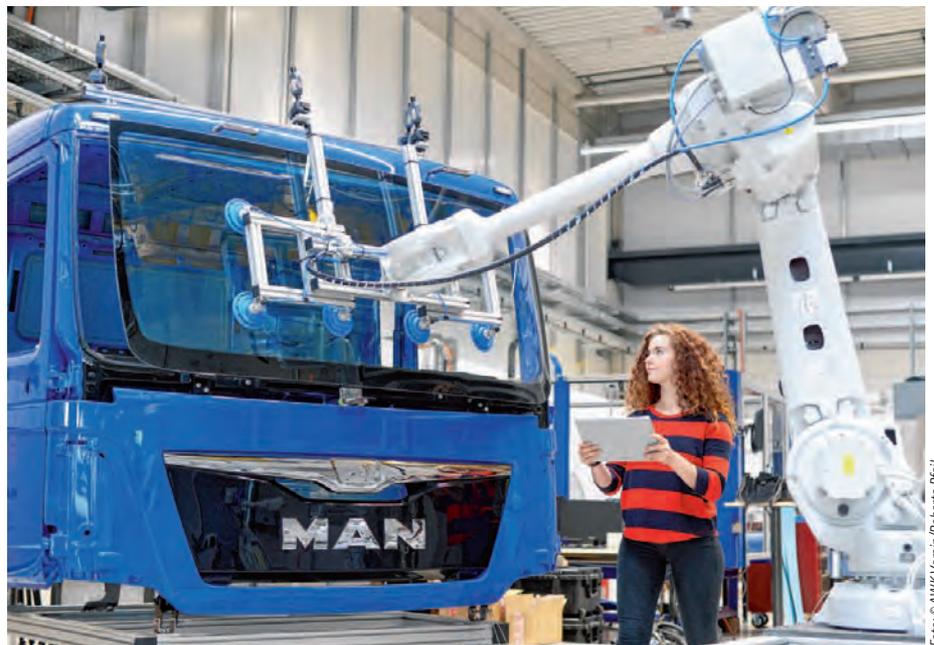


Foto: © AWK Verein/Roberto Pfeil

Mensch und Maschine: Ein Forschungsprojekt mit WZL-Beteiligung soll beide Akteure der industriellen Produktion besser aufeinander abstimmen.

System, das durch KI-basierte Methoden aus Unternehmensdaten, wie sie etwa beim „Enterprise Resource Planning“ (ERP) und in

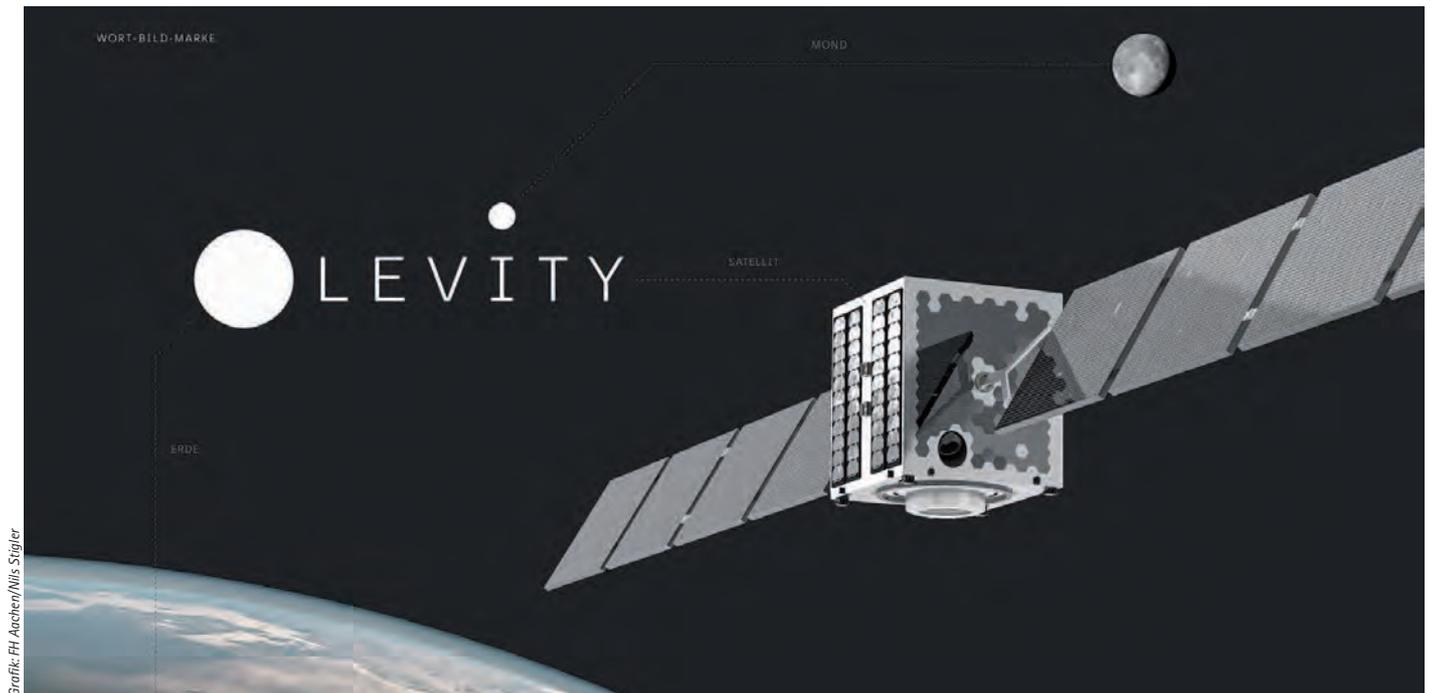
„Manufacturing Execution Systems“ (MES) vorliegen, Handlungsmöglichkeiten generiert.

Deep-Tech: „RWTH Innovation“ kooperiert mit „German Entrepreneurship“

► Die RWTH Innovation GmbH und die German Entrepreneurship GmbH haben eine strategische Partnerschaft zur Stärkung des im In- und Ausland aktiven deutschen Start-up-„Ökosystems“ geschlossen. Ziel der Kooperation ist es, mehr erfolgreiche Deep-Tech-Gründungen gezielt zu fördern und weltweit erfolgreich zu machen. Gelingen soll das durch die Kombination des „RWTH Innovation“-Know-hows im Bereich „Deep Tech“ und

der „German Entrepreneurship“-Erfahrung im Bereich der Akzelerierung und Skalierung von Start-ups. Junge Unternehmer sollen auf diese Weise direkt mit erfahrenen Unternehmern, Experten aus der Wissenschaft oder Industrie-Experten vernetzt werden. Die RWTH Innovation GmbH ist die Technologietransferstelle und das Zentrum für Entrepreneurship-Aktivitäten der RWTH Aachen. Ihre Aufgabe ist die Beratung und Unterstützung von Studieren-

den sowie Wissenschaftlern bei der Umsetzung ihrer Forschung in Geschäftsideen. Die German Entrepreneurship GmbH fördert Innovationen in Unternehmen aller Größenordnungen – von DAX-notierten Konzernen über mittelständische Unternehmen bis hin zu Start-up-Betrieben. Sie betreibt unter anderem den „German Accelerator“, der auf internationale Expansion spezialisiert ist und vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert wird.



Grafik: FH Aachen/Nils Stigler

In höheren Sphären unterwegs: Das Corporate Design des FH-Studenten Nils Stigler für den Start-up-Betrieb „Levity“ hat eine internationale Auszeichnung erhalten.

Mondsatelliten: Gestalter der FH gewinnt internationalen Design-Preis

► Kann man mit Mondstaub Häuser bauen? Wie entwickeln sich Pflanzen auf dem Erdtrabanten? Die Forschung nimmt den Mond immer öfter ins Visier. Das von Studenten und Absolventen des Fachbereichs Luft- und Raumfahrttechnik der FH Aachen gegründete Start-up-Unternehmen „Levity“ möchte Mond-Satelliten bauen. Die visuelle Übersetzung und das Corporate Design des FH-Studenten Nils Stigler vom Fachbereich Gestaltung ist mit dem international ausgeschriebenen „Junior Corporate Design Preis“ des Veranstalters „AwardsUnlimited“ ausgezeichnet worden. Das Gründerteam und diesjähriger Forschungspreisträger der FH Aachen möchte mit „Levity“ zu einer Kommerzialisierung in der Raumfahrt beitragen. Der entwickelte Kleinsatellit soll mit

einer Rakete bis zum geostationären Erdorbit fliegen und von dort aus eigenständig mit nur 14 Kilogramm Treibstoff und einem elektrischen Antrieb bis zum Mond kommen – was bisher nur mit einer Mondrakete möglich ist. Einige Unternehmen sollen bereits Interesse an dem Satelliten bekundet haben. Ziel sei es, 2026 den ersten Start vorzunehmen. Die Geschäftsidee zu „Levity“ wurde von 2016 bis 2019 konzipiert. 2018 belegte das Team den zweiten Platz des AC²-Gründerwettbewerbs sowie den dritten Platz des Innovationswettbewerbs „INNOspace Masters“ des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt.

www.corporate-design-preis.de

Verdienstkreuz und Reallabor: Neues Fraunhofer IEG startet gut ins erste Jahr

► Die neue Fraunhofer-Einrichtung für Energieinfrastrukturen und Geothermie (IEG) ist mit mehreren Erfolgsmeldungen an den Start gegangen. So erhielt IEG-Gründungsdirektor Professor Rolf Bracke im Aachener Rathaus aus den Händen des seinerzeit amtierenden Oberbürgermeisters Marcel Philipp das Bundesverdienstkreuz. Bracke, der 1995 seinen Dokortitel in Geologie an der RWTH Aachen erwarb, wurde im vergangenen Mai 2020 auf den neuen Lehrstuhl für Geothermische Energiesysteme an der Ruhr-Universität Bochum berufen. Der in Aachen lebende 58-Jährige erhielt das Bundesverdienstkreuz für seine

Forschung zur Geothermie sowie für die entsprechenden Impulse, die er in Nordrhein-Westfalen durch die Vernetzung von Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft setzte. Die IEG nahm Anfang 2020 ihre Arbeit zur Energiewende an sieben Standorten zugleich auf – unter anderem in Aachen und Jülich. Zudem hat der Aufsichtsrat der „Zukunftsagentur Rheinisches Revier“ einen Projektantrag der IEG im Rahmen des „SofortprogrammPLUS“ bewilligt. Die entsprechenden Maßnahmen umfassen den Aufbau eines Reallabors zur Erkundung und Erschließung der Tiefengeothermie im Rheinischen Revier,

bei dem das Potenzial zur Nutzung der Tiefenwärme für die Versorgung von Fernwärmenetzen festgestellt werden soll, wie sie in Aachen, im Ruhrgebiet und in vielen weiteren Regionen derzeit noch fossil befeuert werden. Außerdem soll der Bau und die Erstausrüstung der Fraunhofer IEG in Aachen und Weisweiler forciert werden. Von klimafreundlicher Energie etwa aus thermalwasserführenden Schichten sollen künftig beispielsweise die Chemieindustrie und Betriebe der Zucker- und Nahrungsmittelherstellung, der Holz- und Papierverarbeitung sowie der Metall-, Zement- und Bauindustrie profitieren.



Sektorkopplung: Bund stellt 7,5 Millionen Euro für „ODH@Jülich“ bereit

► Die Fraunhofer-Einrichtung für Energieinfrastrukturen und Geothermie (IEG) wird für die Dauer von viereinhalb Jahren mit rund 7,5 Millionen Euro durch das Bundesforschungsministerium unterstützt. Im neuen Projekt „ODH@Jülich“ sollen in dieser Zeit digitale Werkzeuge entstehen, mit denen sich technische Anlagen zur Kopplung der Energiesektoren Strom und Wärme planen und betreiben lassen. Das interkommunale Gewerbegebiet „Brainergy Park“ in Jülich bietet ideale Voraussetzungen für die Forschung an sektorgekoppelten Energiesystemen. Der Austausch von Energie zwischen einzelnen Sektoren wie Strom, Mobilität und Wärme eröffnete viele Chancen für einen nachhaltigen, kohlendioxidneuen

Umbau des Energiesystems. Erneuerbarer Strom etwa könnte jene Sektoren versorgen, die heutzutage vorrangig fossile Energieträger einsetzen – allen voran die Wärmeerzeugung in Quartieren. „ODH@Jülich“ soll ein für alle Nutzer offenes und alle Sektoren integrierendes Planungs- und Simulationswerkzeug entwickeln, das den Grundstein für eine flächendeckende sektorübergreifende Energieversorgung in Stadtquartieren sowie deren automatisierten Planungs- und Betriebsführungsprozess legt. Ziel sei auch die Erleichterung künftiger Investitionsentscheidungen für Versorgungssysteme, die jahrzehntlang ihren Dienst verrichten sollen.

Plastik-Recycling: Mikroben-Projekt unter Beteiligung der RWTH wird von der EU gefördert

► Eine internationale Kooperation mit RWTH-Beteiligung zur Erforschung des Plastik-Recyclings mit Hilfe von Mikroben wird von der Europäischen Union unterstützt. Das im Rahmen der Initiative „HORIZON 2020“ geförderte Vorhaben befasst sich mit neuen Methoden der Wiederverwertung, da allein im Jahr 2019 weltweit rund 360 Millionen Tonnen Plastik produziert wurden, das auf der Mülldeponie oder gar im Meer landete. Ziel des multidisziplinären Konsortiums „MIX-UP“ (MIXed Plastics Biodegradation and UPcycling Using Microbial Communities) ist eine Recycling-Alternative zu herkömmlichen mechanischen und chemischen Verfahren. Seitens der RWTH sind die Lehrstühle für Angewandte Mikrobiologie, für Biotechnologie sowie für Technische und Makromolekulare Chemie und die Aachener Verfahrenstechnik beteiligt. Ihr Ziel ist die mikrobielle Verwertung von Plastikabfällen hin zu wertigen Molekülen.



Alles für den Müll? Wissenschaftlerinnen forschen im Bioreaktor des RWTH-Instituts für Angewandte Mikrobiologie an neuen Methoden für das Plastik-Recycling.

Foto: RWTH Aachen/Peter Winandy

NTU-Ranking: RWTH erzielt Bestnoten im Vergleich von 800 Universitäten

► Die RWTH Aachen hat einige Spitzenplätze beim diesjährigen Universitäten-Ranking der „National Taiwan University“ (NTU) belegt. Auf nationaler Ebene wurde die RWTH in 18 von 24 Fächern als eine der stärksten Hochschulen Deutschlands gelistet. In den Fächern Bauingenieurwesen, Chemieingenieurwesen und Maschinenbau

erreichte die Aachener Exzellenzuniversität als beste deutsche Hochschule den ersten Platz. Mit dem zweiten Platz im Fach Elektrotechnik sowie Drittplatzierungen in Chemie, Informatik und Mathematik erzielte die RWTH zudem weitere Top-Ergebnisse im bundesweiten Vergleich. Im Zuge ihres weltweiten Vergleichs ermittelt die NTU jährlich die

800 besten Universitäten in sechs Wissenschaftsbereichen und insgesamt 24 einzelnen Fächern. Für das international renommierte Ranking wertet sie verschiedene Indikatoren wie internationale wissenschaftliche Publikationen aus und gewichtet sie nach Produktivität, Exzellenz und Einfluss in der Forschung.



Bodenbindung: FZJ-Experten plädieren für CO₂-Eintrag in die Erde

► Ein internationales Wissenschaftler-Team mit Beteiligung des Forschungszentrums Jülich (FZJ) hat sich gemeinsam dafür ausgesprochen, verstärkt das Potenzial des Erdbodens zur langfristigen Bindung von Kohlenstoff zu nutzen. Auf diese Weise ließe sich die Zunahme des Treibhausgases in der Atmosphäre um ein Drittel senken, schätzen die Experten. Gleichzeitig würden sich die Agrarerträge in vielen Regionen deutlich steigern. In der Zeitschrift *Nature Communications* stellen die Forscher eine Strategie vor, mit der sich diese Ziele erreichen lassen sollen. Dazu gebe es eine Reihe von Maßnahmen – etwa das Mulchen als Bedeckung des Bodens mit Ernteresten sowie die Zugabe von Pflanzenkohle. Die wichtigste Methode sei es aber, den Pflanzenbewuchs und damit die Ernteerträge zu steigern: durch Kalkung saurer Böden, bedarfsgerechte Düngung und geschickte Bewässerung. Die globale Umsetzung dieser Methode gestalte sich jedoch schwierig: Zu unterschiedlich seien Qualität und Eigenschaften der Böden an verschiedenen Standorten. Um ein möglichst breites Wissen über die Beschaffenheit zu erlangen, empfehlen die Wissenschaftler den Aufbau von Daten-



Foto: Universität Bonn/frank Luerweg

Großflächig gedacht: Forscher aus Jülich und internationale Partner wollen den Zustand freier Flächen global erfassen, um künftig die CO₂-Aufnahmefähigkeit der Böden zu nutzen.

banken, die den Zustand der Flächen überall auf dem Globus kleinteilig erfassen, sowie eine ebenso detaillierte Modellierung möglicher Erntegewinne und des dafür notwendi-

gen Düngemitelesinsatzes. Außerdem müsse sichergestellt sein, dass es nicht zu einer bloßen Umverteilung des Kohlenstoffeintrags komme.

Strukturwandel: RWTH-geleitete Plattform für das Rheinische Revier startet

► Die von der RWTH Aachen koordinierte geleitete Dialog-Plattform „REVIERa“ zur Vernetzung aller Akteure des Strukturwandels im Rheinischen Revier hat ihre Arbeit aufgenommen. Nach dem Auftakt-Workshop vom vergangenen Februar, der den Austausch zwischen Forschung, Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Bürgern eröffnete, wurde in einer digitalen Projektwerkstatt jetzt über konkrete Ideen und Transformationspotenziale diskutiert. Dafür seien zuvor 57 Pro-

jektideen gesammelt worden, über die sich 145 „Werkstatt“-Teilnehmer anschließend austauschten. Unter Einbeziehung unterschiedlicher Fakultäten und Disziplinen koordiniert „REVIERa“ künftig die kontinuierliche Begleitung des Strukturwandels. Mit Beteiligung der Bevölkerung sollen Maßnahmen individuell passend für die sozialen, geografischen und wirtschaftlichen Kontexte entwickelt werden.

Neutronenquelle: Forschungszentrum Jülich nutzt Neubau in Garching mit

► Die Technische Universität München und das Forschungszentrum Jülich (FZJ) haben die Kapazitäten der weltweit vielseitigsten Neutronenquelle erweitert. Zwei neue Gebäude mit insgesamt 4.550 Quadratmetern Nutzfläche für Labore, Büros und Werkstätten wurden am „Heinz Maier-Leibnitz Zentrum“ in Garching bei München eröffnet. Bis zu 1.200 Gastwissenschaftler aus aller Welt besuchen jährlich das MLZ, an dem das FZJ beteiligt ist, um an der Forschungs-Neutronenquelle „FRM II“ Messungen vorzunehmen. Die Anlage ist eine von wenigen

Hochflussneutronenquellen für Forschungszwecke und zur Radioisotopenproduktion in Europa. Derzeit arbeiten mehr als 400 Menschen an MLZ und FRM II. Dafür nutzen sie 27 wissenschaftliche Instrumente, sechs weitere sind im Bau. Die beiden neuen Gebäude sollen dem stark gestiegenen Raumbedarf Rechnung tragen. Der südliche Bau war im Auftrag des Bundesforschungsministeriums entstanden, das nördliche im Auftrag der Bayerischen Staatsregierung für die TUM. Die Baukosten belaufen sich auf insgesamt rund 38 Millionen Euro.



„BioökonomieREVIER“: Neue App aus Jülich erlaubt aktive Mitgestaltung

► Eine neue und kostenfreie App informiert ab sofort über Neuigkeiten rund um nachhaltiges, biobasiertes Wirtschaften im Rheinischen Revier. Das Angebot für iPhones und Android-Smartphones wurde von der „Koordinierungsstelle BioökonomieREVIER“ entwickelt, die am Forschungszentrum Jülich angesiedelt ist. In einer Revierkarte oder wahlweise als Liste lassen sich in der „BioökonomieREVIER APP“ regionale Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Landwirtschaft sowie deren Projekte, Neuigkeiten und Veranstaltungen aufrufen. Eine Besonderheit: Interessenten sind dazu eingeladen, sich einzubringen und eigene Projekte sowie Veranstaltungen zu melden oder sich als Bioökonomie-

Akteur registrieren zu lassen. Die App soll dabei helfen, Unternehmen und weitere Akteure aus verschiedenen Branchen zusammenzubringen, die bislang womöglich keine gemeinsamen Anknüpfungspunkte gesehen haben. Als wirtschaftlich wichtige Bioökonomie-Branchen im Revier gelten beispielsweise die Land- und Ernährungswirtschaft, die Chemie-, Kunststoff- und Papierindustrie sowie die Biotechnologie. Ziel von „BioökonomieREVIER Rheinland“ ist es, Innovationen aus der Wissenschaft in die wirtschaftliche Praxis in Wertschöpfung und Geschäftsmodelle umzusetzen. Die Initiative wird im Rahmen des Sofortprogramms der Bundesregierung für den Braunkohleausstieg gefördert.

Strahlkraft: Fraunhofer-ILT entwickelt neue Effizienz-Technologie mit

► Das Fraunhofer-Institut für Lasertechnik (ILT) in Aachen ist für seine Mitwirkung an einer deutlichen Produktivitätssteigerung mit dem „Wissenschaftspreis des Stifterverbands für Verbundforschung“ ausgezeichnet worden. Einem Team aus Industrie und Forschung mit Beteiligung des ILT war die Entwicklung einer Technologie gelungen, bei der ein Laserstrahl in bis zu 16 einzelne Bündel aufgeteilt wird – und damit in 16 parallel und individuell steuerbare Werkzeuge, die sich für die Herstellung funktionaler Oberflächen einsetzen lassen. Herzstück der effizienten Herstellung

funktionaler Oberflächen ist ein neuer Ultrakurzpuls-Laser mit 500 Watt Durchschnittsleistung. Sein Licht wird in einer Spezialoptik auf bis zu 16 Strahlen verteilt. Inzwischen sei die Technik gar auf 64 Strahlen erweitert worden. Künftige Anwendungsfelder sollen bis hin zu speziellen Arbeitsschritten in Batterie- und Wasserstofftechnologien reichen. Bei einer weiteren Leistungskalierung sei auch die Bearbeitung größerer Flächen denkbar – etwa zur Reduktion des Strömungswiderstands von Windkraftträdern oder Flugzeugtragflächen.



Foto: © Fraunhofer ILT Aachen

Möglich mit Multistrahl: Eine effiziente Laser-Prägung größerer Oberflächen.

VOBA IMMOBILIEN eG

Wissen Sie, für wie viel Geld Sie Ihre Immobilie verkaufen könnten?

Jetzt online kostenfrei berechnen: vobaimmo.de/bewerten

www.vobaimmo.de

Are you ready for BREXIT?

Verzollungslösungen „Ohne Grenzen“

Offergeld Logistik als Ihr kompetenter Ansprechpartner für alle Zollfragen

- Abwicklung von Import- & Exportaufträgen im ATLAS-Verfahren mit qualifiziertem Personal
- „Zugelassener Wirtschaftsbeteiligter“ (AEO)
- „Zugelassener Versender“
- „Zugelassener Ausführer“
- Zolllager
- FDA Registration

Offergeld Logistik GmbH & Co. KG
Industriestraße 27
52457 Aldenhoven

Agnes Duffek
Tel. 02464/9903655
a.duffek@offergeld.de
www.offergeld.de

OFFERGELD LOGISTIK

Wir bewegen Werte. Seit 1924.

Warehousing – Transportation – Value Added Services



Foto: © Andrey Popov – Fotolia.com



Foto: © fotogestoeber – Fotolia.com



Foto: © epr – AKAD



Foto: © Fotowerk – Fotolia.com

Industrie-, Anlage- und Gewerbeimmobilien

Auswirkungen von Covid-19 auf die Immobilienbranche

„Pandemiefreundliche“ Immobilien werden sich langfristig durchsetzen

Die Ausbreitung des bis dato unbekanntes Coronavirus SARS-CoV-2 hat nicht nur unser Gesundheitssystem auf den Prüfstand gestellt, sie hat auch unser Wirtschaftssystem aufs härteste getroffen. Folglich bleibt die Immobilienbranche von den Auswirkungen der seit Jahresbeginn grassierenden Pandemie nicht verschont.

Das Robert-Koch-Institut geht davon aus, dass zwar voraussichtlich ab Mitte nächsten Jahres ein Impfstoff verfügbar ist und damit Hoffnung besteht, die Pandemie mittelfristig einzudämmen. Inwieweit dieser Impfstoff tatsächlich wirksam ist und ab wann er flächendeckend zur Verfügung steht, lässt sich zum heutigen Zeitpunkt noch nicht eindeutig prognostizieren. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass wir uns mit der Corona-Pandemie und deren Folgen, die fast alle Bereiche unseres täglichen Lebens und der Wirtschaft betreffen, vermutlich noch einige Jahre auseinandersetzen müssen.

Für die Immobilienbranche zeichnen sich aktuell unterschiedliche Entwicklungen ab, die bereits jetzt zu unwiderlichen Veränderungen geführt haben bzw. noch führen werden. Einige dieser Entwicklungen werden im Folgenden überblicksartig skizziert. Durch den „coronabedingten“ Lockdown im Frühjahr 2020 wurden vielfältige Bürotätigkeiten sowie die Teilnahme an Bespre-

chungen ins Homeoffice verlagert. Eine Entwicklung, die bis dato nahezu undenkbar schien, fand zumindest Übergangsweise sowohl arbeitgeber- als auch arbeitnehmerseitig Akzeptanz und wurde von jetzt auf gleich umgesetzt. Die Tätigkeitsauslagerung ins Homeoffice hat dazu geführt, dass mittlerweile verschiedenste Branchen bisherige Arbeitsplatzkonzepte in Frage stellen und über langfristige Büroflächenreduzierungen sinnieren. Zu erwartende konjunkturelle Durststrecken werden diesen Trend mit Sicherheit weiter anheizen. Aktuell zeichnen sich in den Top-Büromärkten „Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Stuttgart“ zwar noch keine eklatanten Nachfrage- und Mietpreisreduzierungen ab, da der Markt aufgrund der abzuwartenden Mietvertragsrestlaufzeiten zeitverzögert reagiert.

Zu vermuten ist, dass hybride Lösungen aus Homeoffice und Sharing-Büroarbeitsplatz die Zukunft sind, klassische Bürokonzepte ablösen und den Büromarkt maßgeblich beeinflussen. Grundsätzlich werden auch weiterhin universelle Bürogebäude nachgefragt werden, die unternehmensseitig als Repräsentations- und Kommunikationsplattform zu nutzen sind. Die Begegnungsflächen innerhalb der Bürogebäude müssen zukünftig „pandemiefreundlich“ konzipiert sein und Abstandserfordernisse berücksichtigen. Gesamtheitlich wird

das erforderliche Büroflächenvolumen aber aufgrund der Hybridisierung mit der Zeit abnehmen. Wohlstandsentwicklungen haben dazu geführt, dass sich laut Statista die Pro-Kopf-Wohnfläche in Deutschland in den letzten 30 Jahren um rund ein Drittel auf derzeit 47 qm vergrößert hat. Zu vermuten ist, dass der Trend zum Homeoffice, in dem Bürobeschäftigte störungsfrei ihrer täglichen Arbeit nachkommen können, dazu führen wird, dass sich die Pro-Kopf-Wohnfläche weiterhin massiv ausdehnt.

Sämtliche Gewerbeimmobilien, die der Übernachtung, Beköstigung, Unterhaltung, Information, Freizeit, Tagung etc. dienen und Leistungen anbieten, die in Pandemiezeiten weder politisch noch gesellschaftlich als nicht zwingend erforderlich eingestuft werden, sind speziell während eines Lockdowns nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben. Dies führt bei Investoren im Einzelfall zu Mietausfällen und bei Mietern/Betreibern zu existenziellen Problemen. Sollte auch in Zukunft eine vorübergehende Schließung von Hotels, Gaststätten, Kinos, Theatern, Messehallen, Sporteinrichtungen etc. notwendig sein, so wird dies die langfristige Wertentwicklung dieser Assetklassen negativ beeinträchtigen.

Ähnliche Entwicklungen zeichnen sich bereits jetzt bei Handelsimmobilien ab. Immobilienobjekte, die großflächigen



Foto: © Scanrail – Fotolia.com



Foto: © Rido – Fotolia.com



Foto: © motorradcbr – Fotolia.com



Foto: © Alexander Rath – Fotolia.com

Anzeigensonderveröffentlichung

Lebensmitteleinzelhandel in zentralen innerstädtischen Lagen, mit guter Verkehrsanbindung und einer hinreichenden Anzahl von Pkw-Parkflächen nachweisen, sind weiterhin wertstabil und bieten auch in Zeiten von Corona ein hinreichendes Maß an Zukunftspotenzial. Die Sparten „Elektronik, Kosmetik und Textil“ leiden bereits seit Jahren unter der zunehmenden Expansion des Onlinehandels. Infolge einzuhaltender Corona-Auflagen oder gar Lockdowns werden die vorgenannten Sparten zusätzlich negativ beeinträchtigt. Dies hat zur Folge, dass Gewerbemieter ihren

Mietvertragsverpflichtungen nicht mehr nachkommen können und im Extremfall zur Aufgabe gezwungen sind.

Sowohl institutionelle als auch private Immobilieninvestoren sind sich seit jeher der diversen immobilienwirtschaftlichen Risiken bewusst. Pandemien waren bis dato jedoch nicht in ihren Risikokatalogen enthalten, werden seit neustem zum „main risk criterion“ erklärt. Trotz vielfältiger staatlicher Hilfen, die nur vorübergehende wirtschaftliche Linderung bei den Mietern/Betreibern bringen, wird sich das zukünftige An-

legerverhalten maßgeblich ändern. Projekte wie auch Objekte, deren Nutzung nicht von Pandemien beeinflusst werden können, gewinnen in den nächsten Jahren an Attraktivität und erfahren hohe Wertzuwächse. Projekte und Objekte, die wenig „pandemiefreundlich“ ausgestaltet sind und deren Nutzung in Pandemiezeiten problematisch ist, werden im Zeitverlauf an Wert verlieren oder gegebenenfalls sogar vom Markt verschwinden.

*(Prof. Dr. Erich Limpens
FOM Hochschule für Oekonomie
& Management, Aachen)*



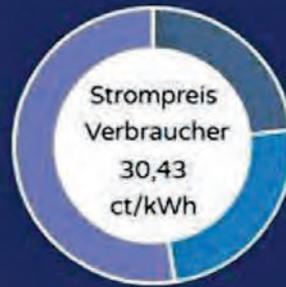
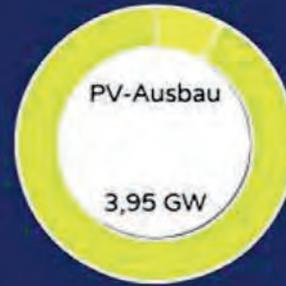
Tutto completo - Wenn ein Partner alles regelt

Wir realisieren Wohn- und Zweckbauten. Schlüsselfertig, innovativ, auf modellbasierter und digitaler Planung. Von der Projektentwicklung über die Bauausführung bis hin zum Betrieb bieten wir Ihnen die Komplettleistung aus einer Hand. Mit unserer mobilen Prüfsystem-App **nQ** gewährleisten wir Bauqualität auf höchstem Niveau.

Wir bauen Ideen. Bauen Sie Ihre Ideen mit uns!

nesseler.de





Screenshot: IHK Aachen

Wie viel von was und zu welchem Preis: Das Energiewende-Cockpit der IHK Aachen gibt einen Überblick über den jeweils aktuellen Stand in Sachen Energiewende.

Mit innovativer Übersicht zu neuen Einsichten

Energiewende-Cockpit: Mit ihrem neuen digitalen Angebot macht die IHK Aachen den Stand der Energiewende transparent

Die IHK Aachen macht ab sofort den Stand der Energiewende auf einfache Art und Weise sichtbar: mit dem Energiewende-Cockpit, einem kostenfreien Monitoring-Tool im Internet. Unter www.energiwende-cockpit-ihk.de können sich Interessierte schnell und jederzeit den Status-quo des Ausbaus des Stromnetzes in Deutschland und der erneuerbaren Energien vor Augen führen. Außerdem informiert die Online-

Plattform über Neuigkeiten beim Aufbau der Wasserstoffwirtschaft und zeigt mögliche Handlungsbedarfe auf. „Das Cockpit erlaubt uns einen Blick in den Maschinenraum der Energiewende“, sagt IHK-Präsidentin Gisela Kohl-Vogel. „Läuft es rund oder hakt es? Wo muss gegebenenfalls neu justiert werden?“ Ziel sei es, den Kurs der Energiewende nicht aus den Augen zu verlieren, betont Kohl-Vogel gemeinsam mit

ihren Vizepräsidenten Stefanie Peters und Dirk Harten sowie IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer während der Vorstellung des Monitoring-Tools in Aachen.

NRW-Wirtschafts- und Energieminister Professor Andreas Pinkwart wandte sich per Videobotschaft an die regionalen Unternehmen und betont, dass Wasserstoff eine wichtige Rolle im zukünftigen Energiesystem einneh-



sich auf den Weg hin zur Klimaneutralität. Wir dürfen diesen Zug jetzt nicht verschlafen, sondern müssen den Wandel in allen Teilen der Wirtschaft gestalten. Das ist Teil unseres industriepolitischen Leitbildes, Wirtschaft und Umwelt zusammenzudenken und Nordrhein-Westfalen zu den modernsten und klimafreundlichsten Industriestandorten Europas bis 2030 zu entwickeln. Wir haben dafür alle Voraussetzungen.“

Bayer ist überzeugt, dass die Wirtschaft die Chancen der Energiewende nutzen wird – mit Hilfe der Wissenschaft: „Die Chancenregion Aachen steht in den Startlöchern, um neue Geschäftsmodelle und neue Arbeitsplätze zu schaffen.“ Für die Unternehmen in der Region seien neben dem schnellen Ausbau erneuerbarer Energien und der benötigten Strom- und Gasleitungen auch Versorgungssicherheit, niedrige Strompreise und weniger Bürokratie erforderlich. Bayer bekräftigt: „Für diese zentralen Ziele setzt sich die IHK Aachen künftig noch stärker ein.“

Zwischen rotem Preisbereich und grünen Perspektiven

IHK-Vizepräsident Dirk Harten, Geschäftsführer der Schwermetall GmbH aus Stolberg, verweist auf ein Instrument des Energiewende-Cockpits, das sich bereits heute im roten Bereich befindet: „Die Strompreisanzeige

steht am Anschlag und macht klar: Teurer darf es für die Verbraucher in Deutschland nicht mehr werden, sonst drohen Unternehmen mit Abwanderung.“ Das müsse um jeden Preis verhindert werden: „Industrie-arbeitsplätze, die aus Kostengründen ins Ausland verlagert werden, schonen nicht die Umwelt“, warnt Harten. „Sie sind für immer verloren – was wiederum Arbeitsplätze bei regionalen Zulieferern bedroht.“

Das Energiewende-Cockpit der IHK Aachen rückt auch den Hoffnungsträger des Rheinischen Reviers in den Fokus: Wasserstoff. „Der Umbau unseres Energiesystems eröffnet besonders für den starken Maschinen- und Anlagenbau in der Region neue Perspektiven und Märkte“, hebt IHK-Vizepräsidentin Stefanie Peters hervor, geschäftsführende Gesellschafterin der NEUMAN & ESSER Group aus Übach-Palenberg. Peters wurde in den Nationalen Wasserstoffrat der Bundesregierung berufen und ist überzeugt: „Es entstehen neue Wertschöpfungsketten, die innovative Unternehmen nutzen können, um ihr Know-how in der Erzeugung, Speicherung und Nutzung von Wasserstoffs auszubauen.“

@ www.energiwende-cockpit-ihk.de

i **IHK-Ansprechpartner:**
Raphael Jonas
Tel.: 0241 4460-119
raphael.jonas@aachen.ihk.de

men werde und Nordrhein-Westfalen nicht den Anschluss verlieren dürfe: „Immer mehr Länder und immer mehr Industrien machen



Rückten das Thema Energiewende in den Fokus (v.l.): IHK-Vizepräsident Dirk Harten, IHK-Hauptgeschäftsführer Michael F. Bayer, IHK-Präsidentin Gisela Kohl-Vogel und IHK-Vizepräsidentin Stefanie Peters.



Kreativ durch die Krise: aachen tourist service bringt den Aachener Weihnachtszauber in die heimischen Wohnzimmer

► „Wenn der Gast nicht nach Aachen kommen kann, dann bringen wir Aachen zum Gast.“ So lautete der Konsens, als das Team des Vereins aachen tourist service (ats) angesichts der Corona-Maßnahmen die Köpfe zusammengesteckt hat. Bereits im Frühjahr konnte der ats durch Einfallsreichtum seine Gäste weiterhin erreichen und im Sommer wieder viele Touristen für die Kaiserstadt begeistern. Unmittelbar zu Beginn des erneuten Lockdowns, der insbesondere Betriebe in der Gastronomie- und Tourismusbranche hart getroffen hat, sind beim ats neue Aktionen entstanden mit dem Ziel, den weihnachtlichen Zauber Aachens in die heimischen Wohnzimmer zu bringen. Drei Auszubildende des ats entwickelten die Idee, vom 1. bis zum

24. Dezember mit Postings über die Social-Media-Kanäle des ats die Herzen der Gäste und der Aachener zu wärmen. Dabei soll auch auf das Aachener Weihnachtsmarkt-Gefühl in diesem außergewöhnlichen Jahr niemand völlig verzichten müssen. Wie das gelingen kann, präsentiert der ats auf seiner Internetseite „Die Idee des ats, Auszubildende in der Zeit des Lockdowns gezielt kreative Lösungen für die Zeit der Einschränkungen, aber auch für den Re-Start entwickeln zu lassen, ist ein gutes Beispiel wie Betriebe und Organisationen den Herausforderungen begegnen können“, sagt Philipp Piecha, IHK-Referatsleiter für Wirtschaftsförderung und Tourismus.

@ www.aachen-tourismus.de



Social-Media-Aktion: Drei Auszubildende des ats, Emma Gerards (r.), Corinna Strunk und Sebastian Voß, haben kreative Lösungen für die Zeit der Einschränkungen entwickelt, um weiterhin Kontakt zu den Gästen zu halten.

Foto: aachen tourist service e.V.

Strukturwandel mitgestalten: „Mine ReWIR“ bietet Betrieben ein Netzwerk an Ideen

► Unter dem Titel „Mine ReWIR“ hat sich im Rahmen des Programms „WIR! – Wandel durch Innovation in der Region“ ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördertes Netzwerk gebildet, um an Lösungen für den Strukturwandel im Rheinischen Revier zu arbeiten. Das Netzwerk wird durch das Institute for Advanced Mining Technologies (AMT) an der RWTH Aachen koordiniert und umfasst als Partner bisher die Nivelsteiner Sandwerke, die RWE Power AG, die IHK Aachen, die EnergieAgentur.NRW sowie die

VDMA Mining und die Fachvereinigung Auslandsbergbau (FAB). Gemeinsam mit Zulieferbetrieben in der Region, die im Bergbaubereich tätig sind, sollen im Rahmen der Initiative Wege erarbeitet werden, um langfristig innovatives Know-how in der Region zu halten und weiterzuentwickeln. So könne die Attraktivität des Standorts gesichert und Arbeitsplätze erhalten und geschaffen werden. „Mine ReWIR“ bietet ein Netzwerk und eine Plattform zur aktiven Gestaltung des Strukturwandels mit Fokus auf Unternehmen und Akteu-

ren, die vom Braunkohleausstieg unmittelbar betroffen sind. Gleichzeitig adressiert das Projekt auch Betriebe, die in den Innovationsfeldern tätig sind und deshalb neue Perspektiven in das Netzwerk einbringen können. Die Projektinitiative ist offen für weitere Partner und Mitwirkende. Für Informationen über Möglichkeiten der aktiven Mitgestaltung wenden sich interessierte Unternehmen oder Akteure aus der Region am besten per Mail an Aarti Sörensen unter asoerensen@amt.rwth-aachen.de.



Foto: Institute for Advanced Mining Technologies

Minenspiel? Nein, an der Zukunft des Rheinischen Reviers muss jetzt konkret gearbeitet werden.



Innovationsbericht Nordrhein-Westfalen 2020: Stärken sollen genutzt und weiter ausgebaut werden

► Wirtschaft und Wissenschaft in Nordrhein-Westfalen verfügen über großes Potenzial, auch künftig ein führender Treiber von Innovationen, Wachstum und Beschäftigung in Europa zu sein. Das zeigt der Innovationsbericht, den NRW-Wirtschafts- und Innovationsminister Andreas Pinkwart in einer Digitalkonferenz vorgestellt hat. Der letzte Innovationsbericht des Landes liegt zehn Jahre zurück. Die umfassende Analyse erarbeitete

das „RWI – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung“ gemeinsam mit dem Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), der Wirtschaftsstatistik GmbH des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft und dem Centrum für Entrepreneurship, Innovation und Transformation (CEIT) der Ruhr-Universität Bochum im Auftrag des Innovationsministeriums. Laut Bericht sind die positiven Entwicklungen bei Hochschul-

ausgründungen, bei Forschungskapazitäten für Zukunftsthemen und bei der digitalen Infrastruktur Stärken, die NRW nutzen und ausbauen könne. Bis Januar 2022 werden noch zwei weitere Innovationsberichte zu den Themen „Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen“ sowie „technologie- und wissensintensiver Gründungen“ vorgelegt.

@ www.innovationsbericht.nrw

Das digitale Ökosystem erlebbar machen: Matching-Plattform startups.nrw geht an den Start

► Sechs Digital Hubs, die durch die Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ entstanden sind, sowie die Founders Foundation haben die Plattform startups.nrw gestartet. Ziel ist es, das digitale Ökosystem in NRW erlebbar zu machen und die Akteure – von Forschungseinrichtungen über Start-ups und Acceleratoren bis hin zum Mittelstand – noch besser miteinander zu vernetzen. Bereits zum Zeitpunkt des Launches waren auf der Beta-Version der Seite über 1.300 Startups mit rund 1.000 Produkten/Technologien sowie circa 2.300 Mitglieder gelistet. Auf Basis von Branchen, Interessen und Gesuchen werden digitale Startups mit Investoren und Unternehmen gematcht. Auch für mittelständische Unternehmen und Corporates bietet die Plattform einen wichtigen Mehrwert: Durch Kooperatio-



Wo ist was? Die Plattform startups.nrw hat zum Ziel, das digitale Ökosystem des Landes noch besser erlebbar zu machen und die Akteure weiter miteinander zu vernetzen.

nen mit Startups erhalten sie wertvolle Technologien oder Inspirationen, um Prozesse und Produkte weiterzuentwickeln. Umgesetzt wurde startups.nrw von dem Aachener B2B-

Innovationsnetzwerk Innoloft GmbH nach dem Vorbild der Matching-Plattform des digitalHUB Aachen.

@ <https://startups.nrw>

Wärmewende gestalten: Förderwettbewerb „Wärme aus Tiefengeothermie für NRW“ ist gestartet

► Die Energiewende geht Hand in Hand mit der Wärmewende und rückt die regenerative Wärmeumwandlung zunehmend in den Fokus. Das Energieministerium des Landes Nordrhein-Westfalen will die Potenziale der Tiefengeothermie besser erschließen und dabei Unternehmen, Bürger und Kommunen einbinden. Hierzu fördert es bis zu drei Machbarkeitsstudien mit jeweils bis zu 500.000 Euro. Der Einreichungsschluss ist der 28. Februar. Der Wettbewerb richtet sich an

Kommunen oder kommunale Konsortien, die beispielsweise im Zusammenschluss mit Industrieunternehmen, Energieversorgern oder wissenschaftlichen Einrichtungen die Potenziale der Tiefengeothermie in den Kommunen und die Einbindung der Bürger in solche Vorhaben untersuchen möchten. Dadurch soll der Einstieg in die klimafreundliche Technologie vor Ort unterstützt werden.

@ www.wirtschaft.nrw

ZERTIFIZIERUNG

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



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

QM-Beratung
Karl-Heinz Menten

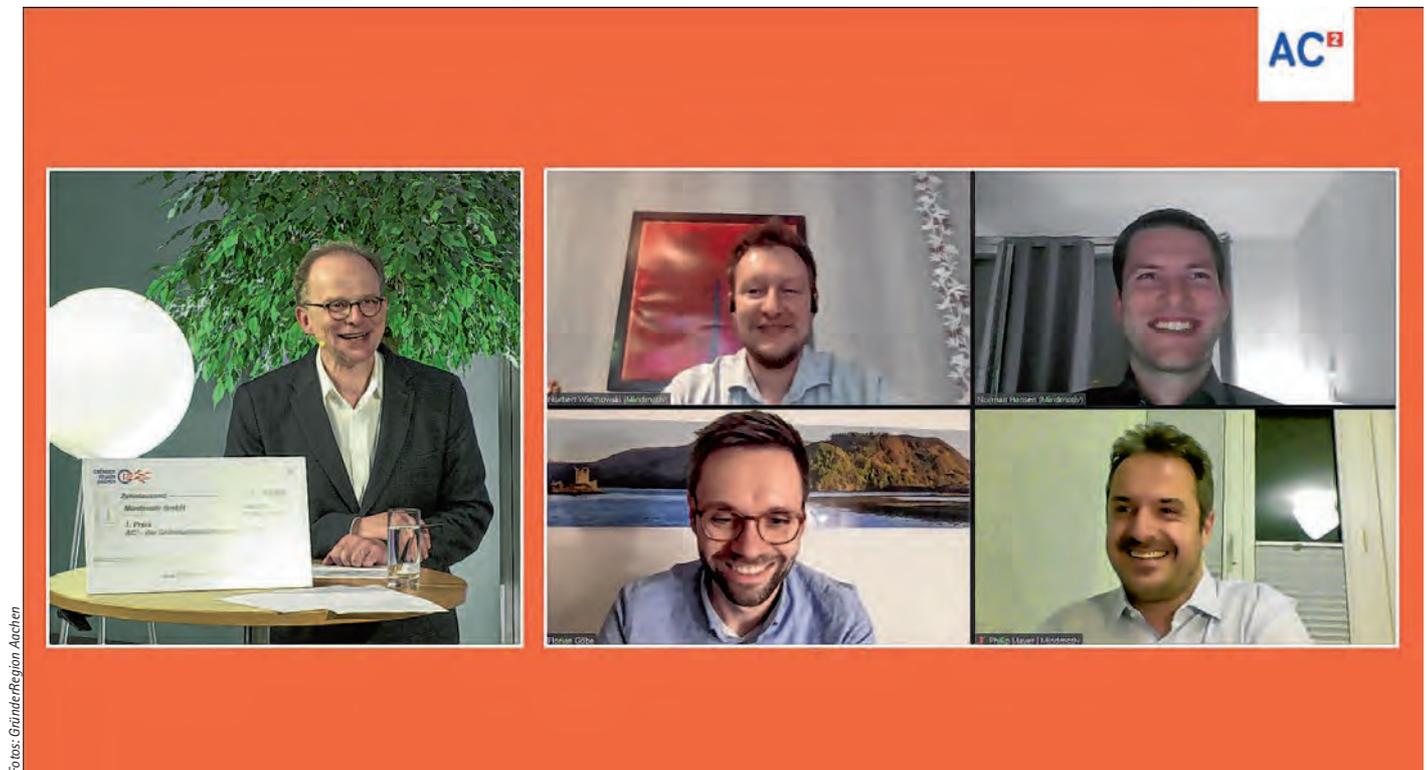
Tel.: 0 24 07 - 1 81 91
Fax: 0 24 07 - 91 61 19



An Gut Forensberg 39
52134 Herzogenrath

info@qm-beratung-menten.de
www.qm-beratung-menten.de

GründerRegion Aachen kürt Gewinner der AC²-Wettbewerbe



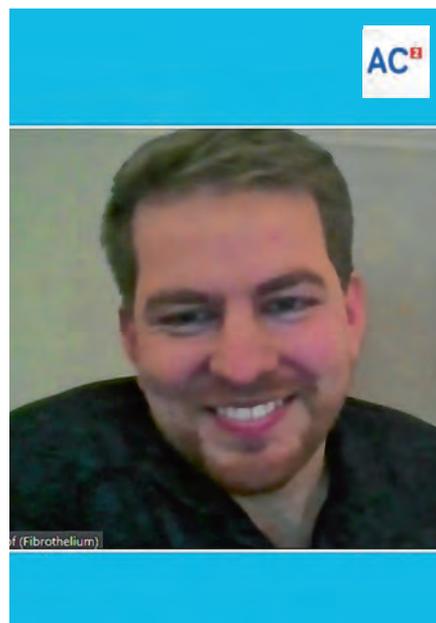
Fotos: GründerRegion Aachen

Ausgezeichnete Gründer (rechts, im Uhrzeigersinn): Der erste Platz bei „AC² – der Gründungswettbewerb“ ging an Norbert Wiechowski, Norman Hansen, Philip Mayer und Florian Göbe von der Mindmotiv GmbH. Erster Gratulant war Moderator Bernd Büttgens (l.) vom Medienhaus Aachen.

► Da kann mehr draus werden: Die GründerRegion Aachen hat die Gewinner der Initiative „AC² – Gründung, Wachstum, Innovation“ ausgezeichnet. Prämiert wurden die besten Gründungs- und Wachstumspläne. Die Veranstaltung wurde digital per Live-Stream übertragen.

Den ersten Preis bei „AC² – der Gründungswettbewerb“ und damit 10.000 Euro gewann die **Mindmotiv GmbH**, hinter der Dr. Florian Göbe, Philip Mayer, Norbert Wiechowski und Norman Hansen stehen. Das Spin-off der RWTH Aachen ist spezialisiert auf das Testen und die Qualitätssicherung eingebetteter Systeme, beispielsweise in Industrieanlagen oder Medizinprodukten. Den zweiten Platz und 7.500 Euro konnte sich die **FibreCoat GmbH** sichern. Das Gründerteam Richard Haas, Dr. Robert Brüll und Alexander Lüking vertreibt Hochleistungsverbundfasern, die durch eine patentierte Technologie hergestellt werden. Den mit 5.000 Euro dotierten dritten Platz belegte Gründerin Sylvia Carola Schuster mit **Projektitekt**. Sie unterstützt Architektur- und Planungsbüros bei komplexen Bauprojekten

durch eine Verbesserung der Büro- und Planungsabläufe, indem sie digitale Werkzeuge und Methoden des Projektmanagements einsetzt.



Virtuelle Preisverleihung: Dr. Marius Köpf, Geschäftsführer der Fibrothelium GmbH, konnte die Gratulationen zum ersten Platz bei „AC² – die Wachstumsinitiative“ entgegennehmen.

Bei „AC² – die Wachstumsinitiative“ gewann die **Fibrothelium GmbH** mit Geschäftsführer Dr. Marius Köpf den ersten Preis und damit 5.000 Euro. Auf Basis von Seidenproteinen stellt Fibrothelium flüssige Seide her, die in der Kosmetik- und Lebensmittelindustrie bereits verstärkt Absatz findet. Mit dem zweiten Platz und 2.500 Euro wurde die Fahrschule **Cornelia Schiefer GmbH** ausgezeichnet. Im Jahr 2011 von Cornelia Schiefer und Shirin Hadji-Abbassi gegründet, ist der Schwerpunkt des Unternehmens die Fahrausbildung für Menschen mit Behinderung. Der dritte Platz und 1.000 Euro gingen an **Das Bauerncafé** von Rolf und Christine Reinartz. Im Jahr 2012 eröffneten sie das beliebte Café. Mit einer eigenen Kaffeerösterei am Standort Bad Münstereifel haben sie sich ein neues Geschäftsfeld erschlossen.

Mit dem „AC²-Innovationspreis Region Aachen“ wurde die **NPROXX Jülich GmbH** für die Entwicklung von Hochdruckspeichern aus Carbonfasern zur gasförmigen Wasserstoffspeicherung ausgezeichnet.



„BOOK AN ARTIST! – I AM AN ARTIST!": Region Aachen initiiert Unterstützung für Künstler

► Nach „Culture Coin Corona“ initiiert die Region Aachen jetzt die Matching-Plattform „BOOK AN ARTIST!“, um der Kunst- und Kulturszene in dieser Ausnahmesituation unter die Arme zu greifen. Zum regulären Honorar können hierüber Künstler von Unternehmen und Privatpersonen gebucht werden, der Auftritt findet dann auf einer digitalen Bühne statt. Das Kulturbüro der Region Aachen nimmt die digitalen Angebote der Künstler und die Buchungsanfragen der an Kunst und Kultur Interessierten entgegen und vermittelt zwischen den beiden. „BOOK AN ARTIST“ ist das Nachfolgeprojekt zum Spendenfonds „Culture Coin Corona“. Im Frühjahr konnten im Rahmen von „Culture Coin Corona“ über 37.000 Euro gesammelt und an 52 Künstler verteilt werden.

@ www.regac.de/bookanartist

Land legt Entfesselungspaket zum Abbau von Bürokratie auf Bundesebene vor

► Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen treibt die Entbürokratisierung auch auf Bundesebene voran. Mit dem vorgelegten Antrag auf Entschließung des Bundesrats bringt die Landesregierung 48 Maßnahmen zur Reduzierung bundesgesetzlicher Bürokratie und zur Erleichterung und Beschleunigung von Verwaltungsverfahren sowie eine Initiative für ein Belastungsmoratorium auf den Weg. Ministerpräsident Armin Laschet und Wirtschafts- und Digitalminister Andreas Pinkwart stellten die Maßnahmen in Berlin vor. NRW sei das Vorreiterland beim Bürokratieabbau: Seit 2017 habe man mit den Entfesselungspaketen fast 60 unnötige Regelungen vereinfacht und gestrichen, um der Wirtschaft im Land neue Impulse zu verleihen. „Eine solche Entfesselung brauchen wir auch im Bund“, sagt Laschet.

Eintragen in die Nachhaltigkeitskarte: Abfallberatung des Kreises Euskirchen ruft Betriebe zur Teilnahme auf

► Abfallvermeidung soll einfach sein. Dabei kann die neue digitale Nachhaltigkeitskarte helfen: Sie erleichtert Bürgern das Auffinden von Einrichtungen, die nachhaltig agieren. Alle Institutionen, Betriebe, Vereine und Initiativen, die im Kreisgebiet ansässig sind, sind aufgerufen, sich daran zu beteiligen. Die Abfallberatung sucht Betriebe, die sich diesen Kategorien zuordnen lassen: Reparatur, Verleih/Tausch, Gebrauchtwarenkaufhaus, Second-Hand-Kleidung, offene Bücherregale und Entsorgung. Repair-Cafés sollen ebenso aufgeführt werden wie Betriebe, die beispielsweise Werkzeuge und Maschinen verleihen. Ziel ist es, den Bürgern Wege zu zeigen, wo und wie sie gebrauchte, gut erhaltene Gegenstände weitergeben können, und wo gut erhaltene Gebrauchsgüter einzukaufen sind. Alle gesuchten Einrichtungen können sich ab sofort kostenlos über ein Kontaktformular für einen Eintrag in die Nachhaltigkeitskarte anmelden. Das Formular ist zu finden auf der Website des Kreises Euskirchen.

@ www.kreis-euskirchen.de/nachhaltigkeit



Gut aufgestellt, auch in Euskirchen (v.l.): Sven Pennings (AGIT), Iris Poth (Kreis Euskirchen) und Florian Deutz (AGIT) ziehen nach einem Jahr mit eigenem Büro in Euskirchen eine positive Bilanz.

Foto: AGIT mbH

Ein Jahr in Euskirchen: Außenstelle der AGIT zieht positive Bilanz

► Am 1. August 2019 eröffnete die AGIT Aachener Gesellschaft für Innovation und Technologietransfer als regionale Wirtschaftsförderungsgesellschaft ihr Büro in den Räumen der Stabsstelle für Struktur- und Wirtschaftsförderung in Euskirchen. Etwas mehr als ein Jahr später wird positive Bilanz gezogen. Die Zusammenarbeit in der Betreuung von Unternehmen erfolgt in enger Kooperation zwischen Kreiswirtschaftsförderung und AGIT. Das Ziel hierbei war und ist, sich bestmöglich zu ergänzen, Mehrwerte für den Wirtschaftsraum zu erzeugen und gleichzeitig Doppelstrukturen zu vermeiden. Durch die Außenstelle und die damit einhergehende Präsenzzeit werde die Beratungsleistung der AGIT jetzt deutlich besser angenommen: So unterstützt die AGIT beispielsweise Unternehmen bei Fragen zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben oder bei der Suche nach Kooperationspartnern. Die gute Vernetzung in die Forschungslandschaft sowie zu regionalen Unternehmensnetzwerken bildet dabei den Schlußstein. Seit Eröffnung der Euskirchener Außenstelle wurden durch die AGIT unter anderem 16 Unternehmen aus dem Kreis Euskirchen individuell bei Innovations- und Wachstumsvorhaben durch verschiedene Dienstleistungen unterstützt, was wiederum neue Arbeitsplätze und Wachstum in der Region generieren soll. Zudem analysiert die AGIT jährlich die Entwicklungen auf dem gewerblichen Grundstücks- und Immobilienmarkt im Kreisgebiet.



Wie Kunden ins Netz gehen: „Einkaufen in Aachen“ hilft Händlern und Gastronomen bei der Digitalisierung

► Online und Offline miteinander verschmelzen: Das ist das Ziel des Projektes „Hybrider Einzelhandel“, das vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW im Rahmen der Digitalen Modellregionen gefördert wird. Im Kern soll der nachhaltige und zukunftsfähige Wandel des Einzelhandels und der Gastronomie in Aachen durch zusätzliche digitale und stationäre Angebote vorangetrieben werden. Im Rahmen des geförderten Projekts soll das Informationsportal „Einkaufen in Aachen“ zu einem digitalen Werkzeugkasten weiterentwickelt werden. Die Werkzeuge werden gemeinsam mit Aachener Einzelhändlern, Gastronomen und Bürgern auf Grundlage aktueller Bedürfnisse entwickelt und haben zum Ziel, die Aachener Innenstadt und ihre Geschäftstätigkeit lebendiger, sichtbarer und wirtschaftlich erfolgreicher zu machen.

Begleitet wird die Entwicklung und Umsetzung der Werkzeuge durch eine persönliche Ansprechpartnerin mit Expertise im Einzelhandel und durch intensive Forschung des Lehrstuhls für Informationsmanagement im Maschinenbau (IMA) der RWTH Aachen. Die Corona-Pandemie verdeutlicht aktuell, wie wichtig es für die Zukunftsfähigkeit des Einzelhandels und der Gastronomie ist, sich digitalen Medien, neuen Technologien und alternativen Vertriebsformen zu öffnen. Insbesondere kleine, inhabergeführte Geschäfte und Gastronomiebetriebe sind für die Attraktivität der Aachener Innenstadt von großer Bedeutung. Ihnen fehlen oftmals allerdings die Ressourcen für eine solche Veränderung. Deshalb werden genau diese Unternehmen auf ihrem Weg in die Digitalisierung gefördert. „Uns geht es darum, den Aachener Einzelhandel und die Gastronomie fit für morgen zu

machen. Das Einkaufsverhalten hat sich verändert. Konsumenten unterscheiden nicht mehr so stark, ob sie stationär oder online kaufen, sondern wählen häufig den Kanal, der für sie am bequemsten ist. Zudem bereiten sie ihre Einkäufe intensiver vor und nutzen dabei Services wie die Reservierung oder lokale Lieferung von Produkten“, sagt Jalina Maaßen, Projektleiterin für den Hybriden Einzelhandel bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Aachen. Wer sich bei seiner digitalen Weiterentwicklung und Neuausrichtung professionell begleiten lassen möchte, ist eingeladen, sich zu melden. Die Teilnahme am Projekt ist kostenfrei.

@ www.aachen-shopping.de
www.hybrider-einzelhandel-aachen.de

i Ansprechpartnerin:
 Jalina Maaßen
hybrider.einzelhandel@mail.aachen



Klick in die Auslage: Weil sich das Einkaufsverhalten ändert, müssen sich Händler und Gastronomen neu aufstellen. Das Projekt „Hybrider Einzelhandel“ hilft dabei.

„STARK. Wie das Heinsberger Land!": Landesregierung unterstützt die Imagekampagne des Kreises Heinsberg

► Die Corona-Pandemie hat den Kreis Heinsberg besonders hart getroffen. Um den Blick nach vorne zu richten und die Attraktivität des Standortes zu steigern, unterstützt die Landesregierung die digital angelegte Marketingkampagne „STARK. Wie das Heinsberger

Land!" der lokalen Wirtschaftsförderungsgesellschaft mit knapp 300.000 Euro. Mit der neuen Imagekampagne positioniert sich der Kreis als innovative Tourismus- und Freizeitregion und setzt dabei insbesondere auf digitale Elemente. Unter dem Motto „Art meets

Augmented Reality" wird in Zusammenarbeit mit dem Digitalkünstler Tim Berresheim eine App entwickelt. Im Kreisgebiet werden virtuelle Kunstwerke auf Originalschauplätze projiziert und so digitale Kunst erlebbar gemacht.

Die besten und leckersten Restaurants der Region

Aktuell musste unsere Gastronomie im Dreiländereck Corona bedingt schließen aber: Heute schon darin schmökern und nach dem Lockdown endlich wieder fürstlich essen



Neue Ausgabe jetzt erhältlich!

GastroInhalt



gastroeuregio guide
Ausgabe 2021 | € 9,90
2021
top 5
Die Besten im Westen

Kulinarisches Dreiländereck
Essen - Trinken - Genießen
1.000 Adressen in Deutschland, Belgien und den Niederlanden
120 Restaurants aktuell getestet
Wir wissen, wo es sich lohnt!

Total regional
Die besten Restaurantempfehlungen aus der Euregio Maas-Rhein

- 1 Editorial
- 2 Inhalt/Impressum
- 4 Was kommt?
- Trends in der Gastronomie

GastroKritiken (D)

- 6 Piccolo
- Authentische Allianz
- 8 Dschingis Chan
- Starke Familienbande
- 10 Freistaat Eifel
- Eifelartig und einfach gut
- Total regional Deutschland
- Wochenmarkt in Düren, Maria Haus

GastroKritiken (B)

- 10 Eino Eynatten
- er ein Hauptgewinn
- 10 priane
- erbare
- deckung

net und frische

nal Belgien

nger,

erei

ken (NL)

schaffter

sidylle

lande

GastroMagazin

- 30 Spirituosen aus dem Dreiländereck
- 34 Wein aus dem Dreiländereck
- 36 Städte-Special
- Heinsberg, Eupen, Sittard

GastroNews

- 40 Kulinarische Neuigkeiten

GastroService - Tests & Profile

- 56 Wie wir testen
- 58 Spitzenküche
- 60 Bürgerlich/Regional
- 64 Französisch/Belgisch
- 74 Italienisch
- 76 Mediterran
- 104 Asiatisch
- 122 International/Crossover
- 136 Feste feiern
- Locations, Catering

Anhang

- 150 Register
- Alle Restaurants
- alphabetisch und nach Städten sortiert
- 160 Service-Informationen

Impressum

GastroMagazin Euregio 2021
14. Ausgabe | Oktober 2020
Verlag
Höfner/Heppelmann Aachen GmbH
Dresdener Str. 3, 52064 Aachen
Geschäftsführung: Andre as Müller
Redaktion: Thomas Strafen, Chief Content Officer
Verantwortlich für den Inhalt: S. O. & B. Aho - 1. Landespresserat NRW
Wissens: Felix, Charredaktion GastroGuide Euregio
Anzeigen: Jürgen Carlsch, Leiter Werbemarkt
Jeweils monatlich 100 Adressen: S. O. & B. Aho - 1. Landespresserat NRW
Druck
Wiley-Druck GmbH & Co. KG
Heinz-Göhring-Weg 101, 52154 Hohenbad

GastroInhalt



39



16



Wir haben für Sie getestet!

Unsere Testessen und Tester waren in der ganzen Euregio Maas-Rhein unterwegs und haben mehr als 120 Restaurants besucht, getestet und bewertet, um Sie Ihnen ans Herz zu legen.

Unsere Favoriten für die Ausgabe 2021 - die top 5 - finden Sie in dieser Ausgabe als Einstieg in die jeweilige Küchenkategorie!



122

Ausgabe 2020/21
nur
9,90 €

- Über 1.000 Adressen im Dreiländereck.
- 120 Restaurants aktuell getestet: Küche - Service - Ambiente.
- Jetzt im aktuellen GastroGuide Euregio.



Ab sofort erhältlich in allen Servicestellen des Medienhauses Aachen und im ausgewählten Buch- und Zeitschriftenhandel.

Oder online bestellen unter:
www.gastroguide-euregio.de/bestellformular



Ein Produkt aus dem

MEDIENHAUS AACHEN

Fotos: stock.adobe.com



JUBILÄEN 25 JAHRE

- ▶ Eurogard Gesellschaft für industrielle Nachrichtentechnik und Datenbankentwicklung mbH, Herzogenrath
- ▶ FK-PACK Fuhs Verpackungen GmbH, Inden
- ▶ Hans Joachim Lamprecht, Nörvenich
- ▶ Jacek Bielecki, Gangelt
- ▶ MAIX Market Research & Consulting GmbH, Aachen
- ▶ Wolfgang Wahl, Hotel am Weiher, Erkelenz

Virtuelle Meetings: edudip integriert neue Meeting-Funktion in die Webinar-Software „edudip next“

▶ **Aachen.** Das Softwareunternehmen edudip hat eine neu entwickelte Meeting-Funktion in seine Webinar-Software „edudip next“ integriert. Mit dem neuen Software-Feature haben Unternehmen die Möglichkeit, virtuelle Meetings zu organisieren und ihr Team ortsunabhängig mit hoher Video- und Audio-Qualität zu vernetzen. „edudip next“ wurde bisher vorwiegend für klassische Online-Seminare, Kunden- und Vertriebspräsentationen oder Mitarbeiterschulungen eingesetzt. Aufgrund der begrenzten Anzahl an aktiven Teilnehmern war die Webinar-Software „edu-

dip next“ weniger geeignet für spontane Online-Meetings. Mit der neuen Funktion zieht edudip nach und ermöglicht mit der integrierten Meeting-Funktion „made in Germany“ die ortsunabhängige Vernetzung von bis zu 25 Konferenz-Teilnehmern. Die edudip GmbH mit Sitz in Aachen wurde Anfang 2010 gegründet. Mit über 620.000 realisierten Webinaren, mehr als 3,5 Millionen Teilnehmern und zahlreichen namhaften Unternehmenskunden zählt edudip zu den führenden Anbietern für Webinar-Software.

Schimmernde Membran: GKD liefert bogenförmige Innenfassade aus Metallgewebe für Hermès-Flagship-Store in Bangkok

Düren. Als Einkaufs- und Erlebnisparadies sucht das ICONSIAM in Bangkok weltweit seinesgleichen. Am Ufer des Chao Phraya entstand ein 750.000 Quadratmeter großer Komplex: eine sich über acht Stockwerke erstreckende Mega-Mall und zwei Hochhäuser mit Luxuswohnungen. Den zweigeschossigen Hermès-Flagship-Store am Haupteingang der Mall gestaltete das französische Architekturbüro RDAI mit einer geneigten, durchgehenden Innenfassade aus bronzefarben lackiertem Metallgewebe der GKD - Gebr. Kufferath AG (GKD-Gruppe). Seit 21 Jahren ist Hermès mit eigenen Stores in Thailand vertreten. Mit 368 Quadratmetern Verkaufsfläche entstand in dem Luxusflügel der Mall nun die dritte und zugleich größte Dependence. Um den Blick nach außen ebenso wie die Intimität des Einkaufserlebnisses zu bewahren, entschied man sich für die frei hängende Innenfassade aus Metallgewebe. Sie sollte nicht nur die beiden Store-Ebenen optisch miteinander verbinden, sondern auch wie ein Vorhang der Linienführung der Fassade folgen. Angesichts der bogenförmigen und zugleich geneigten Fassade musste die gewebte Membran Höhenunterschiede von bis zu zwölf Zentimetern kompensieren. Um die dadurch bedingte Maßhaltigkeit und Winkeligkeit der aus Metall gewebten Fassadenelemente exakt einzuhalten, waren innovative Lösungen für Zuschnitt und Konfektionierung gefordert. In der technischen Weberei



Eine im gleichen Winkel geneigte, durchgehende Innenfassade aus bronzefarben lackiertem Metallgewebe von GKD verleiht dem Hermès-Flagship-Store in Bangkok besonderen Glanz.

GKD fand RDAI für diese Aufgabe den idealen Partner: Die Spezialisten der GKD-Gruppe entwickelten für Hermès ein Verfahren, das es ermöglichte, die Paneele bogenförmig anzubringen. Die auf dieser Basis in dem Dürener Stammwerk von GKD angefertigten Prototypen überzeugten die RDAI-Architekten. 815 Quadratmeter bronzefarben lackiertes Edeldahlstahlgewebe kamen für die Innenfassade des

Stores zum Einsatz. Insgesamt 56 Paneele wurden oben rechteckig und unten individuell auf Maß schräg zugeschnitten. Vor Ort wurden die deckenhohen Bahnen überlappend montiert: So entstand eine schimmernde Membran, die das edle Ambiente des Stores unterstreicht und durch die Transparenz des Gewebes den freien Ausblick auf den Fluss erlaubt.

A Tavola da Giorgio in Aachen erhält erneut die Auszeichnung „Parmaschinken-Spezialist“



Foto: A Tavola da Giorgio

Schneidet den Parmaschinken stets frisch auf – und gut damit ab: Giorgio Delgado in seinem Aachener Feinkostgeschäft, das erneut als „Parmaschinken-Spezialist“ ausgezeichnet wurde.

► **Aachen.** Italiens kulinarische Spezialitäten wie der Parmaschinken werden auch in Aachen gerne gekauft und genossen. Das Consorzio del Prosciutto di Parma, der Verband der Parmaschinken-Hersteller, vergab jetzt erneut an Giorgio Delgado die Auszeichnung „Parmaschinken-Spezialist“. Damit werden das langjährige Engagement und die hohe Fachkompetenz von A Tavola da Giorgio für italienische Spezialitäten, allen voran Par-

maschinken, gewürdigt. Der Titel wird vom Verband der Parmaschinken-Hersteller weltweit ausgeschrieben und in Deutschland an Fach- und Feinkosthändler vergeben, die dem Parmaschinken einen hohen Stellenwert im Sortiment einräumen und über umfassende Kenntnisse über Prosciutto di Parma verfügen. Ziel der Auszeichnung ist es, Impulse im Fachhandel zu setzen und somit dessen Kunden die Besonderheiten traditioneller und regio-

nal geprägter Spezialitäten mit geschützter Ursprungsbezeichnung nahezubringen. Parmaschinken trägt das EU-Siegel „geschützte Ursprungsbezeichnung“ bereits seit 1996. Giorgio Delgado konnte die italienische Jury mit seinem Wissen über die luftgetrocknete Schinkenspezialität aus der Region Parma überzeugen sowie mit seiner Präsentation des Prosciutto di Parma an der Bedientheke seines Feinkostgeschäfts in der Annastraße.

Handbücher 4.0: AIXTRON beteiligt sich an Forschungsprojekt Augmented Reality in der technischen Dokumentation

► **Herzogenrath.** AIXTRON möchte die Chancen der Digitalisierung nutzen, um die Erstellung und fortlaufende Aktualisierung von Handbüchern für Maschinen und technische Anlagen noch weiter zu optimieren. Deshalb beteiligt sich das zu den weltweit führenden Anbietern von Depositionsanlagen für die Halbleiterindustrie gehörende Unternehmen an der Erforschung von Einsatzmöglichkeiten der digitalen Lösung Augmented Reality (AR) im Bereich Produktdokumentation für Kunden. Unter der Leitung des Fraunhofer-Instituts für Produktionstechnologie IPT entwi-

ckeln elf Projektpartner und AIXTRON als assoziierter Partner im Rahmen des Forschungsprojekts „AdaptAR“ ein Augmented-Reality-System mit digitalem Zwilling als Datengrundlage. Dieses virtuelle Abbild zum Beispiel einer Anlage soll alle zugehörigen Auftrags-, Produkt-, Prozess- und Ressourcendaten in einer lokalen Datenbank bündeln können. Fortlaufend soll der digitale Zwilling während der Nutzung der Anlage mit weiteren Daten aus verbundenen IT-Systemen angereichert werden. Diese Verbindung werde die Entscheidungsfindung und das Wis-

sensmanagement optimieren. Mit einer Lösung aus AR und digitalem Zwilling, so die Erwartung von AIXTRON, werden sich technische Anleitungen leichter und intelligenter erstellen, nutzen und pflegen lassen als bisher. Die mögliche Visualisierung erlaube zudem ein besseres Verständnis von komplexen Vorgängen. Die Projektlaufzeit ist auf drei Jahre angesetzt. „AdaptAR“ wird durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung im Programm „Innovationen für die Produktion, Dienstleistung und Arbeit von morgen“ gefördert.



„Virus Safety Mask“: FLT entwickelt Maske mit antiviraler und antibakterieller Ausrüstung

► **Herzogenrath.** Die FLT – Future Technologies GmbH ist eigentlich spezialisiert auf Lichtkonzepte mit besonderen Effekten. Seit Beginn der Corona-Krise ist die Firma aus Herzogenrath auch in die Mundnasenmasken-Produktion eingestiegen. Die Basis der neuen Maske ist zertifiziertes dreilagiges SMS-Material (Spinnvlies – Meltblown – Spinnvlies), das bei gewöhnlichen dreilagigen OP-Masken verwendet wird. Dieses wurde ergänzt mit einem metallbedampften

und elektrostatisch aufgeladenen Textil, das durch ein weiteres Spinnvlies geschützt und abgedeckt wird. Die Herstellung der Masken erfolgt in Deutschland: Die Rohmaterialien stammen aus Baden-Württemberg, produziert wird in Bayern. Im Gegensatz zu den heute verfügbaren und allgemein üblichen Masken (OP-Maske, FFP2, FFP3), die Staub und Partikel filtern, nicht jedoch Viren, könne diese Maske real schützen. Getestet wurde die Maske jetzt erfolgreich nach ISO 18184

für Viren und nach DIN EN ISO 20743A: 2013-12 für Bakterien. Beide Tests wurden mit „signifikanter Wirkung“ bei Abtötung der Viren und Bakterien bewertet. Durch chemische Ladungen werden die Virenmoleküle bei Auftreffen auf die Virus-Safety-Mask festgehalten und in der Maske an die Filtermedien gebunden. Durch eine chemische Reaktion und Salzbildung wird die aktive Virushülle zerstört und zurück bleiben inaktive, nicht-reaktive Moleküle.

Grüne Oase: Familienunternehmen Fenster Knaut erntet ersten Honig am Firmensitz

► **Geilenkirchen.** Wildblumen, Bienen, eine Rebhuhnfamilie: Im Geilenkirchener Industriegebiet Fürthenrode entsteht eine kleine grüne Oase hinter dem Firmensitz des Familienunternehmens Fenster Knaut. Meike und Stephan Knaut, die Fenster Knaut vor fast 18 Jahren gemeinsam gegründet haben, hatten sich im Frühling dazu entschieden, die Rasenfläche ihres Geländes umzugestalten und Bienenstöcke aufzustellen. Jetzt konnte der erste Honig geerntet werden. Die Blumenwiese habe sich optimal entwickelt und das Rebhuhnparchen, das sich bei Knaut angesiedelt hat, habe bereits Nachwuchs zur Welt gebracht. Da die Fläche hinter dem Firmengebäude liege, hätten die Tiere genügend Schutz vor Verkehr und Lärm. Die Fenster Knaut GmbH ist renommierter Ansprechpartner für individuelle Türen und Fenster im gesamten Kreis Heinsberg und dem Raum Aachen.



Meike und Stephan Knaut (vorne) von Fenster Knaut mit Garten- und Landschaftsbauer Thomas Weirauch (l.) und fleißigen Helfern bei der Gestaltung der Wildblumenwiese.

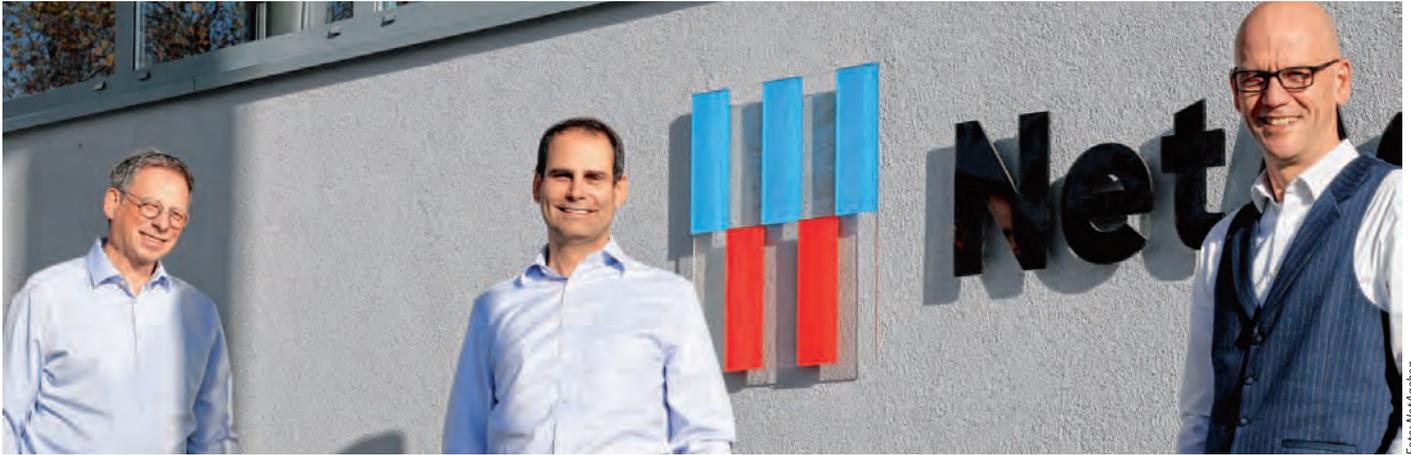
Foto: Frank Pfennig/Fenster Knaut

Cloudservice für den OTC-Markt und Redispatch 2.0 für das Einspeisemanagement: SOPTIM AG präsentiert neue Lösungen

► **Aachen.** Die SOPTIM AG und Equias B.V. kooperieren und vereinfachen durch eine neue Schnittstelle den Zugang zu den automatisierten nachgelagerten Handelsprozessen für die OTC-Märkte (Außerbörslicher Handel). Künftig nutzt ein von SOPTIM neuentwickelter Cloudservice über eine mit der Wärme Hamburg gemeinsam realisierte Schnittstelle das electronic Confirmation Matching (eCM) der Equias. Dank der eCM-Integration über die neue Equias Schnittstelle electronic Back Office (eBO) können die Kunden und Partner von SOPTIM künftig alle oder einen Teil der zentralen Backoffice-Dienstleistungen von Equias für den Bestätigungsabgleich und die Einhaltung von Verpflichtungen nutzen. Der Vorteil für die Nutzer: Er erfüllt die Kontrah-

ten-Verpflichtungen aus dem Handelsgeschäft. Darüber hinaus hat die SOPTIM AG gemeinsam mit der FGH GmbH eine Softwarelösung für den Redispatch 2.0 entwickelt. Im Oktober startet der Redispatch 2.0 für alle Verteilnetzbetreiber in Deutschland. Die neuen Regelungen fassen die bisherigen marktbezogenen Redispatch-Maßnahmen und das netzbezogene Einspeisemanagement in einem einheitlichen Engpassmanagementsystem – dem Redispatch-Regime – zusammen. Dies ist der Kern der zweiten Auflage des Netzausbaubeschleunigungsgesetzes. Künftig werden Anlagen ab einer installierten Leistung von hundert Kilowatt auf allen Spannungsebenen in eine vorausschauende Stabilisierung des Stromnetzes einbezogen, indem

sie jederzeit vom Netzbetreiber ferngesteuert werden können. Um den dafür notwendigen Datenlieferpflichten nachkommen und bei Bedarf aufeinander abgestimmte Maßnahmen ergreifen zu können, stehen Verteilnetzbetreiber vor der Aufgabe, neue Prozesse und IT-Systeme einzurichten. Als Lösung dafür haben SOPTIM und FGH eine modulare Software entwickelt, mit der Verteilnetzbetreiber die gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen für den Redispatch 2.0 erfüllen können. Verteilnetzbetreiber ermitteln mit dem Modularen Betriebsplanungstool ihre Flexibilitätspotenziale, führen alle erforderlichen Netzberechnungen durch und dimensionieren die kostenoptimierten Redispatch-Maßnahmen entsprechend.



Freuen sich auf die Zusammenarbeit (v. l.): Michael Gayer, technischer Leiter der NetAachen GmbH, ABE-Geschäftsführer Goar T. Werner und NetAachen-Geschäftsführer Andreas Schneider.

Foto: NetAachen

Mitgliedsnummer 111: NetAachen tritt dem Verein AACHEN BUILDING EXPERTS bei

► **Aachen.** Es ist eigentlich einer der wichtigsten Tage im rheinischen Jahreskalender: Am 11. November um 11.11 Uhr beginnt offiziell die Karnevalssaison. Für den Verein AACHEN BUILDING EXPERTS (ABE) stand in diesem Jahr jedoch ein anderes Ereignis im Vordergrund: NetAachen, der Telekommunikationsanbieter für die Region Aachen, Düren und Heinsberg tritt als – konsequenterweise! – 111. Mitglied dem Kompetenznetzwerk für innovatives Bauen bei. Damit zählt der Verein nicht nur einen zentralen Ansprechpartner für den flächendeckenden Breitbandausbau, sondern auch eines der wichtigsten IT-Unternehmen in der Region zu seinen Mitgliedern. „Mit dem Netzwerk der AACHEN BUILDING EXPERTS möchten wir uns in einen starken Innovationsaustausch entlang der Wertschöpfungskette Bau einbringen und neue Technologien und Dienstleistungen etablieren“, erklärt Diplomingenieur Andreas Schneider, Geschäftsführer der NetAachen GmbH. „Gemeinsam wollen wir die Digitalisierung voranbringen!“ Und Michael Gayer, technischer Leiter bei NetAachen, ergänzt: „Mit unserem konsequenten Breitbandausbau leisten wir einen entscheidenden Beitrag für die Digitalisierung in der Region. Deshalb freuen wir uns sehr, nun Teil der AACHEN BUILDING EXPERTS zu sein.“

Bereits bei der Vereinsgründung des ABE mit 33 Mitgliedern am 8. August 2016 gab Gründungsvorsitzender und damaliger Präsident der IHK Aachen, Bert Wirtz, mit gewohnt rheinischem Humor die erste Zielmarke vor: „Am 11.11. haben wir 111 Mitglieder!“ Mit dem Beitritt von NetAachen ist diese Vision rund vier Jahre später Wirklichkeit geworden. „Mit

NetAachen haben wir einen erstklassigen Technologieanbieter und Dienstleister für das wichtige Zukunftsthema Smart Building im Bau und Hochbau gewinnen können“, freut sich Joachim Nesseler, Vorsitzender des ABE. Neben der starken regionalen Entwicklung des Vereins erfährt der Verein zunehmend auch überregionale Aufmerksamkeit. So kommen viele Mitglieder heute aus Köln, Düsseldorf, dem Ruhrgebiet und vom Niederrhein. Wichtige Meilensteine der Vereinsarbeit sind die BIM- und SMART BUILDING CONVENTION, vereint als ZukunftSDIALOG Bau, der ABE_Award, der jährlich innovative Startups und PropTechs für die Bau- und Immobilienbranche auszeichnet, die Bau-Karriere-Messe „meet BAU“ und der neue ganzheitliche Stu-

diengang „Smart Building Engineering“ an der Fachhochschule Aachen. 2021 kommen weitere Themen hinzu. Neben der neuen Konferenz „Modulares Bauen 2021“ kündigen sich vor allem Projekte zum ressourceneffizienten- und kreislaufgerechten Bauen an – gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. „Das nächste besondere Highlight veranstalten wir am 11. Mai 2021, wenn wir die Berliner Bau-Startup-Messe „TECH IN CONSTRUCTION“ ins Kölner E-Werk holen“, freut sich Goar T. Werner, Geschäftsführer des ABE. Die TiCx Cologne wird damit zum zentralen Start-up-Forum im Rheinland mit wichtigen Spin-Offs und Innovationen aus den Hochschulen.

@ www.aachenbuildingexperts.de

AUCH IN DER KRISE IST DER ARBEITGEBER-SERVICE DER AGENTUR FÜR ARBEIT FÜR MICH DA. DAS BRINGT MICH WEITER!

Sie suchen Personal? Sie möchten Ihr Personal qualifizieren? Sie möchten ausbilden? Der Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Aachen-Düren berät und unterstützt auch finanziell.
Telefon: 0800 4 5555 20
Weitere Informationen unter www.arbeitsagentur.de/unternehmen

Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit
Aachen – Düren



Zertifizierte IT-Sicherheit: KISTERS erhält Rezertifizierung nach ISO/IEC 27001

► **Aachen.** Mit der Rezertifizierung des Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) nach ISO/IEC 27001 dokumentiert KISTERS jetzt erneut, dass die Sicherheitsstandards des Unternehmens weiterhin den hohen Anforderungen der ISO 27001 entsprechen. Seit der Erst-Zertifizierung in 2017 wurde der Geltungsbereich um die Bereiche Software-Entwicklung und Support erweitert. Die Zertifizierung schaffe Transparenz und Sicherheit für Kunden und Partner. Durch die Zertifizierung ist eine Nutzung von KISTERScloud-Systemen oder -Services im Zusammenhang mit kritischen Infrastrukturen formal deutlich vereinfacht. Das 1963 als Ingenieurbüro gegründete, mittelständische Unternehmen KISTERS entwickelt unter anderem Software-Lösungen für nachhaltiges Ressourcenmanagement von Energie,



Erfolgreiche Rezertifizierung: Ralph Freude (l.), TÜV Rheinland, übergibt das Zertifikat an Klaus Kisters, Geschäftsführer der KISTERS AG.

Wasser und Luft, für Umweltschutz und Sicherheit, Logistik und 3D-Viewing

sowie Messgeräte für das Umwelt-Monitoring.

Gefährliche Situationen vermeiden: Regionetz GmbH stattet ihre Lkw mit Abbiegeassistenten aus

► **Aachen.** Die Regionetz GmbH hat elf ihrer Lkw über 7,5 Tonnen Gewicht mit einem Abbiegeassistenten ausgestattet. Das System weist den Fahrer des Lkw beim Abbiegen auf Radfahrer und Fußgänger hin, die sich rechts neben dem Fahrzeug befinden. So sollen gefährliche Situationen vermieden werden, die im Alltag häufig zu schweren Unfällen führen.

Dabei gehe es vor allem um den berüchtigten toten Winkel. Der Abbiegeassistent umfasst zwei zentrale Komponenten: Auf der rechten Fahrzeugseite ist neben der oberen Kante der Beifahrertür eine Weitwinkel-Kamera angebracht. Deren Bilder werden direkt auf ein Display übertragen, das auf dem Armaturenbrett platziert ist. Sobald das System durch Einschalten

des rechten Blinkers aktiviert wird und eine Bewegung stattfindet, warnt das System optisch per Kamerabild und mit einem akustischen Signal vor der Gefahr. Regionetz setzt damit ein Signal: Eine verpflichtende Einführung von Abbiegeassistenten sei europaweit erst ab Juli 2022 für neue Fahrzeugtypen und ab Juli 2024 für neue Fahrzeuge vorgesehen.

digitalHUB-Community spendet rund 50 Laptops an Aachener Sozialwerk

► **Aachen.** Die digitalHUB-Community hat rund 50 Laptops an das Aachener Sozialwerk

gespendet. Sie sollen bedürftigen Personen – unter anderem Kindern und Jugendlichen aus

sozial benachteiligten Familien – zur Verfügung gestellt werden. Im Sommer hatte der digitalHUB Aachen einen Spendenaufruf des Sozialwerks Aachen an seine Mitglieder weitergeleitet und sie gebeten, ausrangierte Laptops zu spenden. Gespendet haben die Sparkasse Aachen, regio iT, giftGRÜN, die AGIT, Interactive Pioneers und der aachener tourist service. Weitere Spenden wurden zugesagt. Das Sozialwerk Aachen freute sich über die Laptops, da insbesondere in der Homeschooling-Phase der akute Bedarf an technischem Equipment offensichtlich geworden sei. Aber auch im Rahmen anderer Projekte, wie in der Familienhilfe oder in Projekten mit geflüchteten Menschen, benötige man Laptops, um eine lückenlose Betreuung, Integration und Bildung sicherzustellen.



Laptop-Spende: Stellvertretend für die digitalHUB-Community überreicht Iris Wilhelmi (r.), Geschäftsführerin des digitalHUB Aachen, Laptops an Samira Jansen, Vorstand des Sozialwerks Aachener Christen. Sie sollen bedürftigen Personen zur Verfügung gestellt werden.



Schwermetall Halbzeugwerk GmbH & Co. KG investiert zweistelligen Millionenbetrag in Technologie am Standort Stolberg

► **Stolberg.** Die Schwermetall Halbzeugwerk GmbH & Co. KG stellt die Weichen für die Zukunft: Als weltweit größter Hersteller von Vorwalzbändern aus Kupfer und Kupferlegierungen produziert Schwermetall in Stolberg Material für verschiedene Branchen und Zukunftstechnologien, ohne das Mobiltelefone, Elektroautos und Informationstechnologie undenkbar wären. Eine Rolle, die im neuen Unternehmens-Claim „Stolzer Partner der Zukunft“ deutlich gemacht werden soll: Er steht im Mittelpunkt des neuen, von der Aachener POWER+RADACH Werbeagentur entwickelten Corporate Designs, das alle Kanäle der Unternehmenskommunikation von Website bis Außenwerbung umfasst. Gleichzeitig gibt das Unternehmen ein klares Bekenntnis zum Standort ab: In den Jahren 2020 und 2021 werde Schwermetall zwölf Millionen Euro in das Werk investieren. Hervorzuheben sei dabei die Modernisierung der Glühanlagen, die den Altanlagen dann in Energieeffizienz, Qualität und Kapazität weit überlegen sein werden.

Dirk Harten, Geschäftsführer der Schwermetall Halbzeugwerk GmbH & Co. KG und Vizepräsident der IHK Aachen, sieht darüber hinaus weitere Investitionen in die Modernisierung der Steuerungstechnik, den Umweltschutz sowie den Erhalt der Anlageneffizienz vor. Dies sei gerade in diesen wirtschaftlich bewegten Zeiten ein besonderes Statement, da auch Schwermetall von sinkendem Absatz in allen wichtigen Wirtschaftsräumen der Welt betroffen ist – gerade auch in Europa, dem wichtigsten Absatzmarkt für die Vorwalz-

bänder der Stolberger. Seit September spüre man eine Belebung, die aber nicht zu einer kurzfristigen vollständigen Erholung führen werde. Die Überzeugung aber, dass der Werkstoff Kupfer und seine Kupferlegierungen ein Rohstoff der Zukunftstechnologien sein werden, sei ungebrochen. Digitalisierung, Klimawandel, Technologisierung oder Mobilitätswende seien Themen, die intelligente Kupferwerkstoffe fordern. Die Halbzeugwerk GmbH

& Co. beschäftigt 300 Mitarbeiter, hat eine Jahresproduktion von circa 200.000 Tonnen und einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 370 Millionen Euro. Seit der Gründung im Jahre 1972 setzt das Unternehmen die fast 500-jährige Tradition der Kupfer- und Messingherstellung in Stolberg erfolgreich fort. Schwermetall ist ein jeweils 50-prozentiges Tochterunternehmen der Aurubis AG und der Wieland-Werke AG.

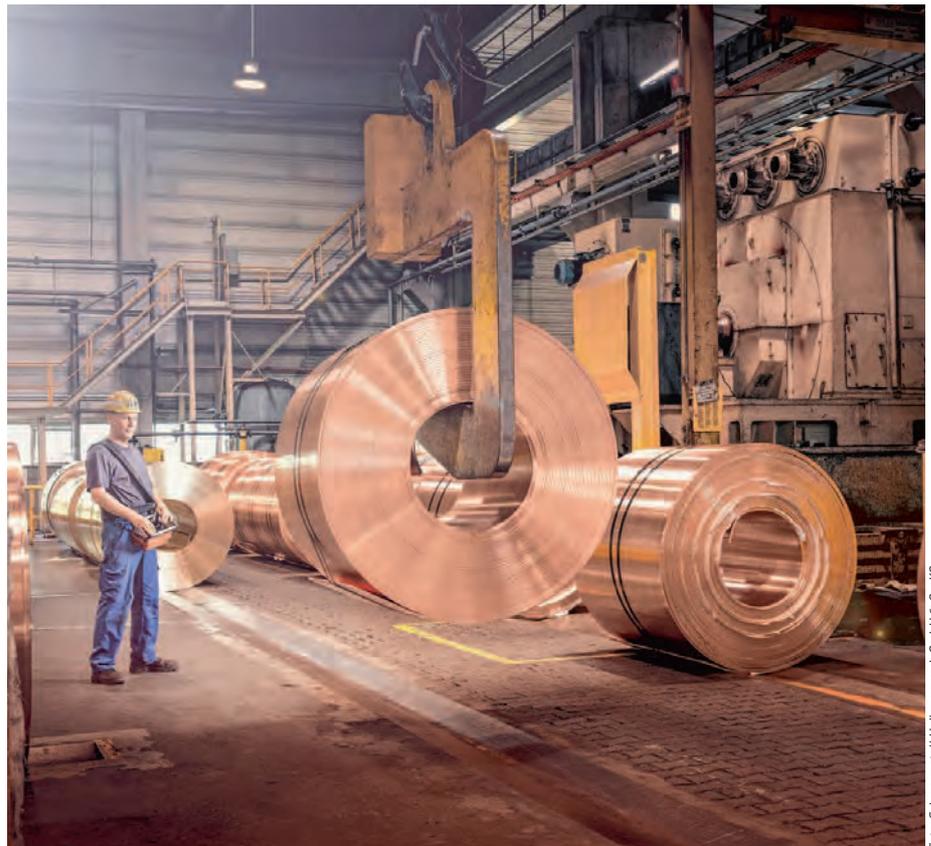


Foto: Schwermetall Halbzeugwerk GmbH & Co. KG

Fest verankert: Die Schwermetall Halbzeugwerk GmbH & Co. KG investiert in den Standort Stolberg und gibt damit ein klares Zeichen für die Zukunft des Standorts.

KREDITINSTITUT ZIEHT BILANZ

Neue Wege: 55. Vertreterversammlung der Aachener Bank fand digital statt

► **Aachen.** Zum Schutz der Teilnehmer hatte sich die Aachener Bank bei ihrer diesjährigen Vertreterversammlung für eine digitale Lösung entschieden. An der Webkonferenz nahmen 130 Vertreter der Genossenschaftsbank und 67 Gäste teil. Im Rahmen dieser 55. Vertreterversammlung begrüßte die Vorsitzende des Aufsichtsrates, Dagmar Wirtz, nach der Neuwahl im März auch die neuen Vertreter der Bank: Den stetigen Wachstums-

kurs habe man im abgelaufenen Jahr fortsetzen können, die Ertragsituation sei solide und stabil. Die Bilanzsumme der Aachener Bank erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 8,6 Prozent auf eine Milliarde und 290 Millionen Euro. Das Geschäftsvolumen wuchs deutlich um 8,5 Prozent. Aufgrund der noch nicht absehbaren wirtschaftlichen Folgen der Pandemie und den daraus resultierenden Erwartungen der Aufsichtsbe-

hörden entschied die Vertreterversammlung, auf die Ausschüttung einer Dividende zugunsten eines Gewinnvortrages auf das Geschäftsjahr 2020 zu verzichten. Astrid Winkhoff, die satzungsgemäß aus dem Aufsichtsrat ausschied, wurde einstimmig wiedergewählt. In seiner anschließenden Sitzung hat der Aufsichtsrat Dagmar Wirtz als Vorsitzende und Markus Mertzbach als ihren Stellvertreter bestätigt.



Stehen hinter dem Erfolgsprojekt „Fachklasse im Gastgewerbe für Auszubildende mit besonderem Sprachförderbedarf“: Anne Schneider, René de Costa, Kerstin Faßbender, Dr. Ute Pulwey, Stefan Plum und Christoph Berg.

Erfolg spricht für sich

Erfolgsgeschichte: 2017 startete die erste Fachklasse für Azubis mit Sprachförderbedarf an der Käthe-Kollwitz-Schule

VON CAROLIN CREMER-KRUFF

An ihrem ersten Schultag saßen 38 Azubis voller Erwartung zusammen in einem Klassenraum. Eine bunt gemischte Gruppe. Der Jüngste 19 Jahre jung, die Ältteste 40. Zwölf Nationalitäten, völlig verschiedene Erfahrungen und Schicksale. Manche Azubis besaßen erste Deutschkenntnisse, manche gar keine. Einige hatten in ihrem Leben noch nie eine Schule von innen gesehen. Dennoch hatten alle ein Ziel: eine Ausbildung beginnen, im besten Fall abschließen.

Als 2017 die neuartige „Fachklasse im Gastgewerbe für Auszubildende mit besonderem Sprachförderbedarf“ (KÖRH) an der Aachener Käthe-Kollwitz-Schule (KKS) startete, wusste eigentlich niemand genau, wohin die Reise geht – weder die Auszubildenden und Lehrkräfte, noch die Ausbildungsbetriebe und Partner des Projekts. Trotzdem haben alle ihr absolutes Vertrauen in dieses Projekt gesetzt.

Drei Jahre später: Es hat sich viel getan seit diesem ersten Schultag. Einige Azubis haben aufgegeben, andere wurden in ihr Heimat-

land abgeschoben. Neun von ihnen haben ihren Abschluss seit diesem Jahr in der Tasche, 17 Köche und 9 Fachkräfte im Gastgewerbe stehen kurz davor. „Im ersten Jahr hätten wir bei keinem gedacht, dass er die Prüfung schafft, schon gar nicht in den regulären drei Jahren“, blickt René de Costa, Bildungsgangleiter Köche an der KKS, zurück. „Da wurden teilweise leere Seiten bei Klassenarbeiten abgegeben, weil nichts verstanden wurde. Bei denjenigen, die die Ausbildung in der regulären Zeit geschafft haben, war jedoch ein enormer Wille vorhanden. Das hat mich sehr beeindruckt.“ Darüber hinaus waren die ers-



ten Absolventen auch schon älter, jenseits der 25. Das i-Tüpfelchen: Alle Absolventen sind von ihren Ausbildungsbetrieben nach bestandener Prüfung übernommen worden. Im Frühjahr 2021 machen auch diejenigen Azubis ihren Abschluss, die das erste Ausbildungsjahr freiwillig wiederholt haben.

Seit dem Schuljahr 2017/18 bietet die KKS mit Unterstützung der IHK Aachen und der Agentur für Arbeit eine Fachklasse im Gastgewerbe an, in der Azubis aller Ausbildungsberufe des Gastgewerbes neben der fachlichen Grundbildung eine besondere Förderung beim Erlernen der deutschen Sprache erfahren. Dieses Angebot richtet sich vor allem an Geflüchtete, Auszubildende mit Migrationshintergrund oder leistungsschwächere Azubis, die einen Ausbildungsplatz als Koch, Fachkraft im Gastgewerbe, Restaurant- oder Hotelfachmann haben. Basis des Unterrichts ist der maßgebliche Lehrplan mit allen Fächern, wobei die fachlichen Inhalte sprachsensibel vermittelt werden, im Idealfall im Teamteaching. Im Mittelpunkt des Unterrichts stehen die Verbesserung der deutschen Sprachkompetenz sowie die Vermittlung der beruflichen Fachsprache.

Die wichtige Frage, wie es nach dem ersten Jahr weitergeht

Am Ende der Unterstufe finden individuelle Beratungsgespräche statt, in denen gemeinsam mit den Auszubildenden, den Ausbildern und den Lehrkräften ausgelotet wird, ob es sinnvoll ist, die Ausbildung im regulären zweiten Lehrjahr fortzusetzen, oder ob eine Wiederholung des ersten Lehrjahrs in einer „regulären“ Unterstufenklasse höhere Chancen

bietet, das Ausbildungsziel, also das Bestehen der Abschlussprüfung, zu erreichen. „Damit möchten wir den Azubis eine Orientierungshilfe geben. Die Wiederholung des ersten Lehrjahres ist und bleibt eine freiwillige Entscheidung“, so Annegreth Schneider, Leiterin des Bereichs Gastgewerbe an der KKS. Zusätzlich wurde in Kooperation mit der IHK Aachen und dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) ein Sprachkurs „Deutsch“ auf dem Niveau B2 aufgelegt.

Dass das Projekt einen so erfolgreichen Verlauf genommen hat, liegt nicht zuletzt auch an der guten Kooperation mit den Ausbildungsbetrieben. „Ich finde es gut, dass die teilnehmenden Unternehmen überhaupt den Schritt gewagt haben, den Auszubildenden diese einmalige Chance zu geben“, erklärt Stefan Plum-Consilius, Ausbildungsberater bei der IHK Aachen. Mehr noch: Alle Unternehmen haben auf ihre Weise in die Ausbildung ihrer Azubis investiert, sie beispielsweise für den Sprachkurs freigestellt. Manchen haben ihren Schützlingen sogar private Nachhilfe bezahlt. Alle haben ihre Azubis schließlich mit einem festen Arbeitsvertrag belohnt. Und das unter Corona-Bedingungen.

Und die Erfolgsgeschichte geht weiter: Ab dem Schuljahr 2020/21 ist auch das Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung in Aachen Teil des Projekts, und zwar im Bereich Einzelhandel. Das freut Christoph Berg, Leiter des Fachbereichs Einzelhandel am Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung, besonders. Der Grund: Im vorangegangenen Schuljahr sah er sich das erste Mal mit einer erhöhten Zahl von Geflüchteten konfrontiert, die eine

Ausbildung im Bereich Einzelhandel anstreben. Das ist an sich kein Problem. Doch zeigte sich auch hier schnell, dass die sprachlichen Defizite der Anwärter eine Ausbildung kaum möglich machten. Von Uwe Steckemetz, Ausbildungsberater der IHK Aachen, erfuhr er schließlich von dem Förderprojekt und war begeistert. „Der Vorteil an dem Konzept ist, dass es grundsätzlich auf jeden Ausbildungsbereich übertragbar ist. Die konzeptionellen Strukturen sind sehr ähnlich, nur die Inhalte müssen angepasst werden“, sagt Kerstin Faßbender, Flüchtlingskordinatorin der IHK Aachen.

Zunächst war unklar, ob am Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung zusätzliche Stellen für das Teamteaching eingerichtet werden können. Dann kam auch noch die coronabedingte Schulschließung dazu. „Wir haben das Projekt dann aber festgezurrert und genehmigt bekommen“, blickt Christoph Berg zurück. Mit dem Grone-Bildungszentrum Aachen wurde ein außerschulischer Partner gefunden. Ende September waren die Eingangstests, seit Oktober findet der Kurs im Schulgebäude statt. Mit acht Anmeldungen sind die Zahlen noch verhalten. Die Klasse musste „aufgefüllt“ werden, damit sie überhaupt realisiert werden konnte. Klassenlehrerin Dr. Ute Pulwey sieht darin jedoch eher eine Chance: „Das Konzept soll ja nicht ausschließlich Geflüchtete adressieren, sondern alle Azubis, die einen besonderen Sprachförderbedarf haben.“



IHK-Ansprechpartnerin:
Kerstin Faßbender
Tel.: 0241 4460-208
E-Mail: kerstin.fassbender@aachen.ihk.de

Geflüchtete ausbilden und einstellen: Café Zuflucht dient als Ansprechpartner für Unternehmen

Unternehmen, die Geflüchtete ausbilden oder einstellen möchten, sehen sich oft mit rechtlichen Hürden und Unsicherheiten konfrontiert. Zu aufenthalts- und arbeitsmarktrechtlichen Fragen bietet das Café Zuflucht seit fast 30 Jahren Beratung an – auch für Unternehmen. Darüber hinaus bestehen Kooperationen mit der gemeinnützigen Arbeitsmarktförderungsgesellschaft low-tec im Qualifizierungsprojekt „Vorteil Aachen Düren“ und der StädteRegion Aachen im Landespro-

gramm „Durchstarten in Ausbildung und Arbeit“. Die Beratung ist kostenlos. Unternehmen können sich telefonisch unter 0241 99771251 oder 0241 44659020 melden oder per E-Mail an info@cafe-zuflucht.de. Wer die Arbeit des Cafés unterstützen möchte, findet nähere Informationen inklusive Spendenkonto auf der Website.



www.cafe-zuflucht.de



SEMINARE UND LEHRGÄNGE

Home-Office und mobiles Arbeiten langfristig und strategisch umsetzen

Die Flexibilisierung des Arbeitsortes durch Home-Office und mobiles Arbeiten trägt wesentlich zur Mitarbeiterzufriedenheit und Motivation bei. Sie ist ein effektiver Beitrag zu einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie und ein wichtiger Bestandteil eines positiven Arbeitgeber-Images. Auch Unternehmen ermöglicht sie deutlich mehr Flexibilität. Dies hat nicht zuletzt die Corona-Pandemie gezeigt. Im Webinar „Home Office, mobiles Arbeiten – langfristig und strategisch umsetzen“

werden unter anderem folgende Fragen beantwortet: Welche Möglichkeiten für mobiles Arbeiten bieten sich durch die Digitalisierung? Wie können Arbeitgeber mobiles Arbeiten einsetzen, nutzen und was muss dabei beachtet werden?



Wann? 14. Januar, 10 bis 12 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 99 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 21-414)

IHK-Lehrgang: Jetzt zertifizierter Online-Marketing-Manager werden

In diesem Lehrgang bekommen die Teilnehmer neben dem IHK-Zertifikat vor allem viel praxisnahes Wissen, mit dem sie sofort einsatzbereit sind. Zudem sind ihre Fragen wesentlicher Bestandteil des Lehrgangs. Dies in Verbindung mit praktischen Übungen macht das Angebot in vielen Bereichen auch zum Workshop. Ein weiterer Vorteil für die Teilnehmer des Online-Marketing-Manager-Lehrgangs ist die kompakte

Wissensvermittlung innerhalb von nur einer Woche. Die Teilnehmer sind bereits in der folgenden Woche fit, um im Unternehmen durchzustarten.



Wann? 1. bis 5. Februar, 9 bis 18 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.650 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 21-003)

Kompakt-Seminar Leadership 4.0: Die moderne Art der Personalführung

Der demografische Wandel und die Digitalisierung haben die Unternehmen verändert: Mitarbeiter von heute haben andere Ansprüche als ihre Vorgängergeneration – sowohl an den Job als auch an den Chef. Das erfordert ein neues Verständnis von Führung und Zusammenarbeit. Für moderne Führungskräfte sind deshalb drei Kernkompetenzen wich-

tig: Führen, Fördern, Fordern. Das Kompakt-Seminar „Leadership 4.0“ ist modular aufgebaut.



Wann? 26. Januar bis 9. Februar, 9 bis 16.30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 780 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 21-248)

Grundlagen der Personalarbeit – Lehrgang mit IHK-Zertifikat

Kompetente Ansprechpartner in der Personalabteilung sind Grundvoraussetzung für eine mitarbeiterorientierte Personalarbeit. Gerade als Einsteiger im Personalbereich ist ein bestimmtes Grundlagenwissen erforderlich, um unterschiedliche Anfragen zu beantworten, Auskünfte zu geben und Kollegen im Unternehmen zu unterstützen. Personalmanagement ist ein wichtiges, aktuelles Thema in jedem Unternehmen, denn zufriedene Mitarbeiter sind kein Zufall, sondern auch ein Ergebnis

erfolgreicher Personalarbeit. Der Lehrgang bietet die Möglichkeit, Einblicke in die erfolgreiche Personalarbeit zu gewinnen und die verschiedenen Bereiche des Personalwesens kennenzulernen.



Wann? 18. Januar bis 3. Mai, 18 bis 21.15 Uhr
Wo? IHK Aachen
Kosten: 800 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 21-201)



Dinge ändern, die man ändern kann: Upgrade für Privat- und Berufsleben

Eine gute Lebensführung fängt immer bei einem selbst an. Hierbei spielt es keine Rolle, ob es um den beruflichen oder den privaten Alltag geht. Was beruflich stärkt, stärkt auch privat und umgekehrt. Erfolgserlebnisse aus dem privaten Umfeld machen für den Arbeits-

alltag stärker und leistungsfähiger. Wichtig ist, Energie gebündelt, effektiv und effizient einzusetzen. Wegzukommen von dem Wunsch, Rahmenbedingungen mit viel Kraft verändern zu wollen, um stattdessen lieber die eigene Einstellung zu verändern. Jeder hat die Selbst-

verantwortung und auch das Potenzial, die Dinge in die Hand zu nehmen, die einem nicht gefallen.



Wann? 11. Dezember, 9 bis 16.30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 300 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 20-294)



Foto: gstockstudio - stock.adobe.com

Da kommt Freude auf: Wer versucht, seine Einstellung zu verändern statt die Rahmenbedingungen, feiert eher Erfolge.

Neuen Anforderungen in Sekretariat und Verwaltung gerecht werden – Lehrgang mit IHK-Zertifikat

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. Der Lehrgang 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? 27. Januar bis 10. Juni, 9 bis 16.30 Uhr
Wo? IHK Aachen, Kosten: 1.300 Euro
www.aachen.ihk.de (Dok.-Nr.: 21-322)

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

► Unternehmensbörse

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

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

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

Angebote

Immobilienbestand in GmbH als Kapitalanlage und aktive Gesellschaft zu verkaufen. Die GmbH fungiert als Eigentümer von: 11 Eigentumswohnungen in Aachen und 2 Eigentumswohnungen in der Städtereise Aachen. Die Jahresnettokalmmieten betragen etwa 60.000 Euro, Gewinnrücklagen sind vorhanden. **ACA-1371-EX**

Hochprofitables Metallbauunternehmen für Terrassenüberdachungen: Auf Grundlage eines innovativen, eigenen Produktsortiments erwirtschaftet das Unternehmen eine Umsatzrendite von etwa 25 Prozent bei mehr als drei Millionen Euro Umsatz. Das Unternehmen wächst sehr stark. Es agiert seit langem am Markt und stellt moderne, zeitgemäße Terrassenüberdachungen und Sommergärten aus Aluminium her. Kunden sind jeweils zur Hälfte Wiederverkäufer und Endkunden. Die Produkte werden optional mit Verschattung oder auch Verglasung angeboten. Da die Nachfrage in einem sehr hohen Maß zugenommen hat, beschränkt sich das Unternehmen derzeit, bei seinen Endkunden auf das nähere regionale Umfeld. Ein noch stärkeres Wachstum ist derzeit aus personeller Sicht nur schwer umzusetzen, zumal der Unternehmer dies aus Altersgründen nicht mehr anstrebt. Eine zweite Führungsebene ist bereits eingesetzt. Der junge Mann, der aus finanziellen Gründen als Nachfolger ausscheidet, wäre sowohl willens als auch dazu in der Lage, das Unternehmen zukünftig zu leiten, sofern dies gewünscht ist. Die Firma ist in einem modernen, großzügigen Gewebekomplex in einem Industriegebiet untergebracht. Die Immobilie kann je nach Wunsch angemietet oder auch mit gekauft werden. Der Unternehmer plant den Verkauf in den nächsten sechs bis zwölf Monaten abzuschließen um dann in den wohlverdienten Ruhestand zu wechseln. Zu einer strukturierten Einarbeitung steht er für einen Zeitraum von etwa sechs Monaten zur Verfügung. **ACA-1372-EX**

► Verbraucherpreisindex

Den Verbraucherpreisindex für Deutschland und NRW mit dem aktuellen Basisjahr 2015 finden Sie im Internet unter 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
- für NRW unter www.it.nrw/rechenhilfe-verbraucherpreisindex-15174.

► Ernennung von Handelsrichtern

Auf Vorschlag der Industrie- und Handelskammer Aachen hat die Präsidentin des Oberlandesgerichts Köln den Aachener Unternehmer Dieter Ludwig Claßen für fünf Jahre zum Handelsrichter ernannt.

► DIHK-Kurspläne der Industrie- und Handelskammern gemäß § 3 der Satzung betreffend die Ausbildung der Gefahrgutfahrer/-innen

Gemäß § 3 der Satzung betreffend die Ausbildung der Gefahrgutfahrer/-innen vom 23. Januar 2018 erlässt die Industrie- und Handelskammer Aachen folgende Verwaltungsvorschrift:

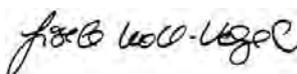
Die vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) erstellten Kurspläne

- Basiskurs
- Aufbaukurs Tank
- Aufbaukurs Klasse 1
- Aufbaukurs Klasse 7
- Auffrischungsschulung

für die Ausbildung der Gefahrgutfahrer/-innen nach Kapitel 8.2. ADR (jeweils Stand 01.01.2021) werden zum 01.01.2021 als verbindlich erklärt. Gleichzeitig wird die Verwaltungsvorschrift zur Gefahrgutfahrerschulung: DIHK-Kurspläne Stand 1.1.2019, veröffentlicht 12/2018 im Internetauftritt der IHK Aachen unter <https://www.aachen.ihk.de> unter der Dokumenten-Nummer 85437 außer Kraft gesetzt. Von einem Abdruck der DIHK-Kurspläne Stand 1.1.2021 in der Zeitschrift „Wirtschaftliche Nachrichten“ wird abgesehen. Diese werden jedoch auf Anforderung zur Verfügung gestellt. Die neuen Kurspläne stehen ebenfalls auf unserer Internetseite unter <https://www.aachen.ihk.de> unter Eingabe der Dokumenten Nr. 85437 als Link vom DIHK zum Download bereit.

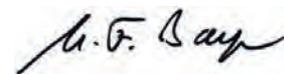
Aachen, 5. November 2020

Gez.



Gisela Kohl-Vogel
Präsidentin der IHK Aachen

Gez.



Michael F. Bayer
Hauptgeschäftsführer der IHK Aachen

► Recyclingbörse

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

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

Inserats-Nummer	Stoffgruppe	Bezeichnung des Stoffes	Häufigkeit	Menge/Gewicht	Anfallstelle
Angebote					
ACA-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-6521-4	Papier/Pappe	Bücher, Altpapier	regelmäßig	400 kg	Aachen
ACA-4957-12	Sonstiges	Betonelemente	einmalig	ca. 9t/Element	ehemaliger Bahnhof Kronenburg
ACA-2313-12	Sonstiges	Tintenpatronen und Tonerkartuschen, leer und unbeschädigt	unregelmäßig	nach Absprache	bundesweit
ACA-6088-11	Verpackungen	gebrauchte Fallboxen aus PP-Kunststoff	regelmäßig	1000 Stück á 30 kg	Roetgen
Nachfragen					
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

Stadt Aachen

- Aufhebung des Bebauungsplans Nr. 559 – Stadtbezirk Aachen-Mitte östlich der Süsterfeldstraße bis einschließlich 11. Dezember 2020
- Stadt Aachen, Verwaltungsgebäude am Marschierort, Lagerhausstr. 20, Zimmer 400, 52062 Aachen; <https://www.aachen.de/bauleitplanung>

Gemeinde Titz

- Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 41 – Ortslage Rödingen
- 2. Änderung des Bebauungsplans Nr. 20 – Ortslage Jackerath
- 1. Änderung der Innenbereichssatzung Nr. HR 3 – Ortslage Hasselsweiler bis einschließlich 4. Dezember 2020
- Gemeinde Titz, Landstraße 4, Zimmer 5, 52445 Titz; <https://www.o-sp.de/titz/verfahren>



Gut für mich.
Gut für die
Umwelt.

DER BLAUE ENGEL
100% UMWELTZEICHEN
SCHÜTZT
MENSCH UND UMWELT

„Weil er hilft,
positiv in die Zukunft
zu blicken!“
Jacqueline Roussety
Moderatorin und Schriftstellerin

Tun Sie etwas Gutes für sich, die Umwelt und die Zukunft! Kaufen Sie Produkte mit dem Blauen Engel. Das blaue Engel-Symbol steht für 35 Jahre für Transparenz, Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Qualität. Mehr unter www.blauer-engel.de



THEMENVORSCHAU

Wirtschaftsstandort Innenstadt



Foto: Siberian Art - stock.adobe.com

Ausgabe Februar

Titelthema: Wirtschaftsstandort Innenstadt
Redaktionsschluss: 06.01.2021

Anzeigen-Sonderveröffentlichungen:

- Steuerliche und betriebswirtschaftliche Beratung
- Aus-, Fort- und Weiterbildung

Anzeigenschluss: 13.01.2021

Ausgabe März

Redaktionsschluss: 04.02.2021
Anzeigenschluss: 10.02.2021

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

Wirtschaft im TV: Dezember/Januar



Sonntag, 6. Dezember

Ladenschluss: Ist die Shoppingmall am Ende?

60 Jahre lang war die Shoppingmall ein fixer Bestandteil der amerikanischen Konsumgesellschaft. Doch der Stern der Malls sinkt. Immer mehr Einkaufszentren schließen ihre Pforten. Angebot und Nachfrage stimmen nicht mehr überein. In den USA hat ein regelrechtes Shoppingmall-Sterben eingesetzt. Ist das Ende der Einkaufszentren eingeläutet?

3sat, 19.10 Uhr

Dienstag, 15. Dezember

makro: Luftfahrt unter Strom

Weltweit wird an umweltfreundlichen Flugzeugen getüftelt. In 15 Jahren will Airbus CO₂-neutral mit Wasserstoffantrieb fliegen. Aber wie nachhaltig kann Fliegen mit Batterie- oder Brennstoffzellenantrieb sein? Denn die Techniken verbrauchen riesige Strommengen. Das deutsche H2Fly-Projekt den schaffte bereits mit zehn Kilogramm Wasserstoff eine Strecke von 1.500 Kilometern. Die nächste Generation des Antriebs soll in ein normales Flugzeug passen.

3sat, 22.25 Uhr

Montag, 4. Januar 2021

125 Jahre Nord-Ostsee-Kanal:

Verbindet die Meere, teilt das Land

Es ist der gewaltigste Bau Norddeutschlands: Der Nord-Ostsee-Kanal zwischen Kiel und Brunsbüttel, die meistbefahrene künstliche Wasserstraße der Welt. Doch der Kanal ist weit mehr als ein Bauwerk. Er hat Biografien, Familien und Generationen geprägt. Zahlreiche Arbeiter aus aller Welt strömten Ende des 19. Jahrhunderts zum Kanalbau und blieben dann in Schleswig-Holstein.

Phoenix, 20.15 Uhr

(Achtung: Kurzfristige Programmänderungen sind möglich.)

IMPRESSUM

Die Zeitschrift wird herausgegeben seit 1919.

Erscheinungsweise: monatlich, jeweils am 1. Wochentag des Monats

Verbreitete Auflage: 29.904 [Stand: IWV Q3/2020]

IWV-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 Becher, Heike Horres, 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, Helga Hermanns, Richard Mariaux, Anja Nolte, Sabine Rother, 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: Jürgen Dietz, Andre Karger

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

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

Ansprechpartnerinnen für Bestellungen und Kündigungen des Abonnements:

KGT: birgit.egeling@aachen.ihk.de/HR-Firmen: 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.

donnerstags
13 Uhr



vierpunkteins

Der Wirtschafts-Newsletter
für die Region

Jetzt kostenlos anmelden

und jeden Donnerstag um 13 Uhr die regionalen
Wirtschafts-Nachrichten per Mail erhalten.

aachener-zeitung.de/vierpunkteins
aachener-nachrichten.de/vierpunkteins

Ein Produkt aus dem

MEDIENHAUS
AACHEN



AU WIEH! HAS DE JEHUURT?

Aachens schnellster
Druckservice

Heute **online bestellen -
morgen abholbereit!**
Oder wir liefern
innerhalb von Aachen.

www.oecherprint.de



ÖCHERPRINT