

25
JAHRE

1994–2019

WIRTSCHAFT REGIONAL

WIR

▶ DAS MAGAZIN FÜR UNTERNEHMER IN DER REGION

WWW.WIRTSCHAFT-REGIONAL.NET

06 | 2019 | EUR 8,50 | 44861



LEADERS TALK:

Albrecht Schulze

BRANDI

RECHTSANWÄLTE

www.brandi.net



Fokussiert

BIELEFELD | DETMOLD | GÜTERSLOH | PADERBORN | MINDEN | HANNOVER | PARIS | PEKING



Für einen guten Start ins Leben

Bitte helfen Sie frühgeborenen und kranken Kindern mit Ihrer Spende für den Neubau des Kinderzentrums Bethel.

Spendenkonto (IBAN): DE48 4805 0161 0000 0040 77

Stichwort: KINDGESUND, www.kinder-bethel.de

Bürokratieentlastungsgesetz III: Schriftformgebot ersetzen

Mit einem klaren Statement gegen das Schriftformgebot wandte sich jetzt Werner Stolz, Hauptgeschäftsführer des Interessenverbandes Deutscher Zeitarbeitsunternehmen (iGZ) an die Vertreter der politischen Parteien, unter anderem Bundesarbeitsminister MdB Hubertus Heil (SPD) und die CDU-Bundenvorsitzende, Annegret Kramp-Karrenbauer.

„Deutlich stärker als andere Branchen wird die Zeitarbeit mit bürokratischen Lasten überfrachtet. Unsere Unternehmen wollen und müssen sich mit Qualifizierung von Personal und der Suche nach Arbeitseinsätzen befassen – so bringen sie Menschen in Arbeit und stärken zugleich die Wirtschaftskraft. Stattdessen müssen sie übermäßig oft mit Dokumentations- und sonstigen Auflagen kämpfen, die zumal im digitalen Zeitalter längst ihre Funktion verloren haben. Hierzu gehört das Schriftformgebot in § 12 Arbeitnehmerüberlassungsgesetz (AÜG)“, erläutert Stolz in seinem Anschreiben. Flexibilität sei ein Grundzug der täglichen Arbeit der Zeitarbeitsbranche: „Es ist nicht selten, dass ein Personalbedarf am Donnerstagnachmittag für die Fröhschicht am Freitag angemeldet wird.“

Bei einem postalischen Austausch der Vertragsurkunden ist es technisch unmöglich, den Arbeitnehmerüberlassungsvertrag von beiden Seiten vor Beginn des Einsatzes zu unterschreiben“, appelliert er für eine Änderung des Status quo. Das Schriftformerfordernis in § 12 AÜG stelle eine enorme bürokratische Belastung dar und sei zugleich nicht mehr erforderlich, um den ursprünglich angestrebten Schutzeffekt zu erzielen, verweist er auf die Digitalisierung der Wirtschaft. „Vor diesem Hintergrund fordern wir nachdrücklich, das Schriftformgebot im Rahmen des Bürokratieentlastungsgesetz III durch ein Textformgebot zu ersetzen. Es würde hierdurch keine Schutzfunktion verlorengehen, allerdings sehr viel Flexibilität und Raum für die Konzentration auf das Wesentliche gewonnen werden“, betont Stolz die Vorteile eines Ersatzes.



Werner Stolz
iGZ-Hauptgeschäftsführers

Sommer - Sonne - SonnenPartner®

150 Strandkörbe, 200 Gartenmöbelgruppen, 80 Grills, Sonnenschirme u.v.m.

Grills und Grill-Seminare

Holzkohle-, Gas- und Elektrogrills · www.grill-spezialist.de

Die Schatztruhe
Sommermöbel-Manufaktur
Detmolder Str. 627 · 33699 Bielefeld-Hillegossen
Tel. 05 21/92 60 60 · Fax 05 21/92 60 636
Internet: www.sonnenpartner.de · e-mail: info@sonnenpartner.de
Geschäftszeiten: Mo.-Fr. 9.00-18.30 Uhr, Sa. 10.00-18.00 Uhr

Kostenlose Parkplätze direkt vor der Ausstellung!

/// MARKETING | DRUCK

- 10 Strategische Markenführung in kleinen Firmen
- 14 „Miteinander Ziele erreichen“ – mit Können, Kreativität und Mut
- 16 Leidenschaftlicher Fotograf mit der perfekten Lösung für die Kunden

/// TITELTHEMA

- 18 - 23 Im Gespräch mit Albrecht Schulze

/// RECHT | STEUERN | FINANZEN

- 24 Herbring GmbH aus Ibbenbüren – über 20 Jahre Erfahrung bei Versicherungen und Finanzierungen
- 26 Nah dran für den weltweiten Erfolg
- 28 Planbare Liquidität und Entlastung mit Crefo Factoring Westfalen
- 30 EHI Workshop microm
- 32 Cyberrisiken
- 34 Neue Strategien bei der Anmeldung von Marken und Designs erforderlich?

/// IKT | OFFICE

- 36 Speed Shopping
- 38 itelligence AG mit Pinnacle Award ausgezeichnet
- 39 Das beste Rezept: Design und Qualität
- 40 Neues Lagerverwaltungssystem dirigiert Intralogistik beim Musikversandhändler jpc

/// FOCUS

- 05 Kleine Forscher nehmen Mikroplastik unter die Lupe
- 08 Regelung Smart-Control Touch – neu für Remko-Klimageräte
- 09 Der Faktor A – Business Talk bringt weiter

/// RUBRIKEN

- 04 Impressum
- 06 Regionalgeflüster
- 49 Firmenkontakte

Verlag und Herausgeber

Press Medien GmbH & Co. KG
Richthofenstraße 96 · 32756 Detmold
Tel.: (0 52 31) 98 100-0 · Fax: -33
www.wirtschaft-regional.net

Redaktion und Anzeigen

Peer-Michael Preß (verantwortlich)
Tel.: (0 52 31) 98 100-17
m.press@wirtschaft-regional.net

Mitarbeiter der Redaktion

Sascha Brinkdöpke
Tel.: (0 52 31) 98 100-12
redaktion@wirtschaft-regional.net

Jutta Jelinski
Tel.: (0 52 31) 309 100
jelinski@fotografie-jelinski.de

Pressemitteilungen bitte an
redaktion@wirtschaft-regional.net

Gekennzeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Für unverlangt eingereichte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

Anzeigen

Ines Heuer
Tel.: (0 52 31) 98 100-20
i.heuer@wirtschaft-regional.net

Melanie Meise
Tel.: (0 52 31) 98 100-19
m.meise@wirtschaft-regional.net

Anzeigenpreisliste Nr. 23/Januar 2015

Druck

Press Medien · www.press-medien.de

Erscheinungsweise

12 Hefte kosten jährlich im Abonnement 24,00 Euro netto. Das Abonnement läuft über ein Jahr und verlängert sich nur dann um ein weiteres Jahr, wenn nicht spätestens drei Monate vor dem Ablauf des Abonnement gekündigt wird. Erfüllungsort und Gerichtsstand Lemgo. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

WESSLING GMBH

Kleine Forscher nehmen Mikroplastik unter die Lupe

Gemeinsame Aktion „MINT for Future“ von WESSLING und der Kita Zappelkiste

Die Vorschulkinder der Kita Zappelkiste gingen den winzigen Partikeln der Mikroplastik auf den Grund und waren dabei mit großen Profis unterwegs. WESSLING hat an der Unternehmenszentrale Altenberge mit der Elterninitiative Zappelkiste gemeinsam das Programm „MINT for Future“ gestartet, um schon bei Kindergartenkindern das Bewusstsein für unsere Umwelt und Nachhaltigkeit zu wecken. Das Mikroplastik-Projekt ist das erste aus einer Reihe von Projekten, welche die Unternehmerinnen Anna und Diana Weßling zusammen mit der Kita-Leiterin Melanie Ihmenkamp und Erzieherin Katharina Wolfram entwickelt haben. Spielerisch können die Jungen und Mädchen dabei die Naturwissenschaften entdecken.

Warum entsteht so viel Plastikmüll durch uns Menschen? Wie gelangt er

über die Wasserwege als Mikroplastik in den Bauch von Meerestieren? Was können wir tun, um Plastikmüll zu vermeiden? Durch das Waschbecken werden sie in die Kanalisation gespült und gelangen so in den Wasserkreislauf. „Praktische Beispiele aus dem Alltag sensibilisieren die Kinder. Sehen, verstehen und begreifen gelten als eng verknüpfte Teile des kindlichen Lernprozesses, die Neugierde und die Ideen der Kinder sind uns in unserer pädagogischen Arbeit daher besonders wichtig“, erklärt Melanie Ihmenkamp. Die kleinen Forscher wissen schon sehr gut Bescheid und stellen viele Fragen. Die Kita Zappelkiste ist eine Elterninitiative, die für alle Kinder aus Altenberge offen ist und durch dieses MINT-Projekt Einblicke in die naturwissenschaftlichen Berufe ermöglicht. Sie sehen sich eine Wasserprobe aus dem nahe gelegenen Biotop unter dem Mikroskop an sowie

echte Exponate aus dem Mikroanalytik-Labor. Die Kinder sind mit großer Aufmerksamkeit und Konzentration bei der Sache. Familienunternehmerin Diana Weßling ist es wichtig, dass die Kinder gar keine Scheu vor Mathe, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik haben: „So entdecken die Mädchen und Jungen aus purer Neugier und mit Spaß die sogenannten MINT-Fächer und Berufe.“ Währenddessen startet am Nebentisch schon eine weitere Aktion: Die Vorschulkinder mischen mit Unternehmerin Anna Weßling eine eigene verpackungsfreie Shampoo-Seife. Ob sie nach Lavendel oder Zitrone duften soll, kann jedes Kind selbst entscheiden. Stolz nimmt jedes Kind seine umweltfreundliche Shampoo-Seife mitsamt Rezept zum Selbermachen an diesem Tag mit nach Hause.

/// www.wessling.de

FÜR DICH KULTUR
UND RÄUME
DEIN EVENT IN
 FÜR GÜTERSLOH

Besuchen und buchen unter
www.kultur-raume-gt.de



ASSMANN Büromöbel Sponsor des ATP Tennisturnieres GERRY WEBER OPEN



Osnabrück. Der Meller Büromöbel-Hersteller ASSMANN ist jetzt offizieller Sponsor der GERRY WEBER OPEN in Halle/Westfalen, eines der traditionellsten ATP Rasentennis-Turniere Europas. Das Sponsoring-Engagement umfasst unter anderem Bandenwerbung und Logopräsenz im Stadion und rund um das jährlich im Juni stattfindende Tennisturnier. Ziel von ASSMANN ist es, die eigene Markenbekanntheit in den kommenden Jahren in Deutschland und Europa weiter auszubauen. „Die GERRY WEBER OPEN direkt vor unserer Haustür sind ein idealer Baustein unserer Markenstrategie. Durch das hochkarätig besetzte Teilnehmerfeld schafft das Turnier in allen Mediengattungen Europas eine sehr hohe Aufmerksamkeit und TV-Relevanz. Es ist ein Sportevent, das in Familien und allen Altersklassen großen Anklang findet. Einige der weltbesten Tennisspieler treten hier an, darunter Roger Federer, aktuell auf dem dritten Platz der ATP-Weltrangliste, und der deutsche, amtierende Tennisweltmeister Alexander Zverev. In dieses Umfeld passt unsere Marke ASSMANN hervorragend. Gleichzeitig unterstützen wir mit unserem Engagement ein wichtiges und herausragendes Highlight in unserer Region bzw. ostwestfälischen Nachbarschaft. Auch das ist uns wichtig!“ betont Marc Schumann, Marketingleiter bei ASSMANN..

📷 So wie in dieser Bildmontage wird das Gerry Weber-Stadion beim diesjährigen Turnier aussehen: ASSMANN Büromöbel prominent auf Werbebannern am Spielfeldrand platziert. (Foto: GERRYWEBEROPEN)

EK/servicegroup stellt sich für die Zukunft auf



Bielefeld. „Auf die Fläche, fertig, los“: Mit diesem Messe-Motto zielt die Bielefelder EK/servicegroup, Mehrbranchenverbundgruppe mit europaweit rund 3.900 Handelspartnern, auf der Family-Ordermesse EK FUN am 8. und 9. Mai 2019 direkt auf das hohe Tempo des strukturellen Wandels im Spielwaren- und Babyhwarenbereich. Die passenden analogen und digitalen Antworten auf die rasanten Veränderungen im Verbraucherverhalten

gibt die EK dabei wie gewohnt in den eigenen Messehallen. Auf der Pressekonferenz anlässlich der EK FUN präsentiert der EK Vorstand das abgelaufene Geschäftsjahr mit dem Rückgang des Gesamtumsatzes der EK Gruppe auf 2.421 Mio. Euro (-0,4 %). Zufrieden zeigen sich die drei Vorstände mit der Summe der Ausschüttungen als zentraler Maßstab für den Erfolg einer Verbundgruppe: Hier wurde das gute Niveau von 2018 mit rund 22,6 Mio. Euro erneut erreicht.

📷 EK/servicegroup – Neuausrichtung der Aktivitäten in Deutschland. (Foto: EK/servicegroup) Diamant Software)

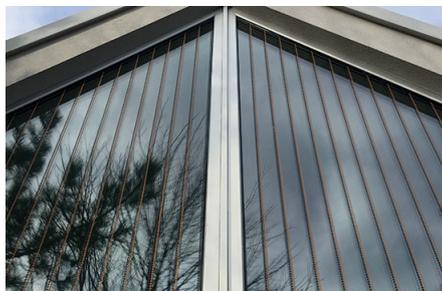


Statements zur KUTENO Kunststofftechnik Nord

Rheda-Wiedenbrück. Die Messe KUTENO Kunststofftechnik Nord ist zu Ende. Sie hat die Erwartungen von Ausstellern und Besuchern voll erfüllt und sich mit ihrer zweiten Auflage erfolgreich als starke Zuliefer- und Arbeitsmesse im Norden etabliert. 2580 Fachbesucher kamen an den drei Messetagen ins A2 Forum nach Rheda-Wiedenbrück und konnten sich dort bei Ausstellern, teilnehmenden Branchennetzwerken und Verbänden und im begleitenden Vortragsprogramm über die gesamte Prozesskette der kunststoffverarbeitenden Industrie informieren. „Wir freuen uns, dass wir nach der erfolgreichen Premiere im letzten Jahr auch bei den Fachbesuchern auf so große Resonanz gestoßen sind und sich die Besucherzahl verdoppelt hat. Dies bestätigt uns, dass die KUTENO die perfekte Plattform ist, auf der Kunststoffverarbeiter und ihre Zulieferer zu einem fachlichen Austausch in angenehmer Atmosphäre zusammen kommen,“ erklärt Kristina Wissing, Leiterin Tagungen und Messen beim veranstaltenden Carl Hanser Verlag.

📷 Die nächste KUTENO findet vom 12.-14. Mai 2020 statt. (Foto: Carl Hanser Verlag)

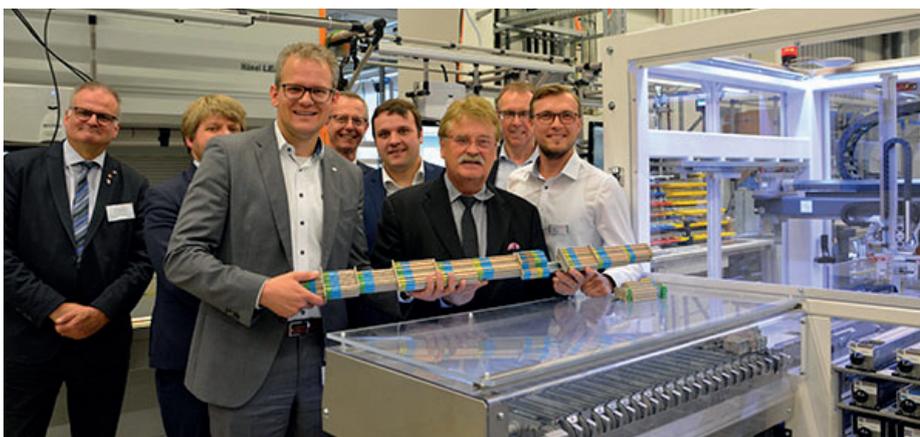
HAVERKAMP aus Münster entwickelt Vogelschutzfolie



Münster. Mehrere Millionen Vögel sterben allein in Deutschland jedes Jahr an Vogelschlag. Das zeigen aktuelle Statistiken anerkannter Vogelschutzorganisationen. Die Vögel nehmen Glasscheiben von Gebäuden nicht als Hindernis wahr, fliegen ungebremst davor und verenden oft elendig. Dabei spielt es kaum eine Rolle, ob es sich um Wohnzimmerfenster von Eigenheimen oder große verglaste Bürogebäude oder

Lärmschutzwände handelt – die Verluste sind enorm, eine neue Vogelschutzfolie schafft Abhilfe. Doch der Bauboom mit Glas hört nicht auf. Im Gegenteil: Jedes Jahr entstehen neue Gebäudekomplexe, die nahezu vollständig aus Glas bestehen und das Leben zahlreicher Vögel bedrohen. Für den Vogelschutz ist das ein riesiges Problem. Der Folienhersteller und Spezialist für Fensterfolien HAVERKAMP mit Firmensitz im westfälischen Münster hat dieses Problem vor einiger Zeit auf die Agenda gehoben.

📷 Die Vogelschutzfolie OPALFILM® birdsafe von HAVERKAMP schützt nachweislich vor Vogelschlag. (Foto: HAVERKAMP)



Elmar Brok am Europatag zu Gast bei Weidmüller

Detmold. Elmar Brok, dienstältestes Mitglied des Europäischen Parlaments, stattete am Europatag am 9. Mai zusammen mit einer Delegation des CDU Kreisverbandes Lippe dem Detmolder Elektrotechnikunternehmen Weidmüller einen Besuch ab. Im Fokus des Besuchs standen das neue Kunden- und Technologiezentrum, die Produktion am Standort Detmold sowie natürlich die bevorstehende Europawahl. Brok und die Besucher – zu denen unter anderem auch der CDU Kreisvorsitzende Lippe Lars Brakhage und dem Stadtverbandsvorsitzenden der CDU Friedrich Sundhoff – zeigten sich beeindruckt von dem neuen Gebäude und der Innovationsfreude des Unternehmens. „Die Digitalisierung ist die zentrale Herausforderung für viele Unternehmen in Lippe und Ostwestfalen. Es war interessant zu sehen, wie sich Weidmüller hier aufgestellt hat, um zukünftig erfolgreich zu sein – auch vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels“, erklärt Brok.

📷 Die Delegation rund um Elmar Brok (3.v.r) zeigte sich beeindruckt von der Produktion und der automatischen Tragschienenbestückungsanlage bei Weidmüller. (Foto: Weidmüller)



Daten, Produktion, Innovation – Das Forum Produktion & IT

Emsland. Die sechste Auflage des Forum Produktion & IT, der Fachveranstaltung für produzierende Unternehmen in der Ems-Achse, fand in im NINO-Hochbau in Nordhorn statt. Insgesamt bot das zweitägige Forum den über 250 Teilnehmenden 37 Fachvorträge zu den Themengebieten „IT in der digitalisierten Produktion, Transportsysteme und Logistik, Energie- und Umwelttechnik, Kunststofftechnik sowie Produktionstechnologien“. Die Vorträge informierten gleichermaßen über wissenschaftliche sowie wirtschaftliche Standards, aktuelle Herausforderungen und zukünftige Lösungen. Zwischen den Vorträgen gab es die Möglichkeit, mit den 22 Ausstellern und den anderen Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen und so beispielsweise Virtual Reality Brillen für die Produktion auszuprobieren. Ebenfalls gab es bei verschiedenen Unternehmensführungen die Möglichkeit, das Zusammenspiel von Produktion und IT „live“ zu erleben.

📷 Über 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer tauschten sich beim Forum Produktion & IT im NINO-Hochbau zu aktuellen Produktionsthemen aus. (Foto: Emsachse)

NRW-Umweltministerin Heinen-Esser zu Gast bei Christinen



Bielefeld. Um aktuelle Themen des Natur- und Umweltschutzes unter besonderer Berücksichtigung der aktuellen Nachhaltigkeits-Strategie von Christinen Brunnen ging es, als Ursula Heinen-Esser, Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW, am 2. Mai dieses Jahres in Bielefeld weilte. Auf Einladung von Christinen-Alleingeschäftsführer Guido Grebe war sie aus Düsseldorf angereist, um sich nach einer Betriebsbesichtigung mit Repräsentanten der Wirtschaft und des öffentlichen Lebens über aktuelle ökologische Fragen, auch im Umfeld der Mineralwasser-Branche auszutauschen. Bei dieser Gelegenheit informierte sich Frau Heinen-Esser auch über die erst Anfang dieses Jahres erfolgte Zertifizierung von Christinen als Premiummineralwasser in Bio-Qualität sowie für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Dazu erklärte die Ministerin, ihr Ministerium arbeite derzeit an der Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Nordrhein-Westfalen. Deshalb galt ihr reges Interesse auch dem umfangreichen Zertifizierungs-Programm mit derzeit mehr als 90 Nachhaltigkeitskriterien, deren Einhaltung durch SGS Institut Fresenius regelmäßig in Vor-Ort-Audits bei Christinen überprüft wird. In diesem Zusammenhang kündigte Grebe an, dass Anfang Juli eine neue Produktlinie „Lieblings-Limo“ auf den Markt kommen werde, die trotz vollem Geschmack nur noch die Hälfte an Zuckergehalt im Vergleich zu herkömmlichen Limonaden aufweisen wird. Um somit einen wichtigen Beitrag zur Abwehr von gesundheitlichen Beeinträchtigungen besonders bei Kindern und Jugendlichen zu erreichen.

📷 NRW-Umweltministerin Heinen-Esser im Kreis der Teilnehmer. (Foto: Christinen)

REMKO GMBH & CO. KG

Regelung Smart-Control Touch – neu für Remko-Klimageräte

Die intelligente Art, ein Klimasystem mit sämtlichen Innengeräten zu steuern, präsentiert Remko mit dem Smart-Control Touch (Serie SC-1). Dabei wurden die Erkenntnisse aus der Wärmepumpen-Steuerung auf ein weitgehend identisches System für Klimageräte übertragen. Bis zu 128 Geräte lassen sich mit dem Smart-Control Touch über eine einzige Schaltstelle regeln.

Der Regler Smart-Control Touch wird am besten zentral installiert. Dort bietet er Zugriff auf das Außengerät, wobei sich alle wichtigen Remko-Gerätetypen einbinden lassen. Am Display (aus Glas) werden die Daten aufgerufen bzw. eingestellt und kontrolliert. Die Menüpunkte führen außerdem zu den Eckdaten der Innengeräte. Für jede Komponente lässt sich ein eigenes Zeitprogramm festlegen, sodass eine große Flexibilität gegeben ist. Neben der Raumtemperatur kann unter anderem die Lüftergeschwindigkeit gewählt werden.



Des Weiteren lässt sich das System aufgrund der Smart-Web-Funktion auch mobil steuern. Jedes Endgerät, vom Smartphone bis zum PC, ist möglich. Auch Geräteparameter auslesen oder Störmeldungen empfangen gehört zu den Leistungen des Smart-Control Touch. Auf Wunsch kann eine Fernwartung stattfinden, etwa durch den Fachbetrieb, der die üblichen Wartungs- und Instandhaltungsarbeiten übernimmt.

Eine einheitliche Steuerung der Remko-Klimageräte lässt sich mit dem Smart-Control Touch umsetzen.

/// www.remko.de

WIR MACHEN 3D-MODELLE

***BUSSE. KANN DAS.**

#REVERSEENGINEERING
#FLÄCHENRÜCKFÜHRUNG
#3DLASERSCAN

BUSSE

Fritz-Souchon-Strasse 22
DE-32339 Espelkamp
Telefon 05772.97750
info@busse.cc
3d.busse.cc

Fotos: REMKO GmbH & Co. KG, Lage

AGENTUR FÜR ARBEIT NORDHORN

Der Faktor A – Business Talk bringt weiter

Ein interessantes Thema, eine beeindruckende Persönlichkeit als Gastredner, eine tolle Location und eine entspannte Atmosphäre – mehr braucht es eigentlich nicht für einen spannenden Abend mit Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Der „Faktor A – Business Talk“ der Bundesagentur für Arbeit verspricht genau das! Am 25. September 2019 ist die Agentur für Arbeit Nordhorn Gastgeber dieser außergewöhnlichen Veranstaltung.

Der „Faktor A – Business Talk“ ist eine Eventreihe der Bundesagentur für Arbeit und richtet sich an alle, die etwas bewegen wollen – im Unternehmen, in der Arbeitswelt, und in der Wirtschaft insgesamt. Das Ganze findet in einer offenen und entspannten Atmosphäre statt, in der viel Platz für Diskussionen und informellen Austausch ist.

Die Nordhorer Arbeitsagentur hat sich ein interessantes Thema für die Veranstaltung ausgesucht: Wie können Unternehmen zukunftsfähig bleiben? Ein Thema, das sich sicherlich für eine interessante Diskussion und engagierte Gespräche eignet.

Highlight des Abends wird zweifelsohne der Impulsvortrag von Dr. jur. Dr. phil. Niels H. M. Albrecht, Leiter der DEACK – Deutsche Akademie für Change und Kommunikation, sein. Albrecht ist Dozent der Führungsakademie der Bundesagentur für Arbeit und als Unternehmens- und PR-Berater u. a. für die katholische Kirche und die Bundesregierung tätig. In seinem Vortrag wird er einige packende Beispiele und Impulse zum Besten geben. Anschließend findet eine Podiumsdiskussion mit prominenten Rednern aus der hiesigen Wirtschaft statt. Das Programm wird durch kurzweilige Theaterszenen abgerundet.

Der Business Talk findet in einer völlig entspannten Lounge-Atmosphäre statt. Als Location hat sich die Agentur für Arbeit das Kompetenzzentrum Wirtschaft im NINO-Hochbau in Nordhorn ausgesucht. Für das leibliche Wohl wird natürlich ebenfalls gesorgt sein. Kurzum eine Veranstaltung, die nicht verpasst werden darf.

Anmeldungen zur Veranstaltung können bei der Pressestelle der Nordhorer Arbeitsagentur unter Nordhorn.PresseMarketing@arbeitsagentur.de oder telefonisch unter 05921 870 605 aufgegeben werden.



Der Faktor A – Business Talk: Eine Initiative des Arbeitgeber-Service der Bundesagentur für Arbeit.

Weitere Informationen zum Faktor A – Business Talk erhalten Betriebe beim Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit Nordhorn oder im Internet unter:

/// www.ba-business-talk.de/

Wir stehen auch auf Stahl. Nur anders!

JANNECK
Stahlhallen & Stahlbau

www.stahlhallen-janneck.de
Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen T: 04475 92930-0

GERBERCOM.WERBEAGENTUR GMBH

Strategische Markenführung in kleinen Firmen

Viele Unternehmer sind noch immer der Auffassung, der Aufbau einer Marke sei nur etwas für „große“ Betriebe – ein Irrglaube.

Das Image eines Unternehmens entsteht oft ‚wie von selbst‘“ weiß Michael Gerber, Geschäftsführer der gerberCom.Werbeagentur in Porta Westfalica. Denn auch als kleiner oder mittelgroßer Betrieb wird man am Markt durch seine Produkte, Dienstleistungen oder das Verhalten von Mitarbeitern gegenüber Kunden auf eine bestimmte Weise wahrgenommen. „Die Frage, ob man als Unternehmer die Wahrnehmung seines Betriebs lieber dem Zufall überlassen oder aktiv an einem eigenständigen Unternehmensauftritt arbeiten sollte, beantwortet sich damit eigentlich von selbst“, fügt Gerber schmunzelnd hinzu.

Unternehmen, die die Pflege der eigenen Marke aktiv angehen – durch Markenführung oder neudeutsch „Brand-Management“ – sind nachgewiesenermaßen erfolgreicher als solche, die ausschließlich auf die Überzeugungskraft ihrer Produkte setzen. Das Vertrauen in den Anbieter, seine Reputation und die seiner Produkte spielen eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung.

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bringen diese Erkenntnis aber selten in ihr Marketingkonzept ein. Untersuchungen haben gezeigt, dass nur rund ein Viertel aller KMUs über ein ernstzunehmendes Markenmanagement verfügt. Nahezu die Hälfte der Verantwortlichen vertritt die Meinung, dass kein enger Zusammenhang zwischen der Markenpositionierung und der gelebten Kultur des Unternehmens existiert. Kein Wunder also, dass in vielen Unter-

nehmen die eigenen Mitarbeiter nicht wirklich wissen, wofür die Marke steht. Was sollen dann erst die Kunden denken?

Warum interessieren sich so wenige Unternehmer für Markenführung?

Dazu Torsten Redeker, Leiter PR & Media im Hause gerberCom: „Noch immer glauben viele Unternehmer, dass sich gute Produkte von allein verkaufen. Das gilt so allerdings schon lange nicht mehr. In einer Zeit, in der Produktleistungen immer austauschbarer werden, müssen sich Unternehmen auf andere Weise von ihren Wettbewerbern abheben.“ Eine Möglichkeit ist die Differenzierung über den Preis – in der Regel die schlechteste Lösung. Wer hingegen als Unternehmen mit seinen Produkten (oder noch besser Produktlösungen) ein echtes Mehrwertversprechen verbindet, kann langfristig höhere Preise als seine Wettbewerber am Markt durchsetzen. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen müssen hier etwas tun, um gegenüber den „Großen“ in Erscheinung zu treten.

Viele Unternehmen aus dem B2B-Bereich glauben auch, dass Marken nur für den Endverbraucher interessant seien – das ist leider ebenfalls falsch. „Techniker und Ingenieure sind Menschen aus Fleisch und Blut, die über Emotionen angesprochen werden wollen“ sagt der Experte.

Eine starke Marke erfüllt für den Kunden die Funktion eines „Ankers“, weil sie ihm indirekt wichtige Informationen zur

Ihre Herausforderung, unser Job: **Sichere Entsorgung** von Altpapier, Akten und Folien



bequem entsorgt – sicher verwertet

STÜCKE Rohstoff-Recycling GmbH

Buschortstraße 52-54 · 32107 Bad Salzuffeln
Fon: 05221 70347 · www.stuecke-gmbh.de



DETEKTEI
Rolf Raschke

gegr. 1968 www.detektei-raschke.de

Tel.: 05203.5588 · Mobil: 0171.2211256

DSGVO - KONFORME ERMITTLUNGEN



Michael Gerber, Geschäftsführer der gerberCom. Werbeagentur

Qualität, Brauchbarkeit oder Zukunftsfähigkeit eines Produktes oder einer Produktlösung liefert. Für ihn reduziert sich damit aus seiner Sicht das Risiko, eine Fehlentscheidung zu treffen und schafft Vertrauen in den Anbieter – was wiederum langfristig zu einem hohen Maß an Kundenidentifikation und Kundenbindung führt. Wer es mit einer positiven Bewerbung in das Wertesystem des Kunden geschafft hat, bekommt erst einmal einen Bonus bei der Beurteilung der Leistungen.

Und eine Marke kann noch mehr – so spricht man heutzutage auch von der Arbeitgebermarke oder „neudeutsch“ Employer Branding: Hierbei geht es um die Attraktivität eines Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt. Auf diese Weise schaffen fortschrittliche Unternehmen die Voraussetzungen dafür, dass aus Interessenten und Bewerbern Mitarbeiter und im besten Fall „Markenbotschafter“ werden.

Selbstverständlich kostet es Geld, eine Marke aufzubauen und zu führen, aber es ist in jedem Fall schlechter und teurer, gar keine Marke zu haben. Wer bei jedem neuen Produkt wieder bei null anfängt, muss in der Regel deutlich mehr Zeit und auch Geld investieren. Nur ein eigenständiges Logo zu haben, macht dabei noch keine Marke, auch wenn es der richtige Anfang ist.

Brand-Management zahlt sich aus Unternehmen, die nur über ein kleines Marketingbudget verfügen, können sich eine professionelle Marken-



Torsten Redeker, Leiter PR & Media bei der gerberCom. Werbeagentur

führung leisten, wenn sie sich auf einige ausgesuchte zentrale Botschaften und klar definierte Zielgruppen konzentrieren – und im Zweifel Kommunikationsexperten für den Aufbau und die Positionierung einer Marke hinzuziehen. „Auch bei der Weiterführung in Form von Markenpflege und integrierter Kommunikation ist die helfende Hand eines Spezialisten eine gute Wahl.“ empfiehlt Michael Gerber.

/// www.gerbercom.de

DIE GANZE WELT DES DIGITALDRUCKS

GROSSFORMATDRUCK • UV-DIREKTDRUCK • AUFLAGENDRUCK • WERBETECHNIK • DRUCKVORSTUFE
PRÄSENTATIONSSYSTEME • DIGITALE FOTOLABOR • CD|DVD PRODUKTION • MAILINGS • u.v.m.

Besuchen Sie unseren neuen Online-Shop unter www.shop.delta-color.de

Delta-Color
innovativ aus druck stark digital
Fachlabor für digitalen Druck und Fotografie GmbH & Co.KG

Bleichstraße 40 • 33607 Bielefeld
(05 21) 380 930-00 • info@delta-color.de

BUNDESVERBAND INDUSTRIE KOMMUNIKATION E.V.

bvik-Studie

Marketing-Etats von B2B-Unternehmen sinken – große Unternehmen investieren mehr in digitale Kanäle.

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) hat die Ergebnisse seiner aktuellen Studie „B2B-Marketing-Budgets 2018“ veröffentlicht. Nachdem die Marketing-Budgets deutscher Industrieunternehmen in den vergangenen Jahren stetig gestiegen waren, zeigt die aktuelle Befragung eine deutliche Budget-Reduzierung – speziell bei den externen Budgets von global agierenden Unternehmen ab 2.000 Mitarbeitern. Während im Jahr 2017 im Schnitt 1,75 Prozent des Gesamtumsatzes der befragten Unternehmen in den Bereich Marketing und Kommunikation flossen, war es 2018 nur noch knapp ein Prozent. Auch die Zahl der Mitarbeiter in den Marketing-Abteilungen hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verringert. Für Dr. Andreas Bauer, Vice President Corporate Marketing Strategy & Operations der KUKA AG und bvik-Vorstand, der die Studie 2011 ins Leben



Dr. Andreas Bauer, Vice President Corporate Marketing Strategy & Operations der KUKA AG und bvik-Vorstand

gerufen hat, ist der deutliche Rückgang der Marketing-Budgets um durchschnittlich 37 % ein Indiz für eine allgemeine Unsicherheit auf den globalen Märkten: „Bei wirtschaftlicher Unsicherheit macht sich die Tendenz zu Einsparungen gerade im Bereich Marketing bemerkbar. Hier werden

die Budgets leider am schnellsten gekürzt.“ Seiner Meinung nach ist dies ein Anzeichen dafür, dass es B2B-Marketingern bisher noch nicht ausreichend gelungen sei, den Beitrag des Marketings zum Unternehmenserfolg bis in die Führungsebene transparent zu machen. Hier sieht Bauer deshalb Handlungsbedarf: „Um die internationale Wettbewerbsfähigkeit unserer Industrie zu gewährleisten und den Wohlstand im B2B-Land Deutschland zu sichern, muss insbesondere der Mittelstand erkennen, dass das Marketing hierbei eine essenzielle Rolle spielt.“

Angesichts der gesunkenen Etats wird die Auswahl des richtigen Marketing-Mix im B2B noch herausfordernder, da eine steigende Anzahl von Kanälen und Maßnahmen mit geringerem Budget zu bespielen ist. Für den bvik-Vorstand ist deshalb die Mission des Verbandes, das Marketing und die Kommunikation im B2B-Bereich zu professionalisieren, aktueller denn je „Es ist viel Überzeugungsarbeit notwendig, um die Bedeutung des Marketings in der Management-Ebene zu verankern. Durch den Know-how-Transfer und den Erfahrungsaustausch im bvik, möchten wir das Bewusstsein für ein starkes Marketing als Wertschöpfungsfaktor in den Unternehmen stärken“, erklärt Bauer.

Größter Budgetanteil entfällt auf Messen

Keine großen Veränderungen zu den Vorjahren zeigt die Studie bei der Verteilung der externen Marketing-Budgets auf die verschiedenen Maßnahmen und Kanäle. Mit über

ANDERE INVESTIEREN IN DIE SUCHE NACH FACHKRÄFTEN. ICH INVESTIERE IN DIE WEITERBILDUNG MEINES TEAMS. DAS BRINGT MICH WEITER!

Die Aus- und Weiterbildungsprogramme der Bundesagentur für Arbeit. Nutzen Sie den Arbeitgeber-Service und erfahren Sie mehr darüber, wie Sie Ihre Beschäftigten und Ihr Unternehmen weiterbringen können. Informieren Sie sich jetzt unter www.dasbringtmichweiter.de

Bundesagentur für Arbeit **jobcenter**

Foto: Thomas R. Schumann

einem Drittel des Gesamtetats fließt der größte Budgetanteil noch immer in Messen und Events (37 %), gefolgt von Produktinformationen (Broschüren, Kataloge, Filme, Multimedia) mit 12 % und klassischer Printwerbung (Produkt- und Imageanzeigen in Fachzeitschriften, redaktionelle Anzeigen) mit 11 %. Messen sind demnach weiterhin das budgetmäßig wichtigste Marketinginstrument im B2B-Bereich.



Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Professur für Marketing, insbesondere Markenführung, an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin)

Große Unternehmen setzen auf digitale Kanäle

Bemerkenswert ist, dass laut der aktuellen Erhebung große Unternehmen (über 2.000 Mitarbeiter) mit insgesamt 41 % des Marketingetats deutlich weniger Geld für die klassischen Marketingmaßnahmen (Messen, Printwerbung und Produktinformationen) ausgeben als kleinere Firmen unter 2.000 Mitarbeiter (durchschnittlich fast 61 % für diese drei Bereiche). Große Unternehmen verlagern ihre Etats stattdessen auf digitale Bereiche, wie die Präsenz in Social Media oder Online-Werbung und werden damit zu Vorreitern in der Branche, da B2B-Marketing-Budgets in Zukunft wohl verstärkt in diese Kanäle fließen werden.

Kommunikationsdienstleister stehen unter Druck

Darüber hinaus zeigt die bvik-Studie, dass der Bereich Online-Marketing zunehmend inhouse durchgeführt wird. Viele Industrieunternehmen haben mittlerweile intern genügend Kompetenzen aufgebaut, um diese digitalen Aufgaben zu erfüllen und dadurch Schnelligkeit und Flexibilität in der Arbeit zu erhöhen. Dies hat jedoch negative Auswirkungen auf die Kommunikationsdienstleister, wie Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Professur für Marketing, insbesondere Markenführung, an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR Berlin), der die Stu-

die wissenschaftlich betreut, erklärt: „Der Druck auf die Dienstleister steigt. Neben den sinkenden externen Budgets verschärft sich die Situation dadurch, dass die Marketing-Abteilungen immer mehr Dienstleistungen wie Online-Marketing, Lead-Management oder auch Data Analytics intern durchführen.“

Antizyklisches Marketing als Erfolgsrezept der Zukunft?

Laut Baumgarth werden die in den Studienergebnissen deutlich gewordenen Veränderungen das B2B-Marketing in Zukunft nicht einfacher machen, sondern vielmehr vor neue Herausforderungen stellen. Eine weitere Professionalisierung der Industriekommunikation ist deshalb unerlässlich. Inwieweit Unternehmen ihre Budgets den Entwicklungen anpassen werden, bleibt abzuwarten: „In Zukunft wird es spannend zu beobachten, ob die negative Budget-Entwicklung anhält, oder das Konzept eines antizyklischen Marketings nicht nur in der Theorie diskutiert, sondern auch in der Praxis umgesetzt wird“, so Baumgarth.

/// www.bvik.org

Foto: Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V.

So viel Power!



Konzeptioner
Wir setzen Impulse für Ihren spürbaren Vorsprung.



Kreative
Wir bieten den Wow-Effekt in Verbindung mit Typo-Kunst.



Interaktive
Wir entwickeln tolle dynamische Styles für sichtbaren Web-Erfolg.



MITEINANDER
ZIELE ERREICHEN

SYSTEM-WERBUNG



Full-Service Werbeagentur: System-Werbung Blavius GmbH | Telefon 05421 9494-90 | www.system-werbung.de



SYSTEM-WERBUNG BLAVIUS GMBH

„Miteinander Ziele erreichen“ – mit Können, Kreativität und Mut

System-Werbung Blavius GmbH bietet ganzheitlichen Service

Aus Dissen am Südhang des Teutoburger Waldes kommen nicht nur Feinkostsalate und Gewürze. Hier entstehen auch kreative Marketingkampagnen, starke Unternehmensauftritte und überzeugende Kommunikationsstrategien. Die Full-Service-Agentur System-Werbung Blavius setzt dabei auf eine ganzheitliche Beratung ihrer Kunden und auf partnerschaftliche Zusammenarbeit – und auch auf mutige und ungewöhnliche Wege.

Schon allein die Räumlichkeiten sind etwas Besonderes: Ihren Sitz hat die Full-Service-Agentur in der ehemaligen Homann-Villa von 1817 mitten in Dissen. In dem imposanten Gebäude entstehen nicht nur kreative Werbe-Ideen, auch vielfältige kulturelle Veranstaltungen finden hier den passenden Rahmen – zum Teil orga-



Uwe Blavius
Geschäftsführer
System-Werbung Blavius GmbH

nisiert von der Agentur. Vielleicht trägt dieses inspirierende Ambiente dazu bei, dass sich die System-Werbung Blavius zu einem erfolgreichen, nicht nur regionalen Player in der Werbelandschaft entwickelt hat. Ganz bestimmt sind es aber der ganzheitliche Ansatz und die hohe Professionalität, die die Kunden seit mehr als 30 Jahren zu schätzen wissen.

„Unser Ziel ist es, Unternehmen von Anfang an – von der Idee über die Konzeption bis zur Umsetzung der Marketingmaßnahmen – umfassend zu betreuen“, sagt Geschäftsführer Uwe Blavius. „Wichtig ist uns dabei die partnerschaftliche Zusammenarbeit: Wir verstehen die Ziele unserer Kunden als unsere eigenen.“ Nicht umsonst hat sich die agile Agentur den Leitsatz „Miteinander Ziele erreichen“ gegeben. Kleine, mittlere und große

Unternehmen aus Industrie, Handel und Handwerk, sowohl im Food- als auch im Non-Food-Bereich, vertrauen den Dissener Werbe-Profis, ob sie nun Unterstützung im B2B- oder im B2C-Bereich benötigen.

Mit einem schlagkräftigen Team von Fachkräften und einem Netzwerk von professionellen Dienstleistern entwickelt und realisiert die Agentur passgenaue Marketing- und Kommunikationsstrategien für Marken und Unternehmen, die authentisch und überzeugend sind. Dadurch sind die Kunden in der Lage, sich erfolgreich und nachhaltig am Markt zu positionieren.

Am Anfang steht stets die präzise Analyse der Marktsituation mit regelmäßiger Beobachtung der Trendmärkte und Prüfung der Points of Sale. Die Kunden profitieren hier besonders von den tiefen Markt- und Branchenkenntnissen der Agentur, vor allem im Lebensmittelsektor. Parallel zur Marktanalyse werden Marketingziele und Zielgruppen bestimmt. Darauf aufbauend werden die einzelnen Marketing- und Kommunikationsinstrumente inhaltlich und zeitlich so aufeinander abgestimmt, dass sie den optimalen Werbeeffekt erzielen. Klassische Print-Werbemittel wie Flyer oder Broschüren, gedruckte PR-Texte und Anzeigen gehören ebenso zum Leistungsangebot wie auch das ganze



Spektrum der Online-Werbemedien wie Websites, Apps, Shops, digitale Anzeigen und Werbebanner oder auch Audio- und visuelle Medien wie Filme, Spots, Clips oder Jingles. Online-Marketing und Online-Strategien bilden einen Schwerpunkt im Leistungsspektrum der Full-Service-Agentur, denn diese sind gerade in der heutigen Zeit maßgeblich für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Das Ergebnis des konzeptionellen und kreativen Prozesses sind aufmerksamkeitsstarke Unternehmens- und

Markenauftritte, die im Gedächtnis bleiben. „Dafür braucht man ein sensibles Gespür für den Markt und die Produkte, aber auch eine gute Portion Mut und Querdenken, um auch mal ungewöhnliche Wege zu gehen“, erklärt Uwe Blavius. Mit der alten Villa mitten in Dissen haben die Werber dafür sicherlich den passenden Ort gewählt.

/// www.system-werbung.de

Fotos: System-Werbung Blavius

MULTISPLIT-KLIMASYSTEME

Die effiziente Klimalösung für mehrere Räume



REMKO SERIE MVT

- Kühlen und Heizen von bis zu 5 Räumen möglich
- Innengeräte kombinierbar
- Intelligentes Klimamanagement / Timer-Programme
- Steuerung per Tablet oder Smartphone möglich
- Energieeffizienzklasse A++





STUDIO TOELLE FOTOGRAFIE

Leidenschaftlicher Fotograf mit der perfekten Lösung für die Kunden

Seit Sommer 2018 ist Stephan Röcken neuer Inhaber vom Studio Toelle in Bielefeld.

Es gibt viele Möglichkeiten, aber immer nur eine wirklich perfekte Lösung.“ Mit diesem Anspruch arbeitet das Studio Toelle Fotografie in Bielefeld. Neu-Inhaber Stephan Röcken hat das 1980 gegründete Unternehmen zum 1. August 2018 von Gründer Norbert Toelle übernommen und führt das Studio mit diesem gelebten Qualitätsanspruch und leidenschaftlichen Engagement erfolgreich weiter.

Der 45-jährige Fotograf kennt die Branche und sein „Handwerk“ bereits aus vielen Berufsjahren. Nach Abitur und Zivildienst entschied sich der gebürtige Berliner, der seine Kindheit in Aachen verbracht hat, seiner Leidenschaft, der Fotografie, zu folgen. Zu dieser Zeit lebte die Familie in Horn-Bad Meinberg. In der Nachbarstadt Lage lernte Stephan Röcken von 1995 bis 1997 im Fotostudio von Patrick Pantze sein Fotografen-Handwerk im Bereich der Werbefotografie und Medienproduktion. Nach seiner Ausbildung war er dort weitere 15 Jahre beschäftigt. Er übernahm zügig immer mehr Verantwortung, war seit gut 10 Jahren als Studioleiter tätig und kümmerte sich parallel auch um die Nachwuchsförderung.

Im Alter von Anfang 40 reifte bei ihm die Idee, sich selbstständig zu machen



Stephan Röcken – Inhaber Studio Toelle Fotografie

Fotos: Studio Toelle

oder ein Fotostudio zu übernehmen. Erste intensive Gespräche mit Norbert Toelle, den er in Bielefeld kennengelernt hatte, bestärkten ihn. 2012 wechselte er ins Studio Toelle in die Ostwestfalen-Metropole, verbunden mit der Perspektive, das Studio Toelle zu übernehmen und Nachfolger von Norbert Toelle zu werden.

Das Studio Toelle hat sich in der Werbefotografie bestens etabliert und

genießt einen sehr guten Ruf. Der bisherige Inhaber hatte stetig investiert, die Geschäftsräume sind bestens ausgestattet, und die Technik ist state-of-the-art. Licht zum Beispiel erzeugt das „look and feel“ eines Fotos, „der virtuose Umgang mit Licht ist unsere Leidenschaft“, erklärt Stephan Röcken. Verschiedene digitale Kamerasysteme, Proofgerät und FTP-Server eröffnen den Profis weitere vielfältige

Möglichkeiten. Hinzu kommen eine Profiküche mit großem Kühlraum, erforderlich für die Kernkompetenz im Bereich Foodfotografie, und eine riesige Requisite. Rund 400 Quadratmeter Studiofläche, am Rande der Bielefelder Innenstadt bieten reichlich Fläche für Teilmilieu, Still People, Beauty, Bildbearbeitung und Support – und das mit einer Flächenkapazität, die sogar an mehreren Aufnahmeplätzen paralleles Arbeiten zulässt.

Mitte 2018 setzten Norbert Toelle und sein 20 Jahre jüngerer Nachfolger die Unterschriften unter die Übernahmeverträge und informierten im Nachgang ihre Kunden. Diese sind große Unternehmen aus der Region Ostwestfalen-Lippe, alle aus dem Business-to-Business-Bereich und breit gefächert im Branchenmix. Dazu zählen viele Kunden aus dem Foodbereich, der Modeindustrie, der Automotive- und der Tierzubehör-Branche und und und. Viele arbeiten mit Agenturen aus Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt oder München zusammen.

Im Team von S. Röcken arbeiten Fotograf Christopher Rüsing, eine Auszubildende und ein Team freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterhin mit dem Anspruch an einer perfekten Lösung, um die anspruchsvolle Stammkundschaft auch künftig für

die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Fotostudio Toelle zu begeistern. Das Angebotsspektrum umfasst Food, Stills, People, Beauty, Architecture / Industrial, CGI und Animation sowie das Thema Bewegtbild, mit Produktionen z. B. für Image-, Dokumentar-, Montage-, oder Unternehmensfilme.

Das nicht nur lokal und vor Ort, sondern genauso auch außerhalb des Studios im nationalen und internationalen Einsatz.

Ist der Jungunternehmer nun am Ziel seiner Träume angelangt? Stephan Röcken muss bei dieser Frage an seinen Vater denken, ein begeisterter Hobbyfotograf, der ganz ohne Zweifel seine Leidenschaft auf den damals noch kleinen Grundschuljungen übertragen hatte. Heute ist der 45-jährige Studioinhaber immer noch ein neugieriger, wissensdurstiger und leidenschaftlicher Fotograf, der vor allem anspruchsvolle Fotografie und damit die perfekte Lösung für seine Kunden realisieren will. Das gelingt mit viel Engagement und reichlich Erfahrung, die er auch immer gern an jüngere Generationen weitergibt. Nähere Infos, auch mit Blick hinter die „Kulissen“ unter:

/// www.studiotoelle.de;
Text Susanne Schaefer-Dieterle



On Location im Einsatz – Katalogproduktion für CLAAS Collection



High-End-Kamerasystem im Studioeinsatz – Sinar Fachkamera mit Hasselblad Digitalback



Food-Fotoproduktion im Studio – letzter Feinschliff vom Foodstylisten



Rock'n'Rolla | Fashion-Fotografie mit Model Andre Danke



Katalogfotografie für CLAAS Collection - on Location



On Location im Einsatz – Katalogproduktion für CLAAS Collection – Teamfoto am Strand von Rerik



IM GESPRÄCH MIT
**Albrecht
Schulze**

So sieht ein echter Kämpfer aus. Wenn man erfahren möchte, wie man sich immer wieder selbst auf die Beine stellt, dann, ja dann, sollte man bei Albrecht Schulze in die Lehre gehen. Schon sein Erscheinungsbild ist beeindruckend: groß, kräftig, breitschultrig und mit Bart à la Horst Lichter. Er ist nicht zu übersehen. Das Gesicht der KOMM.AKADEMIE. Er ist der Chef, Eigner und Geschäftsführer des Unternehmens. An den Start ging das private Ausbildungs- und Weiterbildungsinstitut zum 01.01.2016, wächst seitdem und gedeiht. Zum Wintersemester 2019 erweitert sich das Angebot um die Möglichkeit eines Studiums im Bereich Marketing, Kommunikatio, Event und Design. Ausbildung und Studium in Einem – neben dem IHK-Berufsabschluss gibt es noch den Bachelor in Kommunikationsdesign oder Marketing Management. Mit zurzeit 150 Studierenden „klein aber fein!“, so der Chef, mit mehr als dreißig Jahren Berufserfahrung in Sachen privater Aus- und Weiterbildung muss er es wissen.

Sich die Sporen verdienen.

Bis dahin, bis zum Start der KOMM, war es für Albrecht Schulze ein weiter, oft verschlungener Weg, manchmal geradezu eine Achterbahn. 1956 geboren, Einzelkind später Eltern, aufgewachsen im damals dörflichen Sprockhövel, einer Kleinstadt im südlichen Ruhrgebiet, heute gut 45.000 Einwohner. Das Ländliche liegt ihm noch heute im Blut. Das ist Heimat, und der bleibt der inzwischen weltgewandte Unternehmer noch immer treu. Hier wohnt er seit Jahr und Tag in seiner schon 1986 selbsterbauten Immobilie – mit Blick auf das Elternhaus. Das bedeutet aber auch viel Fahrerei zwischen Wohnort und Akademie in Osnabrück – 152 km. Aber das nimmt der arbeitsame Unternehmer gern in Kauf. Sein kreativer Umgang mit dem Pendeln heißt, teilweise Homeoffice und seit Herbst 2018 endlich Zweitwohnung, davor fünf Jahre Hotel „Huxmühle“ leben aus dem Koffer. Einfach war es für ihn von Anfang an nicht. Zunächst Volksschule, zwei Jahrgänge in einem Raum, dann – als einziges Arbeiterkind in der Klasse – Gymnasium bis zur mittleren Reife. Früher sagte man Einjähriges. Noch heute hat er Kontakt zu ehemaligen Mitschülern. Mit dem Lernen allerdings hat sich der heranwachsende Albrecht damals etwas schwergetan, meint der Unternehmer aus heutiger Sicht. Kein Wunder, dass er sehr viel Verständnis und Einfühlungsvermögen für seine Studierenden, die er Kunden nennt, aufbringt. In vielen Dingen ist er einfach ein Spätzünder. Selbst seine überbordende Kreativität hat er sehr spät an sich entdeckt. Wichtig wurde dann seine Zeit bei der Bundeswehr. Insgesamt acht Jahre Dienst. Stichworte hier: Disziplin, Zuverlässigkeit, Ordnung und natürlich Organisation und Führung. Alles Eigenschaften, die ihn bis heute auszeichnen und ihm nützen. Die Grundprägung aber, die kommt aus dem Elternhaus. Der Vater war Brennereimeister,

mit seinem kleinen traditionellen Betrieb war er zweigleisig, landwirtschaftlich und in Sachen Weingeist unterwegs. Die Abfälle wurden ans Vieh verfüttert. Recycling im besten Sinne. Jeden Herbst wurden 30 Bullen aufgestellt. Hier auf dem Hof hat der junge Albrecht anpacken gelernt. Von hierher rührt seine „Muskelhypothek“. Ihm ist bis dato nichts zu schwer. Wie wichtig auch körperliche Arbeit ist, versucht er den Jugendlichen – auch seinem eigenen fast 19-jährigen Sohn – zu vermitteln. Den Körper stählen. „Wenn man etwas körperlich-gewerklich schafft, das schafft Glücksgefühle.“ Für ihn hieß das damals, Zäune aufstellen, den Hammer schwingen. „Hat mir nicht geschadet.“ Für praktische Dinge z. B. auf Messen nützt ihm noch heute sein pragmatisches, handwerkliches Verständnis. „Vulgärpragmatiker“ hat ihn einmal ein Unternehmer genannt. Das lässt ihn grinsen.



Unternehmerisches Denken von der Pike auf.

Genauso wichtig fürs Leben: Im Elternhaus hat er hautnah erfahren, was es bedeutet, selbstständig zu sein, wie schwer es manchmal ist durchzuhalten, wie man kalkuliert oder was ein Preisverfall nach sich ziehen kann. Überhaupt der Umgang mit Geld. Alles hat er sich selbst erarbeitet, erspart. Damals mit Ferienarbeit und Anpacken im elterlichen Betrieb. Die Kombination aus Strebsamkeit und Sparsamkeit – dann kann man sich etwas erlauben. Sein ganzer Stolz, das erste eigene Auto, ein nagelneuer Opel Kadett für 7400,- DM, bar mit dem Ersparten bezahlt. Es folgte ein roter 3-er BMW für 16.800 DM. Wie geil war das denn? Sagte man aber damals so nicht. Sein Faible für Autos ist geblieben, neben dem „Reiseauto“, einem Mercedes GLE SUV, gibt es einen Steyr-Daimler Puch Geländewagen aus dem Bestand der Schweizer Armee. Auf dem Land und der Jagd-Pacht quasi ein Muss.

Bevor man da aber hinkommt, muss man arbeiten, sich einsetzen, Visionen und Ideen haben. Aktuell, auch bei der KOMM.AKADEMIE, mangelt es dem einen oder der anderen Studierenden an der Zielstrebigkeit. Das stellt der Selfmademan immer wieder fest. Jugendliche, die nie Mangel erlebt haben, gehen völlig anders mit Geld und dem Wil-

len zum Einsatz um. Sie sind zwar viel entspannter – und dafür kann er sie manchmal sogar beneiden – aber oft auch ziemlich planlos, was ihre berufliche Zukunft anbelangt. Hier vermisst Albrecht Schulze oft den Biss und findet, dass die Eltern ihren Kindern zu liberal gegenüberstehen. Sicher auch ein gesellschaftliches Problem. Genauso fehlt ihnen oft Plan B, wenn Plan A nicht funktioniert. Kopfschütteln. „Ich habe im Leben immer Hosenträger und Gürtel getragen.“ Diese „Denke“ ist den Jugendlichen meist fremd. Den Unternehmer aber hat genau diese Einstellung bisweilen gerettet und weitermachen lassen. Dazu noch seine positive Lebensauffassung. Dass das „Glas [bei ihm] immer halb voll ist“, überrascht also niemanden. Emotionaler Stress vergeht, einen langen Atem haben, ruhig werden, nachdenken, neu überlegen, sich neu erfinden.



Und – das Allerwichtigste ist für den Menschen, Ausbilder und Unternehmer sind Ehrlichkeit und Authentizität. Auch hier kommt die Prägung, die Erziehung aus dem Elternhaus zum Tragen. Egal, was man angestellt hatte, dazu muss man stehen. Eine noch sehr lebendige Erinnerung in diesem Zusammenhang poppt bei ihm stirnkräuselnd hoch: Mit dem Trecker, einem Fendt mit Ladepritsche ist er mal am Fallrohr der Dachrinne „hoch gefahren“, hat „einfach Mist gebaut“. Das Fallrohr war platt, das Malheur hat er aber zähneknirschend und einsichtig gleich zugegeben. Seine Bot-

schaft an junge Leute: Shit happens! Aufrichtig sein, die ehrliche Meinung sagen, das zeichnet logischerweise auch heute noch den Chef der KOMM.AKADEMIE aus. Konkret heißt das zum Beispiel, ab und zu auch mal in Richtung überehrgeizigen Eltern von dem Besuch der Komm für ihr Kind abzuraten. Wahrheit ist nicht unbedingt einfach. Albrecht Schulze steht dazu.

Eignung geht vor Umsatz.

Vor der Ausbildung an der KOMM steht ein Einstufungstest. Stimmt die Motivation bei den Kandidaten? Sind die Basics da? Mit einem Designer, der nicht rechnen kann, damit kann Albrecht Schulze leben – „das kann man anfüttern“ – aber er muss wissen, hat er/sie die Kreativität und das räumliche Verständnis für diese Fachrichtung? Eine Beispielaufgabe: Das perspektivische Zeichnen von gestapelten Lego-Duplo-Steinen. „Die ganz Guten malen dann noch einen kleinen Schattenschlag an die Nüppelchen.“ Eine Quote von 42 % als Testergebnis reicht an der KOMM nicht aus. Mögliche Vorwürfe von Eltern, er hätte nichts aus ihrem Kind gemacht, so was ginge gegen seine Eitelkeit. Deshalb das zentrale Motto: Eignung vor Umsatz! Ein Grund, warum man eine private kostenpflichtigen Akademie besucht, ist ja gerade der Fakt, dass es hier keine 40 %-ige Abbruchquote gibt. Kleine Gruppen, hoher Praxisanteil mit Dozenten aus der Arbeitswelt und Erfolgsquoten größer 97% haben ihren Preis. Im Gegensatz zu staatlichen Einrichtungen erhält die KOMM.AKADEMIE keine öffentlichen Mittel und finanziert sich über die Erhebung von Studiengebühren. Zudem ist der große Vorteil die Regionalität mit über 400 Praxispartnern und das regionale Management. Genau das ist auch der Unterschied zur Macromedia mit Hauptsitz in München, aus der die KOMM.AKADEMIE 2016 hervorgegangen ist. Das Konzept hat Albrecht Schulze zwar „mitgekauft“,

aber jetzt endlich kann er eigene, auch spontane Entscheidungen treffen, mit einem jungen, frischen Marketing ans Werk gehen. „Alter Wein in neuen Schläuchen“. Ein Blick auf die neue Internetseite belegt diesen Anspruch. Alle Bilder kommen echt und authentisch rüber. Das Design ist kreativ, Kompetenz in Struktur und Inhalt. Genauso soll natürlich ausgebildet werden. Zwar profitiert die KOMM nicht mehr von den bundesweiten Aktionen der Macromedia, dennoch – das ursprüngliche Mutterunternehmen bleibt weiterhin Hochschulpartner.



Die KOMM.AKADEMIE macht allen Spaß, meint der Chef. Das merkt man schon, wenn man durch die Tür kommt. Freundliches Hallo, entspanntes Sitzen auf der gemütlichen Couch. Lernen in schönem, hellem Ambiente, technisch gut ausgestattet. Grundsätzliches Akademie-Ziel: Alle sollen sich wohlfühlen. Für einen 6-stelligen Betrag hatte der Unternehmer seinerzeit die großzügigen Räumlichkeiten auf der kompletten ersten Etage des Bürogebäudes unweit des Osnabrücker Zoos aus- und umbauen lassen. Geessen wird in der „KOMM.büse“ oder auf der Dachterrasse mit Relax-Garantie. Im Flur steht ein Fitnessgerät. Die Farben ansprechend, freundlich und positiv. Hier lässt es sich lernen.

Einmal Lehrer – immer Lehrer.

Was wollte der junge Albrecht eigentlich mal werden? Die Ideen reichten vom Radiosprecher bis Pfarrer. „Das

Leben ist ja rechts und links mit Chancen gepflastert“, sagt er heute. Den elterlichen Betrieb zu übernehmen, danach stand ihm eigentlich nie der Sinn. Gerne etwas managen, anpacken und führen, dann das Personal- und Rechnungswesen, schon eher, das liebt er seit eh und je. Der berufliche Findungsprozess dauerte ein bisschen. Die quasi Überbrückungszeit bei der Bundeswehr hat natürlich geholfen. Währenddessen begann er schon mit dem Betriebswirtschaftsstudium, Abschluss dann in Düsseldorf. Schon während der Zeit beim Bund machte Albrecht Schulze freiberuflich seine ersten Erfahrungen mit dem Unterrichten. Die Weitergabe von Wissen ist Passion, macht ihm einfach Spaß. „Menschen zu entwickeln“, ist bis dato sein Anliegen. „Ich stehe noch heute in der Bütt.“ Er unterrichtet Rechnungswesen, ein ungeliebtes Fach. „Tobt vor der Klasse rum.“ Und das neun Stunden hintereinander von 8.30 bis 16.30 Uhr. Das ist Belastung und Erfüllung. Unterricht heißt für ihn 80 % Fachwissen, 20 % Entertainment. Die Schüler freuen sich darauf. Und 30 Jahre Erfahrung helfen natürlich. Mit 24 Jahren hatte er mit wenigen Stunden begonnen, sich die Hörner abgestoßen in kleinen Gruppen. Damals kamen auf eine Unterrichtsstunde mindestens 60 Minuten Vorbereitungszeit. Heute sieht das natürlich anders aus. Er kann sich auf seine reichhaltige Erfahrung verlassen. Dass es dann mit dem Unterrichten überhaupt weiter ging, hing mit einer Zufallsbekanntschaft im Hörsaal zusammen. Er kam zu spät zu einer Vorlesung – Stau. Nur noch ein Platz war frei. Es brauchte eine Weile, bis sich der schüchterne Junge vom Land überwand und sich neben Kommilitonin Susanne setzte. Sie kamen ins Gespräch, und er erfuhr, dass ihr Lebensgefährte bei der Wirtschaftsschule Küster jemanden zum Unterrichten suchte. Das wurde der junge Albrecht – mit zunächst sechs Wochenstunden.

Durchstarten – die Wirtschaftsschule Küster.

Dann ging es immer weiter – mit bis zu 50 Wochenstunden. Schließlich bekam er die Chance, eine überbetriebliche Ausbildung aufzubauen – 80 Auszubildende. Hier zeigten sich seine Kreativität und sein Improvisationstalent. Um eine möglichst reale Situation zu simulieren, machte er aus dem Klassenraum ein Büro, baute kurzerhand Schreibtische und Equipment auf. Klar, dass er auch da Hand anlegte. Der nächste Schritt: Er wurde gefragt, ob er nicht in Leverkusen die Schulleitung übernehmen könnte. Dort gab es damals viele Aussiedler. Sprachlehrgänge mussten koordiniert werden. In der Spitze 50 Kurse. Er kam auf die Idee eines Zwei-Schichten-Betriebs und halbierte dadurch die Raumkosten. Improvisation, Management, Mut und das berühmte Quäntchen Glück, so könnte man seinen beruflichen Weg zusammenfassen. Schließlich, das war 1990, hat Albrecht Schulze die Wirtschaftsschule Küster GmbH mit zwei weiteren Partnern gekauft und geschäftsführend übernommen.

Das war definitiv für ihn der Höhepunkt in seiner beruflichen Laufbahn. Im 48. Stock in New York kam es zur Vertragsunterzeichnung und offiziellen Übergabe. Und um dem Ganzen ein I-Tüpfelchen draufzusetzen: Bei Küster hatte er auch seine jetzige Frau Barbara kennen und lieben gelernt, zunächst als seine Schulleiterin, dann als Ehefrau. Heute ist sie an seiner Seite bei der KOMM und leitet den Bereich Kundenservice. „Zwischen uns passt kein Blatt Papier.“ Zusammenhalt ist Albrecht Schulze wichtig.

Aber mit der Wirtschaftsschule Küster verbindet er auch seinen absoluten beruflichen Tiefpunkt. Die Krise kam Anfang der 2000er-Jahre mit Peter Hartz. Einbußen von bis zu 60 % und noch nicht schuldenfrei. Es wurden keine neuen Maßnahmen mehr vom Arbeitsamt genehmigt. Zuvor hatte

es bis zu 50 Lehrgänge jeden Tag gegeben. Alle Standorte waren betroffen: Leverkusen, Solingen, Bergisch Gladbach, um nur einige zu nennen. Kündigungen mussten ausgesprochen werden. Das war besonders hart für den verantwortlichen Unternehmer. Für drei Geschäftsführer reichte es nicht mehr. Albrecht Schulze schied aus und kümmerte sich fortan zunächst intensiv um seine Immobiliengesellschaft. „Ich habe die Kuhwiese zu Bauland entwickelt und Häuser verkauft.“ Das war sein Plan B. Wie gesagt, das Glas ist halb voll. Aber es gab noch einen anderen ziemlich steinigen Weg.

Der tiefe Wunsch nach einem Kind.

Dieser Wunsch stand lange, lange im Raum. War immer wieder Thema. Wozu machen wir das alles? Aber es klappte halt nicht. Da war das Haus auf Sylt auch nur ein kleiner Trost. Seine Mutter – jetzt stolze 93 Jahre alt – wollte nie den Gedanken aufgeben, Großmutter zu werden. Hartnäckig und positiv geht sie noch heute durchs Leben.

Es begann der zermürende und sehr frustrierende Gang durch ein Adoptionsverfahren. Ein Pflegekind war für das Ehepaar keine Option, zu groß die Angst, ein lieb gewonnenes Kind wieder irgendwann abgeben zu müssen. Aber leider gilt in Deutschland für eine Adoption eine sehr einschränkende Altersgrenze. Und weil das Ganze emotional sehr belastend für das Ehepaar Schulze war, gab es für Frau Barbara erstmal einen kleinen Trost – eine Bayerische Gebirgsschweißhündin, seine absolute Lieblingshunderasse.



Dann kam der entscheidende Tipp vom Steuerberater – eine Adoption im Ausland sei möglich, und zwar über Global Adoption USA in Russland. Heute gibt es den fast 19-jährigen Felix Igor. „Mit das Beste, was wir im Leben gemacht haben.“ „Ein ganz tolles Kind!“ Er hat ein Einser-Abi gemacht und geht bald zum Studieren nach Aachen. Papa Albrecht beschreibt ihn als sehr weltoffen, schon mit 15 war er ein Jahr in Kanada. Dann, ein Tag nach dem Abi, ist er nach Kiew geflogen, wollte seine Wurzeln kennenlernen. Er kam „Gott sei Dank“ gesund zurück. „Vertrauen ist die Basis des Lebens!“, so das Credo des Unternehmers.

Der Anfang vom Glück sah allerdings so aus, dass das Ehepaar nach Russland flog. Sie hatten keine Auswahlmöglichkeit. Ein weinender 13 Monate alter Junge wurde reingebracht. Sie konnten eine Weile mit ihm allein sein. Dann mussten sie sich entscheiden. Ja oder nein? Drei Monate später haben sie ihren Sohn abgeholt, und das Leben wurde von Grund auf anders. Ein Kind gibt immer auch Kraft, obwohl, einfach war es nicht. Und dazu gehörte nicht nur der Verkauf ihres Hauses auf Sylt. Zu unpraktisch, Wetter zu unbeständig. Heute fährt die Familie eher nach Südtirol ins Hotel oder ins warme Apulien.



Reisen erweitern den Horizont.

Als Kind ging es mit der Familie von Sprockhövel aus allenfalls in die Lüneburger Heide oder nach Tirol. Mit relativ alten Eltern ganz schön langweilig für den jugendlichen Sohn. Heute ist Albrecht Schulze ein absoluter Italien-Fan. Südtirol hat es ihm angetan, das schöne Hotel, Fahrräder mitnehmen, die Wanderwege. Im Sommer oder Herbst geht es dann mit dem Flieger nach Apulien. Dort wohnen sie in sogenannten Trullis, weiße Rundbauten, jedes Zimmer hat ein eigenes Dach, mitten in einem Olivengebiet, kaum

Tourismus. Hier gibt es wunderbares Seafood, z. B. Seeigel, das „geilste Eis der Welt“ und einen Spitzen-Espresso für 50 Cent.

Eine Rundreise durch Kanada hat er auch schon mit Familie gemacht, damals, als sie ihren Sohn abgeholt haben. Auch eine Kreuzfahrt zum Nordkap gehört zu seinen Erfahrungen. In Hammerfest wurde er bei der Gelegenheit Mitglied der Royal and Acient Polar Bear Society. Ein bisschen Verrücktheit muss sein. Was er noch von der Welt sehen möchte? Auf jeden Fall mal den Highway 1 runterfahren. Afrika und Asien, auch darauf wäre er neugierig. Es gibt noch viel zu erleben.



Schützenkönig in Sprockhövel.

Was sonst noch zu seinen Lebens-Verrücktheiten gehört? Sein Kopf neigt sich grinsend zur Seite. „Ich habe meine Frau zur Schützenkönigin gemacht.“ Das war eigentlich nicht so ihre Sache und auch ausnahmsweise nicht abgesprochen. Mit Frau Barbara im feschen Dirndl und Albrecht in Schützenrock gaben Sie ein hübsches Königspaar. In seiner aktiven Zeit beim Schützenverein hat er als Geschäftsführer vor allem auch Schützenfeste organisiert. 25.000 bis 30.000 € hatte er für Top-Programme zur Verfügung. Das Zelt war voll. Hazy Osterwald war dabei, aber auch die noch unbekannte Helene Fischer, genauso wie Andrea Berg, die Hühner oder Bläck Fööss. Ein Unternehmer unternimmt halt was. „Stil und gutes Aussehen, die Etikette sind Albrecht Schulze wichtig. Auch da hat ihn die Bundeswehr geprägt. „Kleider machen Leute“ ganz von der alten Schule gehört für ihn die Krawatte zum Aussehen noch dazu. Was seinen eigenen Musikgeschmack anbelangt, umreißt er nur kurz: am liebsten in Moll. Er mag Musik, kann sich aber oft nicht an Titel oder Namen erinnern. Na ja, Beatles oder Stones doch natürlich. Wen er besonders mag, ist allerdings Udo Lindenberg. Da war er auf zwei Konzerten. Mit Kino oder Filmen ist es eigentlich das Gleiche. Schau-

spielernamen – keine Chance. Er mag es spannend, aber nicht brutal oder in düsterem Milieu. Dann lieber mal Rosamunde Pilcher oder Naturfilme und Reiseberichte. Er ist eher Romantiker. Grundsätzlich muss Fernsehen für ihn entspannend für die Seele sein.

Die Seele baumeln lassen.

Sein Hobby und seine große Leidenschaft ist die Jagd. Deshalb auch das Geländefahrzeug. Seit seinem 14. Lebensjahr ist er mit der Jagd vertraut. Sein „grünes Abitur“, also den Jagdschein, hat er allerdings erst mit Anfang 50 gemacht. 350 ha hat sein Revier. Er bezeichnet sich eher als Naturbeobachter. Der wilde Schiesser ist er auf keinen Fall. Dennoch, „Jagen ist ein gesetzlicher Auftrag“. Die Reduktionsjagd ist wichtig und Arbeit. „Die Wildschweine drehen die Äcker auf links und sind zur Herausforderung geworden.“ Das Rehwild verursacht starken Verbiss, die Waschbärenpopulation ist enorm hoch. Dann das polarisierende Thema „Problemwölfe“. Beim Sitzen auf dem Hochsitz findet der Unternehmer Entspannung. Einfach gucken, wie sich das Licht verändert, die Sonne untergehen sehen, Bäume werden zu Gestalten. Einen kleinen Nachteil gibt es: Als Nachteule bleibt er schon mal bis halb fünf morgens auf dem Hochsitz.

Sport – nur passiv.

Früher, in seiner Jugend hat er Fußball gespielt. Zeigte als Spielführer und Vorstandsmitglied hier schon Führungsqualitäten. Damals Fan der Fohlenelf von Borussia Mönchengladbach, steht heute Bayer München für ihn im wahrsten Sinne ganz oben. „Ich bin ein Erfolgsmensch!“ Seit ca. 14 Jahren ist er Mitglied des Vereins, Dank eines Geburtstagsgeschenks seiner Frau Barbara.



Der Weg zur Komm.Akademie.

Für seinen Erfolg hat der Unternehmer stets etwas getan. Ab 2009 hat er Heimvernetzungsschulungen organisiert,

bundesweit mit Händlern großer Kooperationen wie Expert, Euronics oder EP. Da kam er viel rum, eine „Riesen-Erfahrung“. 2011/2012 dann suchte Macromedia eine neue Leitung für ihre Zweigniederlassung in Osnabrück. Er bewarb sich, flog nach München, verhandelte mit großem Selbstwertgefühl und bekam den Job. Es ging Schlag auf Schlag weiter: 2013 wurde die Macromedia an Galileo Global Education verkauft. Es folgten Umstrukturierungen, dann, im November 2015, sollte der Standort geschlossen werden. Ihm wurde ein Kaufangebot gemacht. Mit 59 Jahren in eine weitere Selbständigkeit, das waren für ihn „existentziell aufreibende Überlegungen“. Dennoch, nach mehrmaligen zähen Verhandlungen und einem jüngeren Geschäftspartner, kam es zu einem Vertragsabschluss und in der Folge zur Gründung der KOMM.AKADEMIE, gefolgt von zähem Ringen um Erfolg für sein junges Unternehmen. Dazu gehörte verstärkter Vertrieb, neue Anerkennung bei Eltern und Teilnehmern. Glücklicherweise zogen 90 bis 95 % der Lehrkräfte mit. Und mit Gerd Söffner, einem alten Kollegen aus Macromedia-Zeiten, kam ein fachlich kompetenter Partner mit sehr viel Erfahrung an seine Seite. Dessen Zusage, das operative Geschäft zu übernehmen, war Albrecht Schulzes schönstes „Erlebnis 2018“ - nach den vielen Aufs und Abs in der Zeit davor. Die KOMM beschreibt der Unternehmer so: „Wir sind nicht die Eliteschmiede. Wir sind nicht die Akademie für alle Gestrauchelten. Wir sind für diejenigen, die von dem Konzept überzeugt sind!“ Und was empfiehlt er jungen Unternehmern grundsätzlich?



3 Tipps für Neustarter.

- Authentizität
- Nachhaltigkeit
- Kontrollierte Offensive

Nicht aus Gier, jedes Geschäft machen. Aber unterm Strich braucht man auch ganz, ganz viel Glück. Aber: „Ich bin der Meinung, Glück kann man sich auch erarbeiten. Alles dafür tun und sich anstrengen. Dann ist das Glück eher bereit, zu einem zu kommen, als wenn man abhängt!“ So Albrecht Schulze, der Selfmademan aus Sprockhövel.

/// Text: Jutta Jelinski

HERBRING GMBH

Herbring GmbH aus Ibbenbüren – über 20 Jahre Erfahrung bei Versicherungen und Finanzierungen

Die Herbring GmbH ist ein vollumfänglicher Versicherungs- und Finanzmakler, den es in dieser Form seit 1997 gibt.

Das Team der Herbring GmbH betreut 1.200 Mandanten mit 11 Mitarbeitern. Der ganzheitliche Ansatz von Finanz- und Versicherungsleistungen ist wichtig, der Mandant möchte einen einzigen Ansprechpartner.

Die Mitarbeiter der Herbring GmbH bieten alle Dienstleistungen der privaten und betrieblichen Vorsorge, Krankenversicherung, Rechtsschutz, klassischen Sachversicherung, Baufinanzierung und Investment aus einer Hand an und betreuen Sie fachkundig bei allen Versicherungs- und Finanzfragen. Dabei nutzen sie ein Netzwerk



Foto: Herbring GmbH

aus Spezialisten, Rechtsanwälten, Notaren und Steuerberatern. Auch

Rentenberater gehören zu dem Netzwerk. Außerdem ist die Herbring GmbH sehr aktiv in dem Gebiet des betrieblichen Entgeltmanagements. Mit diesem Instrument können ungenutzte Einsparpotenziale in Bruttoentgelten genutzt werden oder Gehaltsanpassungen effektiver ausgenutzt werden. Bausteine eines solchen Systems sind Sachbezüge, Gesundheitsprävention, Einkaufsgutscheine, E-Bike-Leasing, Verpflegungskosten u. s. w.

Dies bewährt sich im Besonderen im Kampf um Mitarbeiter, um die Attraktivität der Arbeitgeber gegenüber Mitbewerbern oder Konzernen zu erhöhen. Sie verbessern die Lebensqualität und das Arbeitsklima im Betrieb erheblich.

/// www.Herbring.de



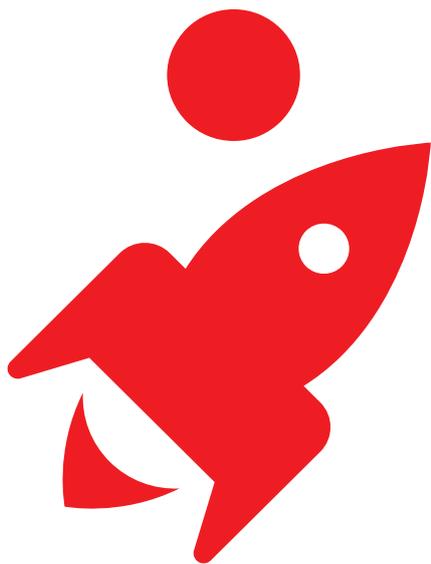
Brüderstr. 25 c
32758 Detmold
Telefon: 05231.309100
jelinski@fotografie-jelinski.de

- Portraits
- Events
- Business
- PR & Internet
- Lifestyle
- Architektur

Jutta Jelinski

Olaf Clemens, Inhaber SN Maschinenbau GmbH, Wipperfürth

Erfinder- geist²



sparkassen-mittelstand.de

Gemeinsam Potenzial steigern:

SN Maschinenbau vertraut der Firmen-
kundenberatung der Sparkasse.

Und was können wir für Sie tun?

Wenn's um Geld geht



VOLKSBANK BIELEFELD-GÜTERSLOH EG

Nah dran für den weltweiten Erfolg

Volksbank Bielefeld-Gütersloh startet digitale Plattform für Auslandsgeschäfte mittelständischer Unternehmen

Ostwestfälische Unternehmen sind stark im Export. Mit knapp 17 Milliarden Euro erreichten die Auslandsumsätze des verarbeitenden Gewerbes 2018 einen neuen Spitzenwert. Zu diesem Ergebnis kommt das aktuelle Exportbarometer der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld (IHK). Damit bleibt das Auslandsgeschäft der Firmen aus OWL ein wesentlicher Wachstumsmotor – trotz schwieriger Rahmenbedingungen. Dazu gehören zum Beispiel mögliche Folgen des Brexits oder die weitere Verschärfung der Handelsbeschränkungen durch Zölle oder Sanktionen.

Unterschiedliche Geschäftskulturen

Wie international aufgestellt die heimischen Unternehmen heute sind, wird im Büro von Jürgen Erenkötter deutlich. Der Teamleiter Außenhandel bei der Volksbank Bielefeld-Gütersloh blickt auf eine Weltkarte, über die ein dichtes Netz gespannt ist. Ein Fähnchen markiert den Standort OWL. Von dort breiten sich Fäden in alle Teile der Welt aus, mit denen ostwestfälische Betriebe Handel treiben: Afrika, Asien, Australien, Südamerika, USA – und natürlich Europa. Zu den Firmenkunden der Volksbank Bielefeld-Gütersloh zählen Unternehmen aus fast allen Branchen. Der Schwerpunkt liegt auf dem Maschinen- und Anlagenbau und der Konsumgüterindustrie. „Mancher Unternehmer denkt, dass er Geschäfte im Ausland genauso abwickeln kann wie im Inland. Doch das ist ein Trugschluss, warnt Jürgen Erenkötter. Er macht auf rechtliche Vorgaben, Risiken und Geschäftskulturen aufmerksam, die sich von Land zu Land unterscheiden. Umso wichtiger sei es für alle, die im internationalen Geschäft tätig sind, sich bereits in der Projekt- und Planungsphase umfassend beraten zu lassen.



Foto: Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG

Jürgen Erenkötter weiß aus Erfahrung, wie wichtig die umfangreiche Beratung im Außenhandelsgeschäft ist.

Neue Informationsplattform

Darauf hat sich das Team um Jürgen Erenkötter spezialisiert. Es unterstützt Unternehmen z. B. bei der Absicherung von Währungsrisiken, von Lieferungen und Leistungen und bei Finanzierungen von internationalen Geschäften. Erste wertvolle Informationen für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse im Ausland liefert die digitale Informations- und Kommunikationsplattform „VR International“. Dazu gibt der Kunde auf der Homepage der Volksbank Bielefeld-Gütersloh oder in der App zunächst an, ob er exportieren oder importieren möchte. Dann wählt er zwischen A wie Afghanistan und Z wie Zypern ein Land aus und erhält eine erste Einschätzung zum Länderrisiko. Außerdem erfährt er mehr über mögliche Zahlungsbedingungen und bekommt eine Übersicht über die Erfolgsfaktoren für den angestrebten Geschäftsabschluss. „VR International“ ist gespickt mit vielen Informationen, anschaulichen Bildern und hilfreichen Verlinkungen zu diversen auslandsrelevanten Themen. Kurze Videos erläutern Absicherungsmöglichkeiten für Im- und Exporte. Nach nur wenigen Klicks kann der Firmenkunde sein Anliegen als Anfrage an die Volksbank Bielefeld-Gütersloh senden und sich im nächsten Schritt zeitnah beraten lassen.

Online informieren, persönlich beraten lassen

Aus seiner jahrelangen Erfahrung weiß Jürgen Erenkötter, welche Rolle der Faktor Zeit bei einem weltweiten Engage-



Partner:
Claudia Bast-Roggendorf
 Steuerberaterin
Nils Patrik Volk
 Steuerberater, M.Sc.

■ Umfassende Steuerberatung	Eichenstraße 2
■ Betriebswirtschaftliche Beratung	33813 Oerlinghausen
■ Existenzgründungsberatung	Tel.: 05202 /91540
■ Jahresabschlüsse & Steuererklärungen	kontakt@bv-stb.de

Besuchen Sie uns unter www.bv-stb.de für weitere Informationen sowie aktuelle Hinweise und Tipps.

ment spielt: „Währungsschwankungen können die Pläne stark beeinflussen. Deshalb muss gerade im internationalen Geschäft oftmals schnell gehandelt werden.“ Ob im Internet oder über die App – „VR International“ liefert rund um die Uhr und an jedem Ort der Welt Vorschläge für ein erfolgreiches Export- oder Import-Ge-

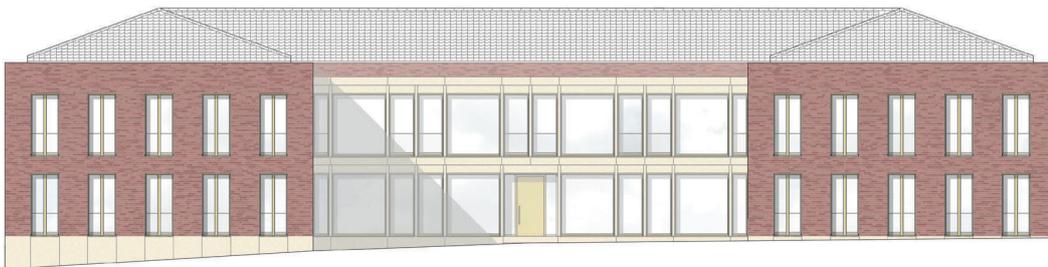
schäft. Der Teamleiter Außenhandel sieht die digitale Informations- und Kommunikationsplattform nicht als Ersatz, sondern vielmehr als sinnvolle Ergänzung zum klassischen Beratungsgespräch: „Der persönliche Kontakt wird seine hohe Bedeutung behalten. Der Firmenkunde entscheidet selbst, wie, wann und wo er beraten wer-

den möchte. Die Volksbank Bielefeld-Gütersloh stellt ihm dafür verschiedene Zugangswege bereit – und mit ‚VR International‘ jetzt zusätzlich eine innovative Form, bei der man sich auch digital gut aufgehoben fühlt.“

/// www.volksbank-bi-gt.de/international

Wirtschaftspolitischer Abend

„Die Achse Paris – Berlin – Brüssel, Europa gemeinsam stärken“ lautet das Motto des wirtschaftspolitischen Abends, zu dem die Volksbank Bielefeld-Gütersloh für Dienstag, 2. Juli, in ihre Zentrale am Kesselbrink in Bielefeld einlädt. Beginn ist um 17.30 Uhr. Mit Elmar Brok, dem ehemaligen EU-Parlamentarier, Günter Verheugen, dem früheren Vizepräsidenten der EU-Kommission, und Christophe Arend, Mitglied der französischen Nationalversammlung und Vorsitzender der Deutsch-Französischen Parlamentariergruppe, sowie einem prominenten Unternehmer aus Ostwestfalen wird Ulrich Scheppan, Vorstandsmitglied der Volksbank Bielefeld-Gütersloh, die Frage diskutieren: „Europa gemeinsam stärken – Wie kompatibel sind die Reformansätze zwischen Seine und Spree?“ Darüber hinaus wird Günter Verheugen einen Impulsvortrag halten zu dem Thema „Trotz Krise: Mut zu Europa und auf den Mittelstand setzen“. Der wirtschaftspolitische Abend ist Teil der 17. IHK-Begegnungswoche, die in diesem Jahr den Blick auf den französischen Markt richtet. Anmeldungen für den wirtschaftspolitischen Abend sind bis zum 21. Juni 2019 unter www.volksbank-bi-gt.de/france2019 möglich.



Stolze – Dr. Diers – Beermann GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Steuerberatungsgesellschaft

Mit derzeit 19 Berufsträgern (davon 7 Wirtschaftsprüfer, 2 Rechtsanwälte und 19 Steuerberater) und insgesamt 69 Mitarbeitern sind wir eine der führenden Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungskanzleien in Westfalen.

Unser Angebot umfasst eine breite Spanne von Dienstleistungen insbesondere für mittelständische Unternehmen und deren Gesellschafter von der Einkommensteuererklärung über die Abschlusserstellung bis zur Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfung. Weiterhin beraten wir in Fragen des Steuerrechts - insbesondere im Bereich des Umwandlungssteuerrechts, des internationalen Steuerrechts und der Unternehmensnachfolge. Zu unserem Dienstleistungsspektrum zählt auch die betriebswirtschaftliche Beratung. Jeder Mandant hat bei uns einen persönlichen Ansprechpartner, der das Unternehmen langjährig betreut. Über unsere örtlichen Niederlassungen in Emsdetten, Rheine und Hamburg hinaus kooperieren wir im Rahmen der CW & S mit anderen Praxen und sind Mitglied des internationalen Verbundes von Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern „AGN“, um auch überregional und grenzüberschreitend unsere Mandanten betreuen zu können.



Geschäftsführer
Prof. Dr. Fritz-Ulrich Diers
Dr. Philipp Diers
Dr. Marie-Theres Stolze
Heinz Stolze
Wilfried Beermann
Johannes Fink
Prof. Dr. Dorian Fischbach
Timmo Wagner



CW&S

Cooperation von
Wirtschaftsprüfern &
Steuerberatern



www.stolze-diers-beermann.de

Neubrückenstraße 4
48282 Emsdetten
Tel. (02572) 40 85
Fax (02572) 8 56 47
stolze-diers@stodibe.de

Timmermanufer 142
48429 Rheine
Tel. (05971) 8 08 22-6
Fax (05971) 8 08 22-75
info@stodibe.de

Banksstraße 6
20097 Hamburg
Tel. (040) 30 95 47-77
Fax (040) 30 95 47-47
fischbach@stodibe.de



CREFO FACTORING WESTFALEN GMBH

Planbare Liquidität und Entlastung mit Crefo Factoring Westfalen

Die Crefo Factoring Westfalen mit Sitz in Münster bietet vielen Unternehmen in Westfalen ein wichtiges Werkzeug, um im harten Wettbewerb besser bestehen und auch längere Zahlungsziele von Kunden akzeptieren zu können.

Es wurde ein Interview mit einem Kunden geführt, um Ihnen die Vorteile des Factorings nahe zu bringen. Vielleicht entscheiden auch Sie sich dann für eine Finanzierungslösung aus dem Hause Crefo Factoring oder zumindest für ein Gespräch.

Herr Reinecke, in welchem Bereich sind Sie tätig?

Wir sind ein Unternehmen aus der Logistikbranche und bieten einem festen Kundenstamm hochwertige Transportlösungen, auch europaweit, an.

Wie kamen Sie auf Crefo Factoring?

Ich wollte ein weiteres Geschäft aufbauen, stieß aber immer mehr an meine Grenzen. Die Tankpartner buchen unabhängig von meinen Zahlungseingängen ab. Löhne sollen pünktlich gezahlt werden, denn zuverlässige Fahrer sind Mangelware. Zudem forderten unsere Kunden immer längere Zahlungsziele, so dass immer längere Zeit zwischen der Bezahlung meines Lieferanten und dem Eingang der Kundenzahlung zu überbrücken war. Eine Abhängigkeit von den Banken wollte ich nicht.

Da habe ich nach alternativen Finanzierungen gesucht und bin auf das Thema Factoring gestoßen und die Crefo Factoring als Anbieter in der Region. Die Crefo Factoring hat einfach schnell und professionell reagiert. Wir haben sehr effektiv und schnell einen Weg für die Zusammenarbeit gefunden.



Herr Jean-Pierre Reinecke Inhaber der JP Logistic aus Büren.

Was hat sich seit Ihrer Entscheidung für Factoring im Unternehmensalltag verbessert?

Es ist einfach vieles leichter geworden. Die Auswirkungen merkten wir schnell. Wir mussten nicht mehr schauen, wann unsere Kunden zahlen und uns um das Mahnwesen kümmern. Wir wurden dadurch sehr stark entlastet. Einen Mitarbeiter im Büro für das Debitorenmanagement mit Mahnwesen brauchen wir nicht. Das spart Kosten und wirkt sich positiv auf das Betriebsergebnis aus. Somit hatten wir mehr Zeit, uns auf das Kerngeschäft zu konzentrieren, und können Neukunden und Wachstum generieren. Die plan-

bare Liquidität hält uns den Rücken frei. Im Vertrieb sind wir hinsichtlich der Zahlungsziele flexibler geworden, ohne die eigene Zahlungsfähigkeit zu belasten. Dadurch konnte ich sicherlich das ein oder andere Projekt gewinnen – ein ganz entscheidender Vorteil von Factoring.

Wodurch profitieren Sie am meisten?

Neben der Entlastung ist das sicherlich die Liquidität. Ich kann neue Aufträge generieren und habe zusätzlich einen Forderungsausfallschutz für den Worst Case. Meine Liquidität kann ich jetzt unabhängig vom Zahlungsver-

halten meiner Kunden planen und habe keine Engpässe mehr. Die Kosten über alles sind im Verhältnis zum Nutzen geringer geworden und wirken sich positiv auf mein Betriebsergebnis aus. Das alles ist für mich entscheidend.

Wie haben Ihre Geschäftspartner darauf reagiert?

Die meisten haben darauf gar nicht reagiert, weil Factoring heutzutage nichts Ungewöhnliches mehr ist. Für den Kunden ändert sich außer der neuen Bankverbindung und einem Hinweis auf der Rechnung nichts. So verkaufe ich das Ganze positiv. Eine Mahnung vom Factor finde ich persönlich nicht schlimm. Das zeigt, dass man sein Geschäft in professionellen Händen hat. Lieferanten bieten uns gerne Skonto an, und dies erhöht noch unser Ein-

sparpotenzial. Unter dem Strich haben alle Seiten etwas davon: Ich kann dem Kunden ein längeres Zahlungsziel einräumen und bin trotzdem liquide. Der Kunde sieht das generell als Vorteil, und mein Lieferant ist auch zufrieden.

Was antworten Sie Kunden, die Vorurteile gegenüber Factoring haben?

Er soll mutig sein! Unsere positive Entwicklung von Liquidität und Wachstum wird positiv wahrgenommen. Wir sind von keiner Bank abhängig. Der Nutzen einer modernen Zahlungsmöglichkeit ausserhalb der Bank ist da sicherlich ein Teil des Erfolgs. Kurzum: Ich kann nur jedem empfehlen, ein Gespräch mit der Crefo Factoring zu suchen. Es lohnt sich wirklich!

/// www.crefo-factoring.de

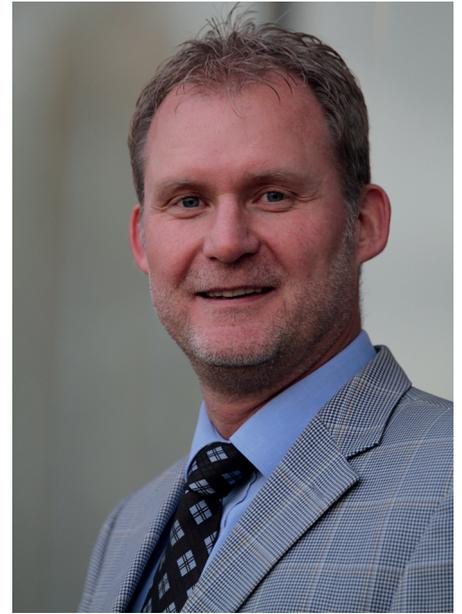


Foto: Crefo Factoring Westfalen GmbH

„Unser Perfactoring bietet den Unternehmen eine optimal abgestimmte Finanzdienstleistung“, so Geschäftsführer und Factoringspezialist Thomas Klinge

VR International

„Auslandsgeschäft. Einfach machen!“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Unser Know-how für Ihr Auslandsgeschäft online und vor Ort.

Wir machen den Weg frei.

Die Spezialisten für das internationale Geschäft der Volksbank Bielefeld-Gütersloh begleiten Sie von Anfang an bei Ihren Auslandsprojekten. Nutzen Sie das internationale Know-how Ihrer Bank vor Ort, online auf unserer Webseite oder als App. www.volksbank-bi-gt.de/international



CREDITREFORM HERFORD & MINDEN DORFF GMBH & CO. KG

EHI Workshop microm

Die richtigen Zielgruppen in allen Kanälen erreichen und die profitabelsten Standorte für das eigene Konzept identifizieren: Das ist das Versprechen von microm (Creditreform-Gruppe), Neuss, gegenüber den Kunden aus Handel, Finanzdienstleistung, öffentlichem Sektor u. v. m.

Das Unternehmen ist ein Spezialist im Bereich mikrogeografischer Marktsegmentierung. Die Datenwelt von microm umfasst

- Wohnumfelddaten, kleinräumig aggregierbar, unter anderem nach Soziodemografie, nach Konsumverhalten oder nach Zielgruppen (sog. Sinus-Geo-Milieus®),
- Frequenzdaten, etwa nach Verkehrsmittel, Tageszeit oder Wegezweck sowie
- Standortdaten mit Unternehmensinformationen oder Angaben zur Gebietsstruktur (Zentrentypen, Filialisierungsgrad etc.

„Wir generieren datenschutzkonforme Informationen für 21 Millionen Gebäude in Deutschland“, berichtet Gundmar Beckers, Head of Key Account Management Retail bei microm. Die Lösungen dienen der Optimierung und Beschleunigung von Prozessen in den Bereichen GIS, Geocodierung, Anreicherung, Profilierung, Monitoring und Mediaplanung.

Kunden nutzen microm-Daten für crossmediale Werbekampagnen bzw. Programmatic Advertising, Mobile Marketing, postalische Werbung, Social Media und Display Advertising. Im Kern geht es dabei stets darum, dort werblich präsent und aktiv zu sein, wo sich mit hoher Wahrscheinlichkeit kaufbereite Konsumenten befinden.

Bei Standortbewertungen zeigt microm zwei Wege auf, um zu einer Umsatzprognose zu kommen. Ausgangspunkt ist jeweils die Gut-Schlecht-Analyse, bei der die Stand-

orte in „erfolgreich“ und „weniger erfolgreich“ eingeteilt werden und dann eine Vielzahl relevanter Daten geprüft wird, um die signifikanten Treiberfaktoren für erfolgreiche Standorte zu ermitteln. Dabei handelt es sich um

- Zielgruppendaten wie die Ausweisung von räumlichen Kundenpotenzialen, Soziodemografie, Konsumverhalten, Sinus-Milieus etc.
- Frequenzdaten wie Bewegungsdaten, Gewerbeumfeld, Tagesbevölkerung, Fußgängerzone, Nähe zum ÖPNV und Hotspots,
- Lageinformationen wie Kaufkraft im Handel, Zentralität, Zentrentypologie oder Online-Kaufkraft sowie
- Wettbewerbsdaten wie Informationen zum Einfluss von Wettbewerbern und zum eigenen Filialnetz inklusive Aspekte der „Kannibalisierung“.

Aus den Ergebnissen der Gut-Schlecht-Analyse können die Variablen zur Erstellung eines Umsatzprognosemodells abgeleitet werden.

Für Händler mit einem dichten Filialnetz in gesättigten Märkten bietet sich ein zweiter Ansatz an: Mit dem Gravitationsmodell können nicht nur die Umsätze eines neuen Standorts prognostiziert werden, sondern auch die Kannibalisierungseffekte auf bestehende Filialen sowie die Auswirkungen von Wettbewerbersiedlungen vorhergesagt werden. Beim Gravitationsmodell werden straßenabschnittsgenaue Umsatzpotenziale und Wahrscheinlichkeiten



Andreas Strade
Director Solutions & Projects



Gundmar Beckers
Head of Key Account Management Retail

für den Besuch von Shops auf Basis u. a. von Fahrzeiten und der Attraktivität eines jeden Standorts ermittelt. Besonderheit: microm verfügt über Zugang zu Tracking-Daten von 1,8 Mio. Smartphones, deren Nutzer der Datensammlung zugestimmt haben. „Mit diesen Daten lassen sich Bewegungsprofile berechnen. Das ist besonders hilfreich, wenn man keine Kundeninformationen hat“, ergänzt Andreas Strade, Director Solutions and Projects bei microm.

Zusätzlich zur Bewertung von Standorten beantworten die microm-Systeme Fragen zu „weißen Flecken“, an denen ideale Standortbedingungen für eine neue Filiale bestehen. „Diese Analyse unterstützt ein proaktives Vorgehen bei der Standortsuche“, formuliert Strade. Dabei wird zunächst definiert, welche Städte einbezogen werden sollen. Hinzu kommt die Definition der möglichen Lagen innerhalb der Städte anhand der microm-Zentrentypologie. Ergebnis ist eine Standort-Suchliste, die alle noch nicht besetzten Lagen im Zielgebiet enthält. Die Lagen sind straßenabschnittsgenau definiert und können nach Standort-Score bzw. Umsatzpotenzialschätzung gerankt werden.

/// www.creditreform.de/herford
www.microm.de

Mit freundlicher Genehmigung des EHI-Verlags
www.stores-shops.de

Sinus-Geo-Milieus® in Hamburg auf Hausebene



„Ich liebe es, Metall und meiner Firma eine besondere Form zu geben.“

Fördern, was NRW bewegt.

Melanie Baum, Geschäftsführerin Baum Zerspanungstechnik, fertigt anspruchsvolle Dreh- und Frästeile nach Kundenwunsch – mit zufriedenen Mitarbeitern und modernen Maschinen. Die nötige Finanzierung ermöglichte ihr die NRW.BANK.

Die ganze Geschichte unter: nrwbank.de/baum



LEUE & NILL GMBH + CO. KG

Cyberrisiken

Nur Kombination aus Prävention und Versicherungslösungen schützt effektiv

Die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft bringt neben Einsparungen und Effizienzsteigerungen auch Schattenseiten mit sich. Denn durch die Vernetzung und den globalen Austausch von Daten nehmen auch Sicherheitsprobleme – teils massiv – zu. Experten zufolge stellen sie ein exponentiell wachsendes Risiko für Unternehmen dar. Dieses Phänomen bestätigt auch das jährlich erscheinende „Allianz Risk Barometer“. Für die 2019er-Ausgabe wurde die Risiko-Wahrnehmung von über 2.400 Experten verschiedenster Unternehmen aus 86 Ländern abgefragt. Demnach bereiten Cybervorfälle und Betriebsunterbrechungen den Unternehmen die meisten Sorgen – und zwar sowohl weltweit als auch in Deutschland. Pikant: Laut der Umfrage sind Cybervorfälle die am meisten gefürchteten Auslöser von Betriebsunterbrechungen.

Vor dem Hintergrund der stetig voranschreitenden Weiterentwicklung in Richtung „Industrie 4.0“ darf dies kaum verwundern. Denn in dem Moment, in dem mit teils massiver krimineller Energie auf Unternehmensnetzwerke zugegriffen wird, drohen extreme Schäden, die für Betriebe schnell existenzgefährdend werden können.

„Wir beobachten eine kontinuierliche Zunahme von Angriffen auf die Netzwerke unserer Kunden. Doch nicht nur die Häufigkeit, auch deren Qualität steigt ständig“, berichtet hierzu Karsten Pommer. Als Niederlassungsleiter Bielefeld und Kundenbetreuer bei LEUE & NILL, einem der führenden Versicherungsmakler in Deutschland, beschäftigt er sich regelmäßig intensiv mit dem Themenkomplex.

„Dass sich neben ausgemachten Fachleuten auch Privatpersonen mit den Risiken beschäftigen sollten,



Karsten Pommer
Niederlassungsleiter
Leue & Nill GmbH + Co. KG, Bielefeld

Foto: LEUE & NILL

LEUE  NILL
INTERNATIONALER VERSICHERUNGSMAKLER

MIT NEUEN IDEEN IN DIE ZUKUNFT.



LEUE & NILL - NIEDERLASSUNG BIELEFELD

 Karsten Pommer
  Am Bach 20
  +49 521 9642 612
  k.pommer@leueundnill.de

GREEN BUILDINGS FÜR IHR BUSINESS



energieeffizient. nachhaltig. smart.

Meisterstück-Gewerbepark
 Otto-Körting-Str. 3 · 31789 Hameln
 Tel. 05151/953895



www.meisterstueck.de · gewerbepark@meisterstueck.de

dürfte jedem auffallen, der in den letzten Jahren regelmäßig die Tagespresse verfolgt hat. Angriffe durch Verschlüsselungs-Trojaner wie ‚Locky‘ oder ‚Wanna-Cry‘ gehören für uns schon längst zum Alltag. Hinzu kommen weitaus raffiniertere Attacken, die quasi ‚maßgeschneidert‘ ablaufen. Davon betroffen ist nicht nur die produzierende Industrie. Ziele von Kriminellen sind unter anderem auch die öffentliche Infrastruktur, Krankenhäuser, Logistikunternehmen und Dienstleister. Vergessen werden darf nicht, dass es für solche kriminellen ‚Dienstleistungen‘ auch einen Käufermarkt im sogenannten Darknet gibt. Dort lässt sich für Kriminelle sehr viel Geld verdienen“, erläutert der LEUE & NILL-Experte. Doch was können insbesondere Unternehmen tun, um sich vor den Auswirkungen der zu-

nehmenden Gefahr zu schützen? „Zunächst einmal gilt es, ein ausgeprägtes Gefahrenbewusstsein bei allen Mitarbeitern bis hin ins Top-Management zu schaffen. Außerdem sollte das eigene IT-System möglichst robust und gegen Angriffe unempfindlich konfiguriert werden. Wichtig ist zusätzlich, dass es stets auf dem neuesten technischen Stand gehalten wird. Dies wiederum funktioniert nur mit einem entsprechenden Ressourceneinsatz, der betriebswirtschaftlich angemessen ist. Das gilt sowohl für das Budget wie für das Personal“, rät Pommer. Auch hier bietet der Experte Lösungen an: „Wir verfügen über speziell ausgebildete IT-Fachleute, die sich täglich mit dem Thema Cybersicherheit beschäftigen und Kunden wertvolle Tipps geben können.“

Hinzu kommen spezielle Versicherungslösungen, die dann einspringen, wenn es dennoch zu Problemen kommt. Sie decken beispielsweise Risiken wie Datenschutzverletzungen und ihre Folgen genauso ab wie die Kosten der Daten- und Systemwiederherstellung oder forensische Dienstleistungen.

Hinzu kommt eine Absicherung von Betriebsunterbrechungen und Kostenübernahmen bei notwendiger Krisenkommunikation, die beispielsweise von spezialisierten PR-Agenturen angeboten wird. „LEUE & NILL bietet für all dies modular aufgebaute Konzepte an, die individuell auf die Anforderungen unserer Kunden angepasst werden“, zeigt Pommer Lösungswege auf.

/// www.leueundnill.de

„KURZ WARTEN ... DAS WIRD NOCH.“



Stört es Sie auch, wenn Dinge nicht perfekt sind?

Dann setzen Sie auf **Perfactoring** – nichts weniger ist unser Anspruch an eine perfekte Dienstleistung. Dank Einbindung in die Creditreform Gruppe und dem Vorteil regionaler Verbundenheit bieten wir Ihnen immer eine maßgeschneiderte Finanzdienstleistung. So erhalten Sie zuverlässig die Liquidität und Entlastung, die Sie benötigen. Vereinbaren Sie noch heute einen Termin!

Crefo Factoring – Liquidität, die passt.

www.liquiditaet-die-passt-westfalen.de

Crefo-Factoring Westfalen GmbH
Robert-Bosch-Str. 20 | 48153 Münster
☎ 02 51 / 1 62 86-0
✉ info@westfalen.crefo-factoring.de

crefo/factoring
westfalen

BRANDI RECHTSANWÄLTE PARTNERSCHAFT MBB

Neue Strategien bei der Anmeldung von Marken und Designs erforderlich?

Wer seine Waren oder Dienstleistungen ausschließlich in Deutschland anbietet, braucht auch nur nationale Marken und Designs.

Wer aber auch grenzüberschreitend tätig ist, sollte über die Anmeldung von Schutzrechten in anderen Ländern nachdenken. Das EU-Recht stellt dafür mit der Unionsmarke und dem Gemeinschaftsgeschmacksmuster zwei Schutzrechte zur Verfügung, die mit überschaubaren Kosten in einem relativ einfachen Verfahren angemeldet werden können und die unionsweiten Schutz genießen. Selbst wenn sich das eigene Geschäft nur auf wenige Mitgliedsstaaten der Europäischen Union beschränkt, ist es daher häufig günstiger, Unionsschutzrechte anzumelden als Marken oder Designs in einzelnen Ländern. Da auch Deutschland zur Europäischen Union gehört und die Unionsmarke und das Gemeinschaftsgeschmacksmuster somit hier denselben Schutz genießen, wie eine nationale Marke bzw. ein nationales Design, sind viele Unternehmen dazu übergegangen, ausschließlich Unionschutzrechte anzumelden, um sich dadurch die Kosten für eine parallele nationale Anmeldung zu sparen.

Eine Entscheidung des Bundesgerichtshofes vom 09.11.2017 (Az. I ZR 164/16) gibt jedoch Veranlassung, diese Anmeldestrategie zu überdenken. Der Bundesgerichtshof hatte es mit der Klage aus einer Unionsmarke gegen einen italienischen Anbieter von Parfums zu tun. Die Produkte wurden auf einer deutschsprachigen Internetseite, die allerdings auf einem Server in Italien gehostet wurde, angeboten. Während

es bei deutschen Schutzrechten nach der Rechtsprechung so ist, dass es bei Internetangeboten für die Zuständigkeit deutscher Gerichte darauf ankommt, ob sich diese bestimmungsgemäß (auch) an Kunden in Deutschland richten, soll dies nach Auffassung des Bundesgerichtshofes bei Unionsmarken (und somit im Ergebnis auch bei Gemeinschaftsgeschmacksmustern) nicht gelten. Hier komme es auf den Sitz des Anbieters bzw. darauf an, wo die Angebote von ihm ins Internet gestellt werden. Das war im vorliegenden Fall Italien, weshalb die deutschen Gerichte für die Ansprüche aus der Unionsmarke nicht zulässig waren.

Diese Entscheidung hat für die Praxis eine erhebliche Bedeutung. Denn es kommt sehr häufig vor, dass die Anbieter von rechtsverletzenden Produkten im EU-Ausland sitzen und von dort aus ihre Produkte oder Dienstleistungen über das Internet in Deutschland anbieten. Indizien dafür, dass sich das Angebot an Kunden in Deutschland richtet, sind z. B. eine (Unter)Seite in deutscher Sprache, Lieferbedingungen, die eine Versendung nach Deutschland ausdrücklich vorsehen oder der Hinweis auf die Einhaltung bestimmter Regelungen, die nur in Deutschland gelten. Wer lediglich über eine Unionsmarke verfügt, kann jedoch nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes solche Schutzrechtsverletzungen künftig nur noch am Sitz des Verletzers, also in der Regel im Ausland, geltend machen.

MEINE.CREDITREFORM.DE

**SO EINFACH
KOMME ICH AN
MEIN GELD**



meine
Creditreform 

Meine Creditreform ist die einfache Online-Lösung für Bonitätsauskunft und Inkasso.

Creditreform Herford & Minden
Dorff GmbH & Co. KG



Dr. Kevin Kruse
Rechtsanwalt und Notar
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz

Das ist aus verschiedenen Gründen für deutsche Schutzrechtsinhaber in der Regel nachteilig: In vielen EU-Ländern sind die Kosten für die gerichtliche Verfolgung von Schutzrechtsverletzungen deutlich höher als in Deutschland und zumeist auch nur teilweise erstattungsfähig. In einigen Ländern dauern gerichtliche Verfahren auch deutlich länger als in Deutschland. Hinzu kommt, dass ausländische Anwälte beauftragt werden müssen, mit denen die Kommunikation oft nicht einfach ist.

Für Schutzrechtsinhaber aus Deutschland ist es somit in der Regel vorteilhaft, gegen Rechtsverletzungen auch vor deutschen Gerichten vorgehen zu können. Um dies bei Internetangeboten aus dem Ausland sicherzustellen, reicht es aber nicht mehr aus, lediglich Unionsmarken bzw. Gemeinschaftsgeschmacksmuster anzumelden. Es ist vielmehr sinnvoll, daneben auch über nationale Schutzrechte zu verfügen. Das ist zwar etwas teurer, weil zusätzlich zu den Unionsschutzrechten auch noch deutsche Marken bzw. Designs angemeldet werden müssen. Im Falle einer Verletzung

durch ein Internetangebot aus dem Ausland zahlt sich diese zusätzliche Investition aber aus. Es ist auf der anderen Seite auch keine Option, auf die Unionsschutzrechte vollständig zu verzichten. Denn dadurch wird die Gefahr begründet, dass Dritte im Ausland eigene Kennzeichen- oder Designrechte begründen, die dem Vertrieb des deutschen Unternehmens im EU-Ausland entgegengehalten werden könnten.

Es besteht allerdings Hoffnung, dass der Bundesgerichtshof seine Auffassung noch einmal überdenken muss. Denn der Court of Appeal für England und Wales hat dem Europäischen Gerichtshof kürzlich einen vergleichbaren Fall mit der Frage vorgelegt, welches Gericht bei transnationalen Markenverletzungen über das Internet örtlich zuständig sei. Bis der Europäische Gerichtshof diese Frage geklärt hat, sollten jedoch vorsorglich neben den Unionsschutzrechten immer auch nationale Kennzeichen und Designs angemeldet werden.

/// Dr. Kevin Kruse – www.brandi.net



DER UNABHÄNGIGE FINANZ- UND VERSICHERUNGSMAKLER FÜR IHREN RUNDUM-SCHUTZ



Heiner Herbring
Geschäftsführer

Echte Auswahl aus über
70 Versicherungsgesellschaften
und 300 Banken

Versicherung · Vorsorge · Finanzierung · Leasing



Immobilien · Geldanlage · Bausparen

Herbring GmbH
Maybachstraße 25 49479 Ibbenbüren
Telefon 05451 5478-0 · Herbring@Herbring.de
www.Herbring.de

Partner im vfm-Verbund
vfm[®]
Versicherungs- & Finanzmanagement

GODESYS AG

Speed Shopping

Wie Händler Einkaufsprozesse beschleunigen und Kunden ein einzigartiges Shopperlebnis bieten

Einkauf in Echtzeit: Der Konsument von heute pflegt einen immer schnelleren Lebensrhythmus und möchte seine Ware am liebsten sofort, einfach und über möglichst viele verschiedene Kanäle erwerben. Dieser Wunsch stellt Retailer vor technische und logistische Herausforderungen. Damit Händler mit der hohen Geschwindigkeit im Konsumgütermarkt mithalten und Kunden eine exzellente Customer Shopping Experience ermöglichen, müssen sie Trends wie Omnichannel, Mobile Shopping oder Cloud Computing berücksichtigen und in den Ausbau ihres Warenwirtschaftssystems investieren – die zentrale Datendrehscheibe, die relevante Informationen über alle Kanäle hinweg zusammenführt und in Echtzeit zur Verfügung stellt. „Wer im Handel ganz vorne mitspielen und sich für die Digitalisierung aufrüsten will, muss auf seine IT-Infrastruktur vertrauen“, kommentiert Godelef Kühn, Gründer und Vorstandsvorsitzender

des Mainzer ERP-Anbieters godesys AG. „Innovationstreiber Nummer eins ist dabei das Warenwirtschaftssystem.“

Die rasante Entwicklung im E-Commerce ist eine der größten Herausforderungen für den Handel. Laut einer Studie von KPMG erwarten Endverbraucher, dass stationäre Einzelhändler einen Onlineshop betreiben oder die Möglichkeit bieten, Warenbestände online zu prüfen. Bei Käufern hoch im Kurs steht zudem das Konzept PUDO (Pick-up/Drop-off), das es ermöglicht, Waren online zu bestellen und im Geschäft abzuholen. Ähnlich begehrt sind die Optionen, den im Internet bestellten Einkauf in der stationären Filiale zurückzugeben oder online zu bestellen und im Geschäft bar zu bezahlen. Ein weiterer Beschleuniger des Kaufverhaltens sind Smartphones, über die Endverbraucher Produktinformationen oft als Erstes beziehen.

Zügig den Nachholbedarf bei mobilen Shop-Konzepten in Angriff nehmen

Obwohl sich viele Einzelhändler dessen bewusst sind, sind sie nach wie vor weit entfernt von digitalen und miteinander verzahnten Prozessen. Beispiel Mobile: Hier herrscht im Handel vielfach Innovationsstau. Websites und Online-Shops müssen dringend ihre Bedienoberflächen für die Smartphone-Nutzung optimieren und sollten hierbei auch App-Services nicht außer Acht lassen. Zudem ist es essenziell für verlässliche Stammdaten bei digitalen Prozessen zu sorgen. Egal ob es sich um Artikel, Kunden oder Lieferanten dreht – Stammdaten stellen einen entscheidenden Faktor für effiziente Prozesse im Handel dar. Allerdings sind Händler auf eine gute Datenqualität angewiesen, um den Verkauf ihrer Ware entsprechend planen zu können. Nur wenn Retailer ihre Produkte durchgehend digital erfassen, sortieren und speichern, behalten sie ihr



- Lagerhallen
- Produktionshallen
- Bürogebäude
- Hallensanierungen











www.maass-industriebau.de

Maaß Industriebau GmbH • Richthofenstraße 107 • D-32756 Detmold • Tel. 0 52 31-9 10 25-0



Foto: godesys AG

Sortiment kontinuierlich im Blick und können schnell und zuverlässig auf veränderte Anforderungen der Kunden reagieren. Und auch für Endkonsumenten spielen die Korrektheit und Vollständigkeit von Stammdaten eine entscheidende Rolle. Denn: Kunden informieren sich via Laptop, Tablet oder Smartphone über Produktangebote und -preise. Um kundenindividuelle Produktinformationen generieren zu können, sollten sich Daten sowohl in der Filiale als auch im Webshop nahtlos und in Echtzeit miteinander verknüpfen lassen. Entsprechend wichtig ist die korrekte Verteilung der Stammdaten entlang der Lieferkette, die von den unternehmensinternen IT-Systemen unterstützt werden muss.

Waren-Performance ermitteln und steuern

Händler müssen sich durch ihr Produktangebot von der Konkurrenz abheben, um dem Preiswettbewerb mit sinkenden Erlösen zu entgehen. Im stationären Handel zeichnet sich ein attraktives Sortiment nach wie vor durch emotional aufgeladene Erlebniswelten aus – denn sie inspirieren die Konsumenten und punkten durch ein haptisches Produkterlebnis. Jedoch können Retailer ihre Verkaufsfläche nur dann gezielt für eine ansprechende Customer Shopping Experience einsetzen, wenn das ERP ihre Ware effizient aufstockt. Ohne entsprechende Technologie sind Händler außerstande, schnell neue Trends aufzugreifen und ihren Kunden ein sich ständig wechselndes Sortiment anzubieten. Gefragt sind hier

intelligente, IT-gestützte Prozesse. So lassen sich beispielsweise mithilfe des ERP-Systems regelmäßig Reports über das Sortiment generieren, hohe und niedrige Umschlagshäufigkeiten auswerten und geeignete Maßnahmen ableiten. Bislang bleibt der deutsche Mittelstand jedoch bei der IT-basierten Steuerung seiner Lieferkette hinter den Möglichkeiten zurück. Der Geschäftssoftware-Experte Kühl dazu: „Die Kundenerwartungen steigen, doch der Handel tritt auf der Stelle. In den kommenden Jahren werden Händler erkennen, dass sie die Modernisierung ihrer IT mit höchster Priorität behandeln müssen.“

Die Cloud als Chance für den Handel erkennen

Damit Handelsunternehmen jeder Größe ihre Logistikprozesse, Lieferketten und Schnittstellen über eine einheitliche und lückenlos zugängliche Plattform steuern können, ist der Einsatz von Cloud Computing unabdingbar. Dass immer mehr Konsumenten online einkaufen, setzt den stationären Einzelhandel unter enormen Druck. Endverbraucher möchten Produkte „kanalübergreifend“ bestellen und die Ware anschließend abholen und bezahlen, wo sie wollen. Setzen Retailer auf eine Warenwirtschaft aus der Cloud, die alle Bereiche von der Lieferantenbestellung bis zum POS abdeckt, können sie jederzeit flexibel auf komplexe Marktanforderungen reagieren.

/// www.godesys.de

Ihre Herausforderung

**Innovations-
geschwindigkeit**

Die Lösung

**Umsetzungs-
stärke**

**Let's
Trans-
form!**

Together

**Wir kombinieren IT-
und SAP-Technologien
sinnvoll. Für Sie.**

www.itelligencegroup.com/innovationen



ITELLIGENCE AG

itelligence AG mit Pinnacle Award ausgezeichnet



SAP-Beratungshaus itelligence unterstützt Innovationsfähigkeit seiner Kunden – und wird dafür erneut mehrfach ausgezeichnet

Digitalisierung verlangt neue Geschäftsmodelle, die mit hoher Geschwindigkeit in IT-Prozesse übersetzt werden müssen, um Produkte und Services den Kunden verfügbar zu machen. SAP wählt jährlich weltweit Unternehmen aus und zeichnet mit dem SAP Pinnacle Award die Unternehmen aus, die sich mit innovativen Lösungen, besonderer Unterstützung der Kunden sowie Wertschätzung der Teamarbeit hervorragen.

Der begehrte Pinnacle Award für „Global Reseller of the Year 2019“ ging dabei an die itelligence AG. Für die Vergabe des „SAP-Oskars“ gelten strenge Kriterien. Die Auszeichnung unterstreicht die herausragende globale Stellung von itelligence als SAP-Partner und honoriert die erfolgreiche strategische Beratung bei der Transformation von IT-Landschaften und Geschäftsprozessen durch die Digitalisierung. Das Unternehmen konnte zudem durch vier Nominierungen als Finalist in den Kategorien „General Business Cloud Partner of the Year“, „SAP SuccessFactors Partner of the Year – Small and Midsize Companies“, „SAP S/4HANA Movement Partner of the Year“ und „Industry Innovation Award“ überzeugen.



Auch im Umweltschutz kann Digitalisierung deutlich positive Effekte erzielen. Der SAP Innovation Award im Bereich „Process Innovator“ zeichnete in diesem Jahr ein Projekt von itelligence zur Bekämpfung der invasiven Schädlingpflanze Riesen-Bärenklau mithilfe digitaler Bilderkennungstechnologie aus. In Kooperation mit der japanischen Firma ProDrone und vier dänischen Kommunen wurde ein Algorithmus erarbeitet, der durch Einsatz künstlicher Intelligenz, darunter Machine Learning- und Big Data-Technologien, effiziente Bilderkennung ermöglicht und schnellere

Erfolge erzielt. Der Saft der manns-hohen Pflanze kann beim Menschen verbrennungsähnliche Verletzungen hervorrufen, und sie steht in Verdacht, Krebs auszulösen. Das Entfernen der Pflanze ist für Land- und Waldeigentümer Pflicht. Mithilfe des entwickelten Algorithmus können die Bestände in Kombination mit der Drohne und der Auswertung wesentlich schneller identifiziert, kartiert und dadurch auch wesentlich schneller entfernt werden. Weitere spannende Innovations-Projekte aus der Region unter:

/// www.itelligencegroup.com

FEBRÜ BÜROMÖBEL GMBH

Das beste Rezept: Design und Qualität

Wenn die Bürofläche erweitert werden soll, stellt sich oft die Frage: Neu bauen oder bereits Bestehendes integrieren? Das sauerländer Unternehmen GEFU, bekannt für hochwertige Küchenutensilien und Kochzubehör, hat sich für eine Integration des Bestands in den Neubau entschieden, wobei die Büroflächen komplett neu strukturiert und gestaltet wurden. Bei GEFU stehen Inspiration und Innovation an vorderster Stelle. Denn nur mit entsprechender Kreativität und Neugierde werden in der Küche neue Gerichte gezaubert. Um diesen Spirit auch in den Büros der Mitarbeiter zu verbreiten, hat GEFU auf Büromöbel von Febrü gesetzt.

Das im Oktober 2016 fertig gestellte dreigeschossige Bürogebäude mit einer Gesamtfläche von 1.300 qm sollte modern und vielseitig sein. Neben einem freundlichen und einladenden Eingangsbereich sollten die Büros und Besprechungsräume funktional und auch repräsentativ sein. Ein durchgängiger Stil sollte die Büros und auch das gesamte Gebäude, bestehend aus bereits vorhandenem Bau und Neubau, optisch zu einer Einheit verschmelzen lassen. Daneben war es wichtig, die Büroflächen multifunktional nutzen zu können, indem neben Arbeitsplätzen auch Besprechungsbereiche eingerichtet werden sollten. Die Herausforderung bestand darin, diese Bereiche akustisch und auch optisch so voneinander abzuschirmen, dass Mitarbeiter weiter nebeneinander produktiv arbeiten können, ohne sich gestört zu fühlen.

Abwechslungsreiche Büros für

Die modernen Möbel und das weit gefächerte Portfolio ließen jede Menge Spielraum um verschiedene Räume auszustatten. Neben den Arbeitsplätzen lockern Elemente wie Pflanzkästen oder Lamellenwände die Räume auf und machen es möglich, den Raum optisch zu strukturieren. In

den Büros ließen sich neben Arbeitsplätzen Meetingzonen integrieren, die Platz für kurze Gespräche zwischen den Mitarbeitern bieten. Dabei vermitteln die Stehtische eine moderne und agile Arbeitsatmosphäre.

Stimmiges Gesamtkonzept

Das moderne Design und die vielseitigen Möglichkeiten der Möbel waren ausschlaggebend, Febrü als Hersteller zu verpflichten. Die ausgewählten Farben folgen einem von GEFU ausgewählten Konzept: Firmenfarbe Rot und ein ruhiges Anthrazit bestimmen die Raumatmosphäre. Dazu kommen auflockernde Elemente, wie weiße Flächen oder Rasenteppiche als Schrankauflage aus der Serie Febrü Fashion. Für eine gute Raumakustik sorgen zudem neben entsprechenden Baumaterialien akustisch wirksame Wandpaneele und Schrankrückwände. Die Büros der Führungskräfte sind durch Glastrennwände abgetrennt, so dass Transparenz gegeben ist, trotzdem aber auch vertrauliche Gespräche geführt werden können.

Highlights und Besonderheiten

Perfekt aufeinander abgestimmte Möbel aus der Febrü Produktpalette, ein durchgängiges Raumkonzept, attraktive Elemente zur Gliederung und

eine gute Akustik schaffen Räume, in denen konzentriertes Arbeiten und Kommunikation gleichermaßen ihren Platz haben. Die so geschaffenen Arbeitsräume sind in den Zeiten des Fachkräftemangels ein ganz besonderer Pluspunkt. Das durchgängige Farbkonzept mit stimmigen Tönen und den farblichen Akzenten schafft eine Wohlfühlumgebung, in der kreative Ideen Raum haben und Engagement und Motivation ihren Platz finden.

/// www.februe.de

**MIT UNSEREN
INTERFACE-LÖSUNGEN
WERDEN MESSWERTE
ZU ERGEBNISSEN.**

DIE BOBE-BOX:

Für alle gängigen Messmittel, für nahezu jede PC-Software und mit USB, RS232 oder Funk.

BOBE
INDUSTRIE-ELEKTRONIK

IHRE SCHNITTSTELLE ZU UNS:
www.bobe-i-e.de

SIEVERS-GROUP

Neues Lagerverwaltungssystem dirigiert Intralogistik beim Musikversandhändler jpc

Schnellere Lieferung von 750.000 CDs, DVDs und Büchern

Ein höherer Lagerdurchsatz und eine effizientere Kommissionierung – diese Ziele wollte der Musikversandhändler jpc mit der Einführung eines neuen Lagerverwaltungssystems erreichen. Die Lösung: das voll in Microsoft Dynamics NAV integrierte Warehouse-Management-System SNC/Logistics der SIEVERS-GROUP. Mit der Intralogistiksoftware lassen sich Auftragspitzen bewältigen, Engpässe vermeiden und alle Lagerprozesse optimal aus dem ERP-System heraus steuern. Zusätzlich zu der Softwarelösung lieferte die SIEVERS-GROUP die zugehörige Hardware, verlagerte die IT-Infrastruktur in die Microsoft Azure Cloud und überwacht als Managed Service Provider die gesamte IT-Landschaft von jpc kontinuierlich.

750.000 eingelagerte Artikel und ein Durchsatz von bis zu 12.000 Sendungen pro Tag – die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: jpc ist für Kunden aus über 120 Ländern der Lieferant erster Wahl, wenn es um Musik, Filme und Bücher geht. Die Sendungen verschickt der nach eigenen Angaben größte Klassikanbieter Europas aus seinem 3.000 m² großen Lager in Georgsmarienhütte bei Osnabrück. „Kurze Lieferzeiten und ein hoher Automatisierungsgrad sind in unserer Branche das A und O“, sagt Gerhard Georg Ortmann, Geschäftsführer von jpc. „Aus diesem Grund sind wir auf eine digitale Lagerverwaltung und -steuerung angewiesen, mit der wir unseren Durchsatz erhöhen und auch



Gerhard Georg Ortmann, Geschäftsführer von jpc

außergewöhnliche Auftragspitzen zügig abarbeiten können.“ Infrage kamen nach gründlicher Recherche nur wenige Lagerverwaltungssysteme (LVS). Entschieden hat sich der mittelständische Versandhändler schließlich für das Warehouse-Management-System SNC/Logistics der SIEVERS-GROUP.

Noch schneller zum Musikgenuss

Mit SNC/Logistics lassen sich alle Prozesse in dem Versandhandelslager direkt aus dem ERP-System heraus steuern – vom Wareneingang über Einlagerung und Kommissionierung bis hin zur Übergabe der Aufträge an die Packerei. Auch die Bestellungen aus dem Onlineshop werden über das LVS bearbeitet. Mobile Datenerfassungssysteme und eine wegeoptimierte Kommissionierung mittels Pick-by-

Light erleichtern den Mitarbeitern die Arbeitsprozesse im Lager. Die benötigten Endgeräte, wie Scanner und Tablets, lieferte ebenfalls die SIEVERS-GROUP. Durch die Harmonisierung der Daten von ERP-System und LVS kann der Musikversandhändler Kommissionieraufträge nun schneller freigeben und so die Durchlaufzeiten im Lager verkürzen. Ein weiterer Vorteil für jpc: Die SIEVERS-GROUP stellt das LVS über die Microsoft Azure Cloud zur Verfügung und überwacht im Rahmen ihrer Managed Services die IT-Umgebung 24/7. „Wir greifen jetzt auf eine zukunftsfähige IT-Plattform zu, mit der wir unsere Geschäftsprozesse effizienter gestalten und Kunden im Ergebnis ihren Musikgenuss noch schneller ermöglichen können“, resümiert Ortmann.

/// www.sievers-group.com

**Jetzt Firmenkontakte
ab 19,- EUR buchen!**

Kontakt:
05231/98100-10 oder
info@wirtschaft-regional.net

BANKEN



Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG

☒ Friedrich- Ebert- Str. 73-75 33330 Gütersloh
☎ +49 5241 104-0 ☎ +49 5241 104-204
✉ info@volksbank-bi-gt.de
🌐 www.volksbank-bi-gt.de



NRW.Bank Anstalt des Öffentlichen Rechts

☒ Kavalleriestr. 22 40213 Düsseldorf
☎ +49 211 91741-0 ☎ +49 211 91741-1800
✉ info@nrwbank.de
🌐 www.nrwbank.de

DIGITALDRUCKEREI



Delta- Color GmbH & Co. KG Fachlabor für digitalen Druck und Fotografie

☒ Bleichstr. 40 33607 Bielefeld
☎ +49 521 380930-00 ☎ +49 521 380930-07
✉ info@delta-color.de
🌐 www.delta-color.de

DRUCKEREI

PressMedien
Verlag | Druckerei | Agentur



Press Medien GmbH & Co. KG

☒ Richthofenstr. 96 32756 Detmold
☎ +49 5231 98100-0 ☎ +49 5231 98100-33
✉ info@press-medien.de
🌐 www.press-medien.de

EVENT- UND KONGRESSLOCATIONS



**Kultur Räume Gütersloh
-Stadthalle und Theater-**

☒ Friedrichstr. 10 33330 Gütersloh
☎ +49 5241 864-244 ☎ +49 5241 864-220
✉ info@kulturraeume-gt.de
🌐 www.kultur-raeume-gt.de

FACTORING



Crefo Factoring Westfalen GmbH

☒ Robert-Bosch-Str. 20 48153 Münster
☎ +49 251 16286-0 ☎ +49 251 16286-253
✉ info@westfalen.crefo-factoring.de
🌐 www.westfalen.crefo-factoring.de

FINANZINSTITUTE



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

☒ Regina-Protmann-Str. 1 48159 Münster
☎ +49 251 2104-0 ☎ +49 251 2104-209
✉ info@svwl.eu
🌐 www.svwl.eu

FINANZMAKLER

Herbring GmbH Finanz- & Versicherungsmakler

☒ Maybachstr. 25 49479 Ibbenbüren
☎ +49 5451 5478-0 ☎ +49 5451 5478-30
✉ Herbring@Herbring.de
🌐 www.herbring.de

FOTOGRAFIE

Studio Toelle Fotografie

☒ Friedrich-Verleger-Str. 14a 33602 Bielefeld
☎ +49 521 1779-25
✉ info@studiotoele.de
🌐 www.studiotoele.de

FULL-SERVICE-WERBEAGENTUR

System-Werbung Blavius GmbH

☒ Am Krümpel 1 49201 Dissen
☎ +49 5421 94949-0 ☎ +49 5421 94949-99
✉ info@system-werbung.de
🌐 www.system-werbung.de

HALLENBAU

Stahlhallen Janneck GmbH

☒ Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen
☎ +49 4475 92930-0 ☎ +49 4475 92930-99
✉ info@stahlhallen-janneck.de
🌐 www.stahlhallen-janneck.de

HEIZ-, KÜHL- UND KLIMASYSTEME

REMKO GmbH & Co. KG

Klima- und Wärmetechnik

☒ Im Seelenkamp 12 32791 Lage
☎ +49 5232 606-0 ☎ +49 5232 606-260
✉ info@remko.de
🌐 www.remko.de

INDUSTRIEBAU

Maaß Industriebau GmbH

☒ Richthofenstr. 107 32756 Detmold
☎ +49 5231 91025-0 ☎ +49 5231 91025-20
✉ info@maass-industriebau.de
🌐 www.maass-industriebau.de

Meisterstück-HAUS Verkaufs - GmbH

☒ Otto-Körting-Str. 3 31789 Hameln
☎ +49 5151 9538-0 ☎ +49 5151 3951
✉ info@meisterstueck.de
🌐 www.meisterstueck.de

MESSEN & KONGRESSE



A2 Forum Management GmbH

☒ Gütersloher Str. 100 33378 Rheda-Wiedenbrück
☎ +49 5242 969-0 ☎ +49 5242 969 -102
✉ info@a2-forum.de
🌐 www.a2-forum.de

QUALITÄTSSICHERUNG

BOBE Industrie-Elektronik

☒ Sylbacher Str. 3 32791 Lage
☎ +49 5232 95108-0 ☎ +49 5232 64494
✉ info@bobe-i-e.de
🌐 www.bobe-i-e.de

RECHTSANWÄLTE

BRANDI

RECHTSANWÄLTE

Brandi Bielefeld GbR

☒ Adenauerplatz 1 33602 Bielefeld
☎ +49 521 96535-0 ☎ +49 521 96535-99
✉ bielefeld@brandi.net
🌐 www.brandi.net

RECYCLING

Stücke Rohstoff-Recycling GmbH

☒ Buschortstr. 52-54 32107 Bad Salzufflen
☎ +49 5221 703-47 ☎ +49 5221 7599-68
✉ info@stuecke-gmbh.de
🌐 www.stuecke-gmbh.de

SAP DIENSTLEISTER

itelligence AG

☒ Königsbreite 1 33605 Bielefeld
☎ +49 521 91448-0 ☎ +49 521 91445-100
✉ dialog@itelligence.de
🌐 www.itelligence.de

STEUERBERATUNG

Stolze - Dr. Diers - Beermann GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft

☒ Neubrückenstr. 4 48282 Emsdetten
☎ +49 2572 40-85 ☎ +49 2572 85647
✉ stolze-diers@stodibe.de
🌐 www.stodibe.de

STRANDKÖRBE & GARTENMÖBEL

>> DIE SCHATZTRUHE << Heim & Garten Die Schatztruhe ist ein Unternehmen der Müsing GmbH & Co.KG mit Sitz in Bielefeld

☒ Detmolder Str. 627 33699 Bielefeld
☎ +49 521 92606-0 ☎ +49 521 92606-36
✉ info@sonnenpartner.de
🌐 www.sonnenpartner.de

TECHNISCHE ÜBERSETZUNGEN



JABRO GmbH & Co. KG | Technischer Übersetzungsservice

☒ Johann-Kuhlo-Str. 10 33330 Gütersloh
☎ +49 5241 9020-0 ☎ +49 5241 9020-41
✉ post@jabro.de
🌐 www.jabro.org

VERSICHERUNGEN



INTERNATIONALER VERSICHERUNGSMAKLER

Leue & Nill GmbH + Co. KG Niederlassung Bielefeld

☒ Am Bach 20 33602 Bielefeld
 ☎ +49 521 96426-0 ☎ +49 521 96426-16
 ✉ info@leue.de
 🌐 www.leue.de

VIDEOPRODUKTIONEN

Press Medien
 Verlag | Druckerei | Agentur



Press Medien GmbH & Co. KG

☒ Richthofenstr. 96 32756 Detmold
 ☎ +49 5231 98100-0 ☎ +49 5231 98100-33
 ✉ info@press-medien.de
 🌐 www.press-medien.de

WEITERBILDUNG

Agentur für Arbeit Nordhorn

☒ Stadtring 9-15 48527 Nordhorn
 ☎ +49 8004 5555-20
 🌐 www.arbeitsagentur.de

WERBEAGENTUREN



WAN Gesellschaft für Werbung mbH

☒ Büssingstr. 52-54 32257 Bünde
 ☎ +49 5223 68686-0 ☎ +49 5223 68686-10
 ✉ info@wan-online.de
 🌐 www.wan-online.de

WIRTSCHAFTSAUSKUNFT EIEN

Creditreform Herford & Minden Dorff GmbH & Co. KG

☒ Krellstr. 68 32584 Löhne
 ☎ +49 5732 9025-0 ☎ +49 5732 9025-190
 ✉ info@herford.creditreform.de
 🌐 www.creditreform-herford.de

**Jetzt Firmenkontakte
 ab 19,- EUR buchen!**

Kontakt:
 05231/98100-10 oder
 info@wirtschaft-regional.net



Zeit für einen Perspektivewechsel

Kommen Sie zu den frischen Ideen
und holen sich neue Impulse.

32257 Bünde
Fon 05223 68686-0
info@wan-online.de
www.wan-online.de

 **WAN**
marketing
kommunikation

Strategie · Konzeption · Kreation