/ WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS MAGAZIN FÜR UNTERNEHMER IN DER REGION

03 | 2026

44861 | 8,50 EURO

OBSTKÖRBE RETTEN KEIN UNTERNEHMEN!

FACHKRÄFTE BRAUCHEN KLARHEIT, KULTUR UND KONSEQUENZ.

WWW.WIRTSCHAFT-REGIONAL.NET

2023/1



VIELFALT
SCHAFFT CHANCEN

sos-kinderdoerfer.de

SOS KINDERDÖRFER WELTWEIT



Besonderes Licht unter Sternen

Lassen Sie Ihr Unternehmen mit moderner Außenbeleuchtung erstrahlen

Genau meine Energie.

WESTFALEN WESER

BITKOM

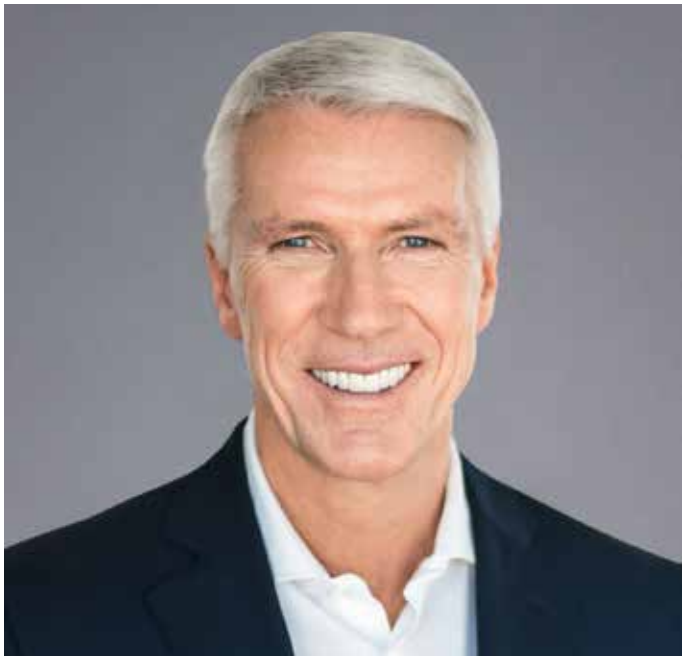
Deutsche Startups sehen Künstliche Intelligenz und Cybersicherheit als wichtigste Tech-Trends

Künstliche Intelligenz ist für die große Mehrheit der Tech-Startups in Deutschland das beherrschende Technologiethema 2026: 86 Prozent nennen KI als wichtigsten Trend. Zugleich rücken mehrere Themen rund um digitale Souveränität in den Fokus.

Rund jedes zweite Startup (52 Prozent) nennt Cybersicherheit und Privacy Tech, also Technologien für den Datenschutz, als prägenden Trend. Nahezu ebenso viele sehen souveräne Cloud- und Edge-Lösungen (51 Prozent) als Schlüsselthema, also Technologien, mit denen eine unabhängige und dezentrale Verarbeitung und Speicherung von Daten möglich wird. Data Sovereignty, also Technologien zur Wahrung der Datenhoheit, nennt jedes zweite Startup (50 Prozent). Das sind Ergebnisse einer Befragung unter 133 Gründerinnen und Gründern von Tech-Startups im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. „Es ist ein deutliches Signal, dass Startups das Thema digitale Souveränität neben KI in den Mittelpunkt stellen. Startups sind besonders dicht dran an technologischen Entwicklungen, ihre Einschätzung hat auch Bedeutung für die Gesamtwirtschaft“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst. „Sowohl bei KI als auch rund um digitale Souveränität entwickeln deutsche Startups innovative Lösungen. Sie müssen wir vor allem in Wirtschaft und Verwaltung stärker nutzen.“

Als weiteres Trendthema gelten für etwa vier von zehn Gründerinnen und Gründern (44 Prozent) autonome Systeme, etwa selbstfahrende Fahrzeuge oder Drohnen. Dahinter folgen Biotechnologie, Gesundheitstechnologien und Bio-KI (31 Prozent), Robotik (30 Prozent) und Quantentechnologien (29 Prozent). Rund jedes vierte Startup nennt humanoide Roboter (24 Prozent) bzw. Raumfahrttechnologien (23 Prozent) als wichtigen Trend für 2026, jedes fünfte Halbleiter- und Hardware-Innovationen wie neuromorphe Chips (21 Prozent). Seltener genannt werden Umwelttechnologien (14 Prozent), Blockchain (13 Prozent) sowie Virtual und Augmented Reality (7 Prozent). Schlusslicht ist das Metaverse mit 5 Prozent.

/// **www.bitkom.org**



Dr. Ralf Wintergerst, Bitkom-Präsident

Foto: bitkom



INHALTSVERZEICHNIS

/// RECHT | STEUERN | UNTERNEHMENSBERATIUNG

10 Frühzeitig planen und finanzielle Risiken begrenzen
12 Wie Sie Ihren Betrieb nachhaltig stärken
13 Förderchancen nutzen und Investitionen strategisch planen

/// MARKETING | EVENT | MESSEN

14 Vom klassischen Messebauer zum Full-Service-Partner
15 28.117 Besucher informieren sich im A2 Forum
16 Lass die Puppen tanzen – Vertriebs-Marketing mit Social Media
18 Über Minigolf zum maximalen Miteinander

/// IKT | OFFICE

20 Sie tragen die Verantwortung, aber haben Sie auch die Kontrolle?

/// TITELTHEMA

22-27 Obstkörbe retten keine Unternehmen!

/// MY JOB OWL 2026

28 Zum 18. Mal: Die my job OWL wird volljährig und feiert das mit spannenden Highlights!
30 Maschinenbau-Studentin der Hochschule Osnabrück holt EM-Silber im Eisschwimmen
32 Sicherheit neu denken. Verantwortung übernehmen.

/// FOCUS

08 Gewinnbringend: Energetische Optimierung als Wettbewerbsvorteil

/// RUBRIKEN

04 Impressum
06 Regionalgeflüster
34 Firmenkontakte

Verlag und Herausgeber

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

Redaktion und Anzeigen

Peer-Michael Preß (verantwortlich)
Tel.: (0 52 31) 98 100-17
m.press@press-medien.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@press-medien.de

Anzeigenpreisliste Nr. 34/Januar 2026

Druck

Press Medien GmbH & Co. KG, Detmold
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.



„Die my job OWL steckt voller Hidden Champions – und ich arbeite jetzt bei einem davon!"

Nele Goralzik,
Sachbearbeiterin in der
Arbeitsvorbereitung bei HIL

my job OWL

13.–15. März
Messezentrum
Bad Salzuflen
myjob-owl.de

Jobs, Ausbildung, Studium

Finde auch du dein Perfect Match!

Lies hier die ganze Erfolgsstory
www.myjob-owl.de

Gitta Connemann informiert sich über Digitalisierung im Mittelstand



Am 18. Februar 2026 besuchte Gitta Connemann, Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie, das Mittelstand-Digital Zentrum Lingen.Münster.Osnabrück. Ziel ihres Besuchs am Hauptstandort des Zentrums im IT-Zentrum Lingen und dem Campus der Hochschule Osnabrück war es, sich ein Bild von der Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) bei der digitalen Transformation zu machen. Neben ihrer Funktion als Parlamentarische Staatssekretärin ist Connemann auch Beauftragte der Bundesregierung für den Mittelstand. Dabei stand auch der direkte Austausch mit Unternehmen der Region, die mit dem Mittelstand-Digital Zentrum an ihrer digitalen Innovation arbeiten, im Mittelpunkt des Termins. Parlamentarische Staatssekretärin Gitta Connemann, MdB:„Ich freue mich sehr über diesen Einblick in die Praxis eines vom BMWE geförderten Mittelstand-Digital Zentrums. Hier wird Zukunft gemacht. Digitalisierung und Künstliche Intelligenz sind kein Selbstzweck. Sie sichern Arbeitsplätze. Sie stärken unsere Wettbewerbsfähigkeit. Und sie treiben unser Wachstum an. Klar ist: Zur digitalen Transformation gehört Cybersicherheit dazu. Von Anfang an. Nur so bleiben wir handlungsfähig. Nur so bleiben wir souverän.Beeindruckend ist, wie gut die Unternehmen der Region das etablierte Angebot des Zentrums Lingen.Münster.Osnabrück annehmen. Es verbindet Wissenschaft und Praxis. Genau das braucht unser Mittelstand.“

Gitta Connemann, Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie. Foto Mittelstand-Digital Zentrum Lingen.Münster.Osnabrück.



technotrans steigert im Geschäftsjahr 2025 die Profitabilität

Der technotrans-Konzern hat im Geschäftsjahr 2025 auf Basis vorläufiger, noch nicht testierter Zahlen seine Profitabilität deutlich gesteigert. Die vorläufige EBIT-Marge erhöhte sich von 5,2 % auf 7,1 % und lag damit innerhalb der prognostizierten Bandbreite von 7,0 % bis 9,0 %. Ausschlaggebend hierfür waren insbesondere die positive Entwicklung des Neugeschäfts und die konsequente Umsetzung von Maßnahmen zur Effizienzsteigerung. Die nachhaltige Ergebnisverbesserung zeigt sich auch in der Kapitalrendite: Mit einem vorläufigen Return on Capital Employed (ROCE) von 16,8 % übertraf technotrans sowohl den Vorjahreswert von 11,8 % als auch die Prognose von 13,0 % bis 16,0 % deutlich. Der vorläufige Konzernumsatz stieg um 2,5 % auf 244,0 Mio. € und lag damit marginal unter der Prognosebandbreite von 245 bis 265 Mio. €. Die Abweichung resultiert im Wesentlichen aus einer unerwarteten Kundenzurückhaltung am Ende des Geschäftsjahres. „Im Geschäftsjahr 2025 haben wir unsere Profitabilität deutlich gesteigert und die Strategie Future Ready 2025 erfolgreich abgeschlossen. technotrans ist nun optimal aufgestellt, um das Wachstum im Rahmen unserer neuen Strategie Ready for Growth 2030 zu beschleunigen“, sagt Michael Finger, Vorstandsvorsitzender der technotrans SE.

Natascha Sander (CFO) und Michael Finger (CEO) Foto: technotrans SE

Erfinder- und Patentsprechtag in Osnabrück

Die IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim lädt am 10. März 2026 ab 14:00 Uhr zur Erfinder- und Patentberatung ein. Die Gespräche finden in der IHK, Neuer Graben 38 in Osnabrück, statt. Das Angebot richtet sich sowohl an Unternehmen aus Industrie und Handwerk als auch an Privatpersonen.

In einer vertraulichen Einstiegsberatung informiert ein erfahrener Patentanwalt über notwendige Voraussetzungen und das Anmeldeverfahren von Patenten und Gebrauchsmustern. Die Teilnahme an der kostenfreien Beratung ist grundsätzlich auf ein Gespräch pro Person begrenzt.

Eine Teilnahme an den Einzelgesprächen ist nur nach Anmeldung bis zum 2. März 2026 möglich.

Ansprechpartnerin:
IHK
Ruth Sundag
Tel.: 0541 353-268 oder
E-Mail: sundag@osnabrueck.ihk.de



Die SW-Paratus GmbH bestärkt ihr „Ja“ zum Standort Halle

Die SW-Paratus GmbH bekennt sich klar zum Standort Halle: Der Maschinenhersteller für die Logistikbranche reagiert auf sein konstantes Wachstum und vergrößert die Bürofläche am bisherigen Firmensitz in der Ravensberger Straße 2. Ursprünglich hatten die Geschäftsführer Ralf Schauties und Lars Wellerdiek geplant, Produktion und Verwaltung an einem Standort zu bündeln. „Aber es gab immer entweder gute logistische Lagerbedingungen oder ein gutes Büro – nicht beides zusammen“, erinnert sich Schauties. Doch mit weiteren Mitarbeitern reichte die 175 Quadratmeter große Bürofläche nicht mehr aus. Zwei Jahre suchten die Unternehmer nach einer Alternative, zogen sogar einen Umzug oder einen eigenen Neubau in Betracht. Dafür hätten sie Halle jedoch verlassen müssen. Als zwei Büroflächen im Gebäude an der Ravensberger Straße frei wurden, entschied sich die SWParatus GmbH für deren Übernahme und einen bedarfsgerechten Umbau. Ziel war es, ausreichend Platz für alle Mitarbeiter zu schaffen und gleichzeitig geeignete Rahmenbedingungen für den Empfang – auch internationaler – Geschäftspartner zu bieten.

v.r.: PARATUS Gründer Ralf Schauties und Lars Wellerdiek mit Haller Bürgermeister Thomas Tappe. Foto: SW-Paratus GmbH

Hellmann beruft Alexandra Olvera zur neuen CCO



Hellmann beruft Alexandra Olvera mit Wirkung zum 1. März 2026 zur neuen Chief Commercial Officer (CCO). In dieser Funktion übernimmt sie die Verantwortung für die globale Vertriebsorganisation und wird deren strategische Weiterentwicklung maßgeblich mitgestalten. Im Fokus stehen dabei die noch engere internationale Verzahnung des Vertriebs, der gezielte Ausbau strategisch wichtiger Kundensegmente wie Automotive und Fashion sowie die konsequente Stärkung der Kundenbeziehungen. Alexandra Olvera verfügt über mehr als 20 Jahre internationale Führungs- und Vertriebserfahrung in der Logistikbranche. In leitenden Funktionen in Nord- und Südamerika sowie Europa verantwortete sie unter anderem den Auf- und Ausbau leistungsfähiger, kundenorientierter globaler Vertriebsorganisationen. „Wir heißen Alexandra Olvera herzlich in der Hellmann FAMILY willkommen. ...“, sagt Jens Drewes, CEO Hellmann Worldwide Logistics.

Alexandra Olvera wird Chief Commercial Officer (CCO) bei Hellmann. Foto: Hellmann

Neuer CEO bei steute Technologies

Mit Wirkung zum 1. Januar 2026 hat Martin Kunz die Position des Chief Executive Officer (CEO) der steute Technologies mit Hauptsitz in Löhne übernommen. Er verfügt über mehr als 20 Jahre internationale Führungserfahrung in Industrie- und Prozesstechnologieunternehmen und wird die weitere strategische Entwicklung sowie das profitable Wachstum der



steute Gruppe verantworten. Nach dem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens an der Rheinland-Pfälzischen Technischen Universität Kaiserslautern-Landau (RPTU) bekleidete Martin Kunz zahlreiche internationale Führungspositionen in europäischen und US-amerikanischen Industrieunternehmen. Dazu zählen unter anderem leitende Funktionen bei Xylem Inc., dem weltweit führenden Anbieter von Wassertechnologie und zuletzt als CEO von Concentric AB, einem führenden Anbieter von Motorpumpen, Hydrauliklösungen und Kühlsystemen. Martin Kunz wurde von Battery Ventures, das steute Technologies seit 2024 besitzt, zum CEO der steute Gruppe ernannt. Zu seiner Ernennung sagte Kunz: „Auf diese Herausforderung freue ich mich besonders. steute ist in attraktiven Wachstumsmärkten wie der Medizintechnik, der industriellen Automation und der Intralogistik sehr gut positioniert und blickt auf mehr als 60 Jahre erfolgreiche Innovations- und Wachstumsgeschichte zurück.“

Martin Kunz, CEO steute Technologies Foto: steute Technologies

LANGFRISTIGE STANDORTSICHERUNG MIT DER PASSENDEN ENERGIESTRATEGIE

Gewinnbringend: Energetische Optimierung als Wettbewerbsvorteil

Die volatile Energielandschaft, steigende Preise und zunehmende Regulierungen machen eine ganzheitliche Betrachtung der Energieversorgung für Unternehmen unverzichtbar, um den Standort energetisch zu sichern. Die intelligente Steuerung von Erzeugung, Verbrauch, Speicherung und Beschaffung in Bezug auf die Energieträger Strom, Wärme und Mobilität zu einem abgestimmten System, schafft neue Perspektiven. Ziel ist es, Kosten dauerhaft zu senken, Emissionen zu reduzieren, die Versorgungssicherheit zu erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu stärken. Digitale Tools unterstützen datenbasierte Entscheidungen und die Einschätzung, ob sich Investitionen lohnen.



Ganzheitliches Energiesystem am Unternehmensstandort: Photovoltaik, Windenergie, Speicher, Wärmepumpe und Ladeinfrastruktur werden intelligent gesteuert.

Marcus Fitze, Experte für Energiestrategien beim regionalen Energiespezialisten Westfalen Weser, beantwortet die wichtigsten Fragen rund um die gesamtenergetische Optimierung für Unternehmen und deren Vorteile.

Herr Fitze, was versteht man eigentlich unter gesamtenergetischer Optimierung für Unternehmen?
Die gesamtenergetische Optimierung klingt etwas sperrig, beschreibt aber die ganzheitliche Perspektive auf das Thema Energie: Erzeugung, Verbrauch, Speicherung und Beschaffung werden als vernetzte Module betrachtet – für alle Energieträger: Strom, Wärme und künftig Mobilität. Dabei ist die Disziplin eine Kombination aus technischer, wirtschaftlicher und ökologischer Optimierung. Energie wird also nicht isoliert, sondern als integriertes Gesamtsystem optimiert. Hierzu nutzen wir unsere digitalen Tools zur datenbasierten Entscheidungsfindung – z. B., um Investitionsoptionen von Kunden zu prüfen.

Sie nennen Ihr System EnergiePilot. Welchen Flugplan können Kunden bei der energetischen Optimierung erwarten?
Nun, am Anfang steht die Erstellung eines aussagekräftigen Potenzialberichts als Entscheidungsgrundlage. Wir analysieren dabei bestehende Energieverbräuche (Lastprofile) unter Berücksichtigung fester Ladezyklen von E-Mobilität und Ladeinfrastruktur, zeitlich bekannte Zusatzlasten im Betrieb sowie potenziell geplante Erweiterungen. In diesem Verfahren erfolgt die Abbildung

Fotos: Westfalen Weser

dieser Lasten in der Gesamtsimulation des Energiesystems.
Zu den weiteren Leistungen des „EnergiePiloten“ zählen die Simulation und Auslegung von Batteriespeichern, Photovoltaik- und Windkraftanlagen basierend auf standortspezifischen Daten sowie perspektivisch auch Blockheizkraftwerke. Wir bewerten und vergleichen für Kunden unterschiedliche Betriebsstrategien und Szenarien – z. B., fester Strompreis, marktorientierter Betrieb mit dynamischen Strompreisen oder eine Hochskalierung unter Annahmen für die Zukunft.

Darüber hinaus bewerten wir die energetische Wirtschaftlichkeit und optimale Anlagengrößen oder identifizieren wirtschaftlich sinnvolle Maßnahmen unter Berücksichtigung der bestehenden Infrastruktur am Kundenstandort. Falls es der Kunde wünscht, können wir auch ein Fördermittelscreening oder ein Energiemonitoring mittels LoRaWAN inkl. Visualisierung aufbauen.

Welche Ziele verfolgt der EnergiePilot, wo fliegt er hin?
Der „EnergiePilot“ von Westfalen Weser bietet Unternehmen eine fundierte Unterstützung bei Investitionsentscheidungen oder der Senkung von Energiekosten. Er steigert die Versorgungssicherheit und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit. Die energetische Optimierung sichert auch den eigenen Standort und bereitet das Unternehmen auf zukünftige Energiemärkte und regulatorische Anforderungen vor.

Warum ist eine gesamtenergetische Optimierung für Unternehmen wichtig und welche Vorteile bringt sie?
Werfen wir einen Blick auf das Umfeld, in den Unternehmen agieren müssen. Dieses ist gekennzeichnet von steigenden Energiepreisen und volatilen Märkten. Zunehmenden regulatorischen Anforderungen, Energiewende mit allen Konsequenzen, Zukunftssicherung der eigenen Energieversorgung. Die Aufzählung könnte ich so fortführen – wichtig ist: die gesamtenergetische Optimierung zeigt vielfältige Einspar- und Investitions-Potentiale auf.
Zu den Vorteilen kann ich noch Folgendes sagen. Der „EnergiePilot“ schafft in jedem Fall Transparenz über den eigenen Energiehaushalt und löst sprichwörtlich den Knoten im Kopf, denn er kennt ja schließlich den richtigen Weg. Mithilfe datengesteuerter Instrumente können Kunden klar priorisierte Investitionsentscheidungen treffen, zum Beispiel zur Reduzierung von Energiekosten, zur Verbesserung der CO_2-Bilanz oder der Erhöhung der Unabhängigkeit vom Energiemarkt. Ebenso zur Vorbereitung auf dynamische Stromtarife und neue Geschäftsmodelle. Die schrittweise Transformation wird



Marcus Fitze, Experte für Energiestrategien beim regionalen Energiespezialisten Westfalen Weser

nicht isoliert, sondern als integriertes Gesamtsystem betrachtet. Das unterscheidet unsere Verfahrensweise von Einzelmaßnahmen a la Stromanbieterwechsel.

Wenn der Energie-Bericht steht, wie geht es dann für Kunden weiter, welche Optionen gibt es?
Der EnergiePilot schafft gute, transparente Handlungsmöglichkeiten und dient als strategische Entscheidungsgrundlage. Kunden erhalten damit maßgeschneiderte Handlungsempfehlungen und haben jetzt die Möglichkeit verschiedene, datenbasierte Wege in der eigenen Energiepolitik zu gehen. Eine Option wäre zum Beispiel die gezielte Umsetzung einzelner Maßnahmen. Ob Speicher, PV-Anlage, BHKW, Stromvermarktung, Bezugsoptimierung, Umbau oder Investbeurteilung. Bei der Umsetzung der Handlungsempfehlungen steht mit Westfalen Weser für Planung, Bau und Betrieb ein zuverlässiger Partner zur Verfügung. Soweit der Block zur Eigenwerbung.

Apropos – Westfalen Weser kennen viele als großen regionalen Stromnetzbetreiber. Wie muss ich mir das vorstellen, was können Sie für Unternehmen tun?
Bei Westfalen Weser hat sich in den letzten Jahren eine Menge getan. Mittlerweile sind wir ein moderner Dienstleister für Energie, Wärme, Strom, Infrastruktur und E-Mobilität für Unternehmen und Kommunen. Dazu zählen die Planung, der Bau und der Betrieb von energietechnischen Anlagen. Wir besitzen ein sehr hohes Know-how in der Energiewirtschaft sowie eine große Erfahrung in der Umsetzung komplexer Energieprojekte. Zudem verbinden wir digitale Innovationen (EnergiePilot) mit realer Umsetzung. Als Kunde können Sie dabei auf eine leistungsstarke Unternehmensgruppe mit vielfältigen Kompetenzen in allen Bereichen der Energieversorgung vertrauen.
Wer im Unternehmen Energie sparen und optimieren möchte, der erhält weitere Informationen unter:

/// **www.westfalenweser.com**

UNTERNEHMENSNACHFOLGE IM MITTELSTAND

Frühzeitig planen und finanzielle Risiken begrenzen

Die Unternehmensnachfolge zählt zu den größten strategischen Herausforderungen für den deutschen Mittelstand. Jedes Jahr stehen tausende kleine und mittlere Unternehmen vor der Frage, wie das eigene Lebenswerk gesichert und in neue Hände übergeben werden kann. Wer die Nachfolge zu spät angeht, riskiert nicht nur wirtschaftliche Einbußen, sondern auch den Verlust von Arbeitsplätzen, regionalem Know-how und gewachsenen Unternehmensstrukturen. Nachfolge ist damit längst kein Randthema mehr, sondern ein zentraler Faktor für die Stabilität der deutschen Wirtschaft.

Die Komplexität des Nachfolgeprozesses ist hoch. Rechtliche, steuerliche, wirtschaftliche und organisatorische Aspekte greifen ineinander. In Familienunternehmen kommen emotionale und generationenübergreifende Fragestellungen hinzu, die den Entscheidungsprozess zusätzlich erschweren. Neben diesen bekannten Herausforderungen rückt ein Aspekt zunehmend in den Vordergrund: die Finanzierung der Unternehmensübernahme.

Demografischer Druck und wachsende Nachfolgelücke

Das neue Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2025 von KfW Research macht deutlich, dass die Nachfolgeproblematik im deutschen Mittelstand an Dringlichkeit gewinnt. Immer mehr Unternehmer stehen vor der Frage, wie sie ihr Lebenswerk fortführen können: Rund jedes vierte mittelständische Unternehmen denkt inzwischen im Fall des Ausscheidens der Senior-Generation über eine Geschäftsaufgabe nach. Hochgerechnet bedeutet dies bis Ende 2029 jährlich etwa 114.000 Unternehmen, die ohne Nachfolgelösung schließen könnten.

Gleichzeitig planen zahlreiche Unternehmen aktiv ihre Übergabe – jährlich rund 109.000 – doch die finanzielle Dimension stellt eine wachsende Herausforderung dar: Die Kaufpreisvorstellungen sind seit 2019 um etwa ein Drittel gestiegen und liegen mit durchschnittlich rund 499.000 Euro klar über der Inflation. Hinzu kommt, dass die Inhaber immer älter werden; mehr als die Hälfte sind 55 Jahre oder älter. Bürokratische Hürden und mangelndes Interesse der nächsten Generation erschweren die Nachfolge zusätzlich. Die Studie verdeutlicht damit eindrucksvoll, dass strukturelle und finanzielle Faktoren entscheidend sind und dass eine frühzeitige, systematische Vorbereitung unerlässlich ist, um tragfähige Übergabelösungen zu sichern.



Johannes Müller, Inhaber der Johannes Müller Wirtschaftsberatung

Finanzielle Risiken als zentrale Hürde

Unabhängig vom Nachfolgemodell zeigt sich in der Praxis immer wieder: Das finanzielle Risiko stellt für potenzielle Nachfolger eine der größten Hürden dar. Kaufpreise, Investitionen, Betriebsmittelbedarf und häufig fehlende bankübliche Sicherheiten erschweren die Finanzierung erheblich. Studien bestätigen, dass genau diese Faktoren die größte Barriere für Existenzgründungen durch Übernahme darstellen.

Vor diesem Hintergrund gewinnen öffentliche Förderinstrumente an Bedeutung, die gezielt auf Nachfolgesituationen zugeschnitten sind. Ein zentrales Element ist die sogenannte Nachfolge-Bürgschaft der Bürgschaftsbanken.

Die Nachfolge-Bürgschaft als finanzpolitisches Instrument

Ein zentrales Finanzierungsinstrument für Unternehmensnachfolger sind Nachfolge-Bürgschaften. Sie setzen dort an, wo klassische Finanzierungslösungen oft an ihre Grenzen stoßen: fehlende Sicherheiten und hohe persönliche Haftungsrisiken erschweren vielen Übernahmen den Weg. Ein Beispiel aus der Praxis bietet die Bürgschaftsbank NRW, die Ausfallbürgschaften für Hausbank- oder Förderdarlehen gewährt. Diese Bürgschaften ersetzen fehlende Sicherheiten und reduzieren das persönliche Risiko der Nachfolger deutlich.

Förderfähig sind dabei unterschiedliche Nachfolgeszenarien – von Betriebsübernahmen durch Anteilskäufe oder Asset-Deals über den Erwerb von Firmenwerten bis hin zu ergänzenden Investitionen oder vorhabensbezogenen Betriebsmitteln. Die Bürgschaften decken in der Regel zwischen 50 und 80 Prozent der Kreditsumme ab, bei einem maximalen Bürgschaftsvolumen von bis zu 2 Millionen Euro. Besonders interessant ist die Möglichkeit, die persönliche Haftung zu begrenzen: Bei haftungsbeschränkten Gesellschaftsformen kann sie auf 20 Prozent der verbürgten Summe reduziert werden, sodass das finanzielle Risiko kalkulierbar bleibt, ohne die Verantwortung der Nachfolger vollständig aufzulösen.

Kombination mit Förderkrediten

In Verbindung mit dem ERP-Förderkredit Gründung und Nachfolge lassen sich Nachfolgesituationen noch tragfähiger gestalten. Dieser Kredit bietet langfristige Laufzeiten, tilgungsfreie Anlaufjahre und eine vollständige Risikoentlastung der Hausbanken durch die Bürgschaftsbanken. Für Unternehmensnachfolger entstehen so günstigere Finanzierungskonditionen und mehr Planungssicherheit, insbesondere in den ersten Jahren nach der Übernahme.

Praxisbeispiele zeigen: Durch die Kombination von Eigenmitteln, Förderkrediten und Bürgschaften lassen sich auch komplexe Nachfolgesituationen realistisch umsetzen – selbst, wenn nur begrenzte Sicherheiten vorhanden sind.

Nachfolge als wirtschaftliche Zukunftsfrage

Unternehmensnachfolge ist längst eine gesamtwirtschaftliche Aufgabe. Frühzeitige Planung, realistische Bewertungen und passgenaue Finanzierungsinstrumente sind entscheidend, um Wertschöpfung, Arbeitsplätze und Innovationsfähigkeit zu sichern. Richtig gestaltet, bietet Nachfolge nicht nur Kontinuität, sondern auch Chancen zur Erneuerung.

Die Johannes Müller Wirtschaftsberatung (BDU) begleitet seit vielen Jahren Unternehmensnachfolgen im Mittelstand, engagiert sich in Fachveranstaltungen und ist seit langem Teil der IHK-Nachfolgeberatung. Die Beratungspraxis zeigt dabei immer wieder, dass erfolgreiche Übergaben dort gelingen, wo strategische, wirtschaftliche und finanzielle Fragen frühzeitig und strukturiert zusammengeführt werden.

/// **www.mueller-beratung.de**



KOSTEN SENKEN, EFFIZIENZ STEIGERN, MARKTPOTENZIALE HEBEN

Wie Sie Ihren Betrieb nachhaltig stärken

Die Bedeutung einer nachhaltigen Aufstellung für den deutschen Mittelstand nimmt zu: Fast zwei von drei Unternehmen und Betrieben denken bereits intensiv darüber nach. Viele setzen auf nachhaltige Technologien und Prozesse und investieren damit direkt in ihre Wettbewerbsfähigkeit.



Warum? Angesichts steigender Kosten machen sich Einsparungen und Effizienzsteigerungen durch nachhaltige Investitionen zunehmend bemerkbar. Gleichzeitig erhöht sich der Aufwand für viele Unternehmen. So müssen infolge neuer EU-Richtlinien vermehrt auch kleinere und mittlere Zulieferer Nachhaltigkeitsstandards nachweisen, wenn sie Teil der Wertschöpfungsketten großer Unternehmen bleiben oder werden wollen. Wer das nicht kann, fällt im Wettbewerb zurück. Diese Entwicklung lässt sich nicht stoppen, wohl aber für das eigene Unternehmen nutzen.

So gelingt Ihre Transformation.

Investitionen in die ökologische und soziale Transformation tragen zunehmend zum unternehmerischen Erfolg bei: Sie stärken Ihr Image als Auftragnehmer ebenso wie als Arbeitgeber, bringen Sie im Wettbewerb um Aufträge und Personal langfristig voran und verbessern den Zugang zu Finanzierungen. Wichtig ist, die Transformation Schritt für Schritt anzugehen. Weil Sie im Geschäftsalltag schon genug zu tun haben, unterstützen und begleiten wir Sie professionell dabei.

Nehmen Sie Ihre Zukunft jetzt mit uns in die Hand.

Die Sparkasse ist mit den Anforderungen von Transformation vertraut: Nachhaltigkeit zählt zu den Eckpfeilern unseres Selbstverständnisses – besonders bei der Unterstützung der Betriebe vor Ort. Als Deutschlands größter Mittelstandsfinanzierer setzen wir auf ganzheitliche Unterstützung und Begleitung. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden speziell dafür weitergebildet. Mit ihnen steht die Sparkasse als kompetente und verlässliche Partnerin an Ihrer Seite, um die Transformation Ihres Betriebes gemeinsam voranzubringen.

Nutzen Sie die Chancen einer nachhaltigeren Aufstellung für Ihren Betrieb und halten Sie ihn wettbewerbsfähig, innovativ und zukunftssicher.

/// www.sparkasse-bielefeld.de

Foto: Sparkasse Bielefeld

WEST-UNTERNEHMENSFORUM 2026

Förderchancen nutzen und Investitionen strategisch planen

Förderprogramme sind für viele Betriebe ein Hebel, um Investitionen schneller umzusetzen und Projekte zu starten – wenn die passenden Instrumente frühzeitig identifiziert werden.

Beim Unternehmensforum 2026 der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft Steinfurt (WESt mbH) steht deshalb der Praxisnutzen im Mittelpunkt. Die Veranstaltung findet am Donnerstag, 5. März 2026, von 16 bis 19 Uhr bei der Wilken Software Group in Greven (Elly-Beinhorn-Straße 5) statt. Angesprochen sind Fach- und Führungskräfte, die Investitionsvorhaben planen oder Fördermöglichkeiten prüfen möchten. Eröffnet wird das Forum mit Grußworten von Landrat Dr. Martin Sommer sowie Gabriela Pantring, Vorstandsvorsitzende der NRW.BANK. In der Keynote „Zeitenwende in der Weltwirtschaft und der deutsche Mittelstand“ ordnet Prof. Dr. Manuel Rupprecht (FH Münster) die Rahmenbedingungen für Investitionsentscheidungen ein. Anschließend geben Expertinnen und Experten der NRW.BANK und der WESt Einblicke in Programme und zeigen, welche Zuschüsse, Kredite und Unterstützungsangebote je nach Projektart in Frage kommen.

/// **www.westmbh.de/unternehmensforum-2026/**



FORMDREI

Vom klassischen Messebauer zum Full-Service-Partner

Seit 40 Jahren steht formdrei aus Bielefeld für individuelle Messe- und Markenauftritte. Was 1985 als Drei-Mann-Betrieb begann, ist heute ein Full-Service-Anbieter mit 53 festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das Leistungsspektrum reicht von Konzeption und Design über Produktion, Logistik und Montage bis hin zu digitalen und modularen Lösungen für Messen, Showrooms und Events.



Planung, Visualisierung, Umsetzung: formdrei verbindet digitales Know-how mit kreativem Messebau.

Gründer und Geschäftsführer Armin Hollensteiner hat den Wandel der Branche von Anfang an begleitet. „Als wir gestartet sind, gab es weder Internet noch digitale Planungstools. Vieles war persönlicher, aber auch deutlich langsamer“, erinnert er sich. Heute möchte er die technischen Möglichkeiten nicht mehr missen – vor allem, wenn es um effiziente Prozesse und passgenaue Kundenlösungen geht.

Hollensteiners Begeisterung für den Messebau entstand früh. Als grafischer Zeichner kam er erstmals mit Messegestaltung in Berührung. „Die Verbindung von Kreativität, Handwerk und direktem Kundenkontakt hat mich sofort fasziniert.“ Ein wichtiger Meilenstein war 1999 der Umzug in neue Geschäftsräume – für ihn der Start in eine neue unternehmerische Ära.

In vier Jahrzehnten haben sich Formate, Technologien und Anforderungen stark verändert. „Unsere Arbeit hat sich kontinuierlich den Bedürfnissen unserer Kunden angepasst“, betont Hollensteiner. Während früher Allrounder gefragt waren, setzt formdrei heute auf spezialisierte Teams, enge Abstimmung und gezielte Weiterbildung.

Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und steigende Kosten stellen die Branche vor Herausforderungen – bieten aber auch Chancen. „Wer seine Hausaufgaben macht, kann daraus echten Mehrwert entwickeln“, so Hollensteiner. Für die Zukunft sieht er wachsende Bedeutung in Hausmessen, Showrooms und spezialisierten Events. Eines bleibt dabei unverändert: „Unsere Branche lebt vom Wunsch nach persönlichen Kontakten – und den kann die digitale Welt nicht ersetzen.“

formdrei hat sich als zuverlässiger Partner etabliert, der auf individuelle Kundenwünsche eingeht und kreative Raumkonzepte verwirklicht – weit über den Messebau hinaus.

/// **www.formdrei.de**

Foto: formdrei

BAUMESSE RHEDA-WIEDENBRÜCK 2026

28.117 Besucher informieren sich im A2 Forum

Die Baumesse Rheda-Wiedenbrück hat 2026 an den Erfolg des Vorjahres angeknüpft: 220 Aussteller und 28.117 Besucher kamen an drei Messetagen ins A2 Forum.

Im Mittelpunkt standen Lösungen rund um Bauen, Wohnen, Renovieren und Energiesparen – mit einem spürbaren Schwerpunkt auf Energiethemen.

Breites Angebot – starker Fokus auf Energie und Effizienz

Viele Aussteller kamen aus dem Energiebereich und informierten über aktuelle Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs. Themen wie Photovoltaik, Wärmepumpen und weitere Energiesparlösungen wurden besonders stark nachgefragt – auch im Kontext der Energiewende. Daneben waren Aussteller aus dem Möbelhandel, dem Garten- und Landschaftsbau, dem Installationshandwerk sowie von Fußbodenspezialisten und Inneneinrichtern vertreten.

Eröffnung mit kommunaler Präsenz

Die Messe startete am Freitagmorgen mit einer offiziellen Eröffnungsfeier und einem Messerundgang. Zur Eröffnung reisten mehrere Bürgermeister aus dem Kreis Gütersloh sowie Landrätin Ina Laukötter an – ein Signal für die regionale Bedeutung des Formats als Informations- und Kontaktplattform für Bau- und Modernisierungsvorhaben.

Vorträge als Zusatznutzen für Bauherren und Sanierer

Neben den Messeständen nutzten viele Besucher das kostenlose Vortragsprogramm. Auf dem Plan standen unter anderem Themen wie Badsanierung, Energie clever managen, die Wirtschaftlichkeit von Photovoltaik-Anlagen sowie Dämmstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen. Damit unterstrich die Messe ihren Charakter als praxisnahe Orientierungshilfe für private und gewerbliche Modernisierungsentscheidungen.

Gewinnspiel bleibt Publikumsmagnet

Wie bereits im Vorjahr war auch 2026 die Baumesse-Losbox ein stark frequentierter Anlaufpunkt. Im Rahmen des Gewinnspiels der Messesaison kann als Hauptpreis ein Mitsubishi Colt gewonnen werden.

Ausblick: Termin für 2027 steht

Die nächste Baumesse Rheda-Wiedenbrück ist bereits terminiert: 12. bis 14. Februar 2027.

/// **www.baumesse.de/rheda-wiedenbrueck**





Bild generiert mit SORA AI

TEAM4MEDIA

Lass die Puppen tanzen – Vertriebs-Marketing mit Social Media

Wie Unternehmen Social Media messbar, zielorientiert und wirksam zur Vertriebsunterstützung einsetzen – und warum ein klarer Plan den Unterschied macht.

Social Media ist längst kein Spielplatz für Likes mehr. Richtig eingesetzt, wird es zum belastbaren Werkzeug für die vertriebsunterstützende Marketing- und Unternehmenskommunikation. Doch zwischen Postings „nach Bauchgefühl“ und systematischer Auftraggewinnung liegen Welten. Unternehmen, die Social Media messbar und konsistent einsetzen wollen, brauchen Struktur, Klarheit über Ziele und einen Partner, der Strategie und Kreativität zusammenbringt – so wie team4media.

Von Reichweite zu Relevanz: die richtige Erwartungshaltung

Der häufigste Fehler: Social Media wird als kurzfristiger Vertriebskanal verstanden. Das führt zu Frust, Aktionismus und inhaltlicher Beliebigkeit. Erfolgreiche Unternehmen denken anders. Sie nutzen Social Media als verlängerter Arm des Vertriebs, nicht als Ersatz. Ziel ist es, Sichtbarkeit in relevanten Zielgruppen aufzubauen, Vertrauen zu schaffen und qualifizierte Kontakte systematisch in den Sales-Funnel zu führen.

Oder, wie es Lasse ter Veen, Projektmanager, Kommunikations-Manager und Social-Media-Experte bei team-4media, auf den Punkt bringt: „Social Media verkauft nicht über Nacht. Aber es bereitet Entscheidungen vor – messbar, wiederholbar und skalierbar.“

Die Voraussetzungen: Ohne Fundament kein Ergebnis

Bevor der erste Beitrag online geht, müssen einige grundlegende Fragen beantwortet sein. Wer diese Phase überspringt, produziert Content ohne Wirkung.

Zentral ist eine klare Zieldefinition. Geht es um Leadgenerierung, Terminvereinbarungen, Employer Branding mit Vertriebsbezug oder um die Positionierung als Problemlöser in einer bestimmten Branche? Daraus leiten sich Zielgruppen, Plattformen und Inhalte ab.

Ebenso wichtig ist die interne Bereitschaft. Social Media funktioniert nur, wenn es als kontinuierlicher Prozess verstanden wird. Ein Redaktionsplan ersetzt Spontanität, ein abgestimmtes Wording ersetzt Zufall. Konsistenz schlägt Kreativ-Feuerwerk.

Inhalt schlägt Kanal: Was wirklich funktioniert

Die Plattform ist nie der Ausgangspunkt. Entscheidend ist die Frage, welche Themen für potenzielle Kunden relevant sind – entlang ihrer Entscheidungsreise. Erfolg-

Fotos: team4media

team4media ist eine etablierte Full-Service-Werbeagentur aus Osnabrück mit den Schwerpunkten Web, Print, Messe und Film/Video.

team4media macht Marken sichtbarer, stärker und erfolgreicher – mit durchdachtem Design, klarer Strategie und hochwertiger Umsetzung. Ob Website, Corporate Design, Video-Content oder Social Media – Erfahren. Engagiert. Ergebnisorientiert.



reicher Content erklärt, ordnet ein, zeigt Lösungen und macht Kompetenz sichtbar, ohne plump zu werben.
Gerade im B2B-Umfeld bewähren sich Formate, die Nähe und Expertise kombinieren: Projekt-Einblicke, kurze Fachimpulse, klare Positionierungen, reale Use Cases. Menschen kaufen von Menschen – auch im Unternehmenskontext. Lasse ter Veen formuliert es so: „Authentizität ist kein Buzzword. Sie entscheidet darüber, ob Inhalte als hilfreich wahrgenommen werden oder als Werbung ignoriert werden."

Messbarkeit statt Bauchgefühl

Vertriebsunterstützendes Social Media braucht Kennzahlen, die über Likes hinausgehen. Reichweite ist relevant, aber erst Interaktionen, Klicks, qualifizierte Anfragen und Conversion-Raten zeigen, ob Maßnahmen wirken.
Professionelle Setups verknüpfen Social Media mit Website-Tracking, CRM-Systemen und klar definierten Conversion-Zielen. So wird sichtbar, welche Inhalte Kontakte anstoßen, welche Kanäle performen und wo Budgets sinnvoll investiert sind. Genau hier trennt sich ambitioniertes Marketing von wirksamem Marketing.

Die Rolle des Dienstleisters: Struktur, Kreativität, Verlässlichkeit

Viele Unternehmen scheitern nicht an Ideen, sondern an Umsetzung und Kontinuität. Ein erfahrener Dienstleister sorgt für strategische Klarheit, professionelle Inhalte und saubere Prozesse. Entscheidend ist dabei nicht Lautstärke, sondern Präzision.
team4media positioniert sich genau an dieser Schnittstelle. Die Agentur verbindet strategisches Denken mit kreativer Umsetzung und legt besonderen Wert auf Messbarkeit und Zielorientierung. Für Kunden bedeutet das: keine Kampagnen aus dem Bauch heraus, sondern Social-Media-Kommunikation, die den Vertrieb gezielt unterstützt.

Fazit: Wenn Social Media, dann mit Plan – und richtig

Social Media kann ein wirksames Instrument zur Auftrags- und Kundengewinnung sein. Aber nur dann, wenn es konsistent, authentisch, messbar und vor allem zielorientiert eingesetzt wird. Ohne klare Strategie bleibt es Beschäftigungstherapie. Mit einem durchdachten Konzept wird es zum festen Bestandteil moderner Vertriebsarbeit. Oder anders gesagt: Lass die Puppen tanzen – aber nach Choreografie, nicht nach Zufall.

Sie möchten persönlich über die Möglichkeiten für Ihr Unternehmen sprechen? team4media freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:

/// **www.team4media.net**



FIRMENEVENTS MIT SPASS UND TEAMBUILDING-EFFEKT

Über Minigolf zum maximalen Miteinander

Firmenfeier und Spaß einerseits – gezielte Teambuilding-Maßnahme, um die Identifikation mit dem Betrieb zu fördern, andererseits: Minigolf kann weit mehr sein als „nur“ das Geschicklichkeitsspiel mit kleinem Ball und großer Nervenstärke. Ingo Hoogen organisiert in Wallenhorst bei Osnabrück unterhaltsame Firmenevents, die das Miteinander nachhaltig fördern.

Minigolf ist grundsätzlich eine einfach auszuübende Freizeitbeschäftigung – unabhängig von Alter und Vorkenntnissen. „Über das reine Vergnügen hinaus kann dieser Sport auch der betrieblichen Integration dienen – einfach als amüsantes Firmenevent oder auch als gezielte Teambuilding-Maßnahme“, sagt Ingo Hoogen.

Zusammen mit seinem Kollegen Peter Dettmer betreibt er eine aus zwei 18-Loch-Kursen bestehende Minigolf-Anlage in Wallenhorst und begrüßt dort immer häufiger Unternehmen, die ihre Belegschaften gezielt zu einem außergewöhnlichen Event einladen. Auch wenn der Spaß im Vordergrund steht, entfaltet das Geschicklichkeitsspiel laut Hoogen viele verbindende Elemente.

„Ein großes Plus: Minigolf ist ein niederschwelliges, selbsterklärendes Angebot für gemeinsame Aktivitäten, denn die meisten Menschen haben schon in ihrer Kindheit den Schläger geschwungen“, weiß der Geschäftsmann und Familienvater.

Gerade für Betriebe, die den Teamgeist stärken wollen, eigne es sich deshalb ideal. Die entspannte Betätigung im ländlichen Idyll bildet seiner Meinung nach den perfekten Rahmen, um einander in einem sportlichen Wettbewerb bei größtmöglicher Chancengleichheit näherzukommen.



Ob Firmenfeier, Familienspaß oder Leistungssport: hervorragend gepflegte Minigolfbahnen und eine gute Infrastruktur sorgen für eine nachhaltige Freizeitbeschäftigung.

Professionelle Bedingungen für alle

Ingo Hoogen kennt sämtliche Facetten des „Golf ohne große Wandereinlagen“. So plant, errichtet und saniert er Minigolf-Anlagen europaweit. Zudem handelt er mit Schlägern, Taschen und Aufbewahrungssystemen bis hin zum Profi-Equipment wie maßgeschneiderten Bällen für Leistungssportler.

Ganz gleich, ob es darum geht, Abteilungen zusammenzuführen, die Kontakte zu verbessern oder eher zurückgezogene Mitarbeitende stärker einzubeziehen: Ingo Hoogen kennt viele Spielvarianten und weiß aus langjähriger Erfahrung, wie Spannung und Entspannung beim Minigolf bestmöglich Hand in Hand gehen.

Seit vielen Jahren ist er außerdem erfolgreich als Minigolf-Sportler aktiv, und er legt größten Wert auf höchste Qualität. Seine Anlage im Wallenhorster Nettetal nennt er selbstbewusst „die beste weit und breit! Der Minigolf-Weltverband nimmt die Anlage alle zwei Jahre ab und attestiert ihr regelmäßig den bestmöglichen Status. Auch der Deutsche Minigolfsport Verband hat hier bereits zwei nationale Meisterschaften austragen lassen. So profitieren auch alle Amateure von absolut professionellen Bedingungen!“

Bahnen und Umfeld stets im 1-A-Zustand

Die beiden Anlagen mit jeweils 18 Betonbahnen werden vom örtlichen Verein für Bahnengolf (VfB Osnabrück e.

Fotos: : M&G Minigolf



Kurze Wege, perfekte Bedingungen: Die Minigolfanlage i Nettetal eignet sich ideal auch für Firmenevents.



Idyllisch im Nettetal zwischen Osnabrück und Wallenhorst gelegen, lädt der Minigolfplatz zu Team-Building-Maßnahmen wie auch zu sportlichen Wettbewerben oder einfach zum Entspannen ein.

V.) bespielt, bundesweit einer der erfolgreichsten Minigolf-Vereine der letzten Jahre. Auch diese Tatsache bestätigt das professionelle Niveau. So werden die jeweils 12 Meter langen Bahnen und das Umfeld für einen 1-A-Zustand stets penibel instandgehalten.

Trotz der Hanglage mit ihrer reizvollen Ausstrahlung im malerischen Nettetal ist die Nutzung der Anlage barrierearm. Die Treppen lassen sich leicht umgehen bzw. umfahren. Alle Bahnen sind auch für Rollstuhlfahrende und Eltern mit Kinderwagen auf den 1,2 Meter breiten Wegen gut erreichbar.

Hinzu kommen die ruhige Lage und die gute Infrastruktur mit einem komfortablen Parkplatzangebot, den örtlichen Toiletten und nicht zuletzt dem schnell erreichbaren Kiosk.

Leistungspakete mit reichhaltiger Verpflegung

Das vielfältige Angebot umfasst allerlei kühle Genüsse, wie beispielsweise Limonaden von Fritz Kola, Säfte von Lütts Landlust, Biere von BrewDog und anderen Premiummarken sowie Prosecco von Scavi & Ray.

Für private sowie betriebliche Events hat Ingo Hoogen zwei verschiedene Leistungspakete geschnürt. Beide beinhalten das Minigolfen mit unbegrenzter Anzahl an Spielrunden und freien Getränken. Die Grundvariante kostet 25 € pro Person.

Das zweite Leistungspaket für 35 € pro Person ist um ein Speisenangebot aus Pizzen und Flammkuchen erweitert. Auch hier zählt Qualität: „Wir haben nicht irgendeine Supermarkt-Tiefkühlpizza, sondern ein hochwertiges Produkt, mit italienischer Finesse zubereitet! Und wie bei den Getränken liefern wir auch hier so lange, bis alle Teilnehmenden wunschlos glücklich sind“, verspricht Ingo Hoogen.

Die Buchung ist denkbar einfach, ob per Telefon oder E-Mail: „Wer sein Teambuilding- bzw. Firmenevent bei uns durchführen möchte, braucht nur aus den beiden Gesamtpaketen zu wählen sowie den Termin und die Personenzahl anzugeben. Alles Weitere organisieren wir auf Wunsch von A bis Z. Alle Beteiligten können sich ganz auf Minigolf konzentrieren – und entspannen.“

Der kleinere der beiden Kurse ist vom sonstigen Spielbetrieb räumlich abgetrennt und für Firmenfeiern exklusiv mietbar. Die Saison für die Minigolf-Events erstreckt sich – ähnlich wie bei der Faustformel für Sommerreifen – von Ostern bis Oktober. Auf Anfrage sind darüber hinaus je nach Wetterverhältnissen auch Extra-Events möglich.

Weitere Infos:

/// **www.minigolf-nettetal.de**
/// **www.mg-minigolf.com**





GRÖPPER IT-SYSTEMTECHNIK GMBH

Sie tragen die Verantwortung, aber haben Sie auch die Kontrolle?

IT-Sicherheit ist heute keine rein technische Frage mehr. Sie betrifft unmittelbar die Geschäftsführung: Datenschutz, Ausfallsicherheit, gesetzliche Anforderungen und die wirtschaftlichen Folgen von Cyberangriffen lassen sich nicht einfach abgeben. Auch dann nicht, wenn eine interne IT vorhanden ist oder externe Dienstleister eingebunden sind. Die Verantwortung bleibt, unabhängig davon, wie Zuständigkeiten im Alltag geregelt sind.

Viele mittelständische Unternehmen kennen diese typische Situation. Im Tagesgeschäft funktioniert die IT. E-Mails laufen, zentrale Anwendungen sind stabil, Produktions- oder Verwaltungsprozesse stehen nicht still. Größere Störungen bleiben aus. Auf den ersten Blick scheint alles in Ordnung. Genau dieses Bild sorgt jedoch häufig dafür, dass IT-Sicherheit kein aktives Thema ist.

Gleichzeitig fehlt in vielen Unternehmen eine belastbare Einschätzung, wie sicher die eigene IT tatsächlich aufgestellt ist. Welche Systeme sind geschäftskritisch? Wo bestehen Abhängigkeiten, die im Ernstfall problematisch werden können? Und welche Maßnahmen würden die Sicherheit wirklich erhöhen, statt lediglich Aufwand, Komplexität oder Kosten zu verursachen? Ohne klare Antworten auf diese Fragen bleibt IT-Sicherheit schwer greifbar und Entscheidungen werden zur Herausforderung.

Genau hier entsteht ein Spannungsfeld. Risiken entwickeln sich selten offen sichtbar. Veraltete Systeme, fehlende Updates, historisch gewachsene Strukturen oder nicht dokumentierte Schnittstellen fallen im Alltag kaum auf. Sie wirken unauffällig und stabil, bis sie es nicht mehr sind. Sichtbar werden sie häufig erst dann, wenn Prozesse ausfallen, Sicherheitsvorfälle auftreten oder externe Anforderungen geprüft werden. In diesen Situationen bleibt wenig Zeit, um strukturiert und überlegt zu entscheiden.



Für die Geschäftsführung verschärft sich diese Lage zusätzlich durch die Frage der Haftung. Gesetzliche Vorgaben wie Datenschutz- und Sicherheitsanforderungen übertragen die Verantwortung ausdrücklich auf die Unternehmensleitung. Im Ernstfall zählt nicht, ob Aufgaben delegiert oder ausgelagert wurden. Entscheidend ist, ob Risiken bekannt waren, bewertet wurden und ob nachvollziehbare Entscheidungen getroffen wurden. Wer den eigenen IT-Status nicht einordnen kann, trägt damit ein persönliches und unternehmerisches Risiko, unabhängig davon, ob es bereits zu einem Vorfall gekommen ist.

Hinzu kommt, dass IT-Sicherheit für viele Entscheider schwer zu bewerten ist. Der Markt ist unübersichtlich, Begriffe sind technisch, gesetzliche Vorgaben komplex und Lösungsansätze kaum vergleichbar. Es ist nicht leicht zu unterscheiden, was tatsächlich notwendig ist und wo Maßnahmen eher der formalen Absicherung dienen als einem realen Sicherheitsgewinn. Entscheidungen werden dadurch häufig vertagt oder aus dem Bauch heraus getroffen. Investitionen erfolgen punktuell oder werden ganz vermieden, weil eine klare Entscheidungsgrundlage fehlt.

Dabei ist IT-Sicherheit weder ein Produkt, das man einmal einkauft, noch ein Projekt mit festem Endpunkt. Sie ist ein fortlaufender Managementprozess. Wer Verantwortung trägt, muss in der Lage sein, den eigenen Status realistisch einzuordnen. Der erste und wichtigste Schritt ist dabei nicht Technik, sondern Klarheit. Nur wer weiß, wie die eigene IT strukturiert ist, wo Schwachstellen bestehen und welche Risiken relevant sind, kann Prioritäten setzen und fundierte Entscheidungen treffen. Nicht aus Angst, sondern aus Kontrolle heraus.

Genau hier setzt die Initiative M-IT Sicherheit OWL an. Sie richtet sich an mittelständische Unternehmen in Ostwestfalen-Lippe, die IT-Sicherheit nicht dem Zufall überlassen wollen. Ziel ist es, den aktuellen Stand der IT nachvollziehbar einzuordnen, Risiken sichtbar zu machen und eine realistische Entscheidungsgrundlage zu schaffen. Nicht mit dem Anspruch, alles sofort zu verändern, sondern mit einem klaren Blick auf das, was für das jeweilige Unternehmen wirklich relevant ist.

Getragen wird die Initiative von der Gröpper IT-Systemtechnik GmbH. Seit Jahrzehnten arbeitet das Unternehmen mit mittelständischen Unternehmen in der Region zusammen. Diese Erfahrung aus der täglichen Praxis prägt den Ansatz von M-IT Sicherheit OWL. Technische Fragestellungen betrachtet die Gröpper IT nicht isoliert, sondern ordnet sie konsequent in ihre organisatorischen und wirtschaftlichen Auswirkungen ein. Im Fokus stehen Verständlichkeit, klare Prioritäten und realistische Bewertungen, nicht technische Detailtiefe.

IT-Sicherheit sollte kein Thema sein, das erst dann Aufmerksamkeit bekommt, wenn es kritisch wird. Wer frühzeitig Klarheit schafft, gewinnt Handlungsspielraum, Entscheidungsfähigkeit und Sicherheit zurück. M-IT Sicherheit OWL versteht sich als strukturierter Einstieg, um IT-Sicherheit planbar, nachvollziehbar und steuerbar anzugehen.

Wer den eigenen Standpunkt selbst einordnen möchte, kann dies über ein neutrales IT-Sicherheits-Checkquiz tun, das als erster Orientierungsrahmen dient:

/// www.groepper-it.de/m-it

Fotos: Gröpper IT-Systemtechnik GmbH

OBSTKÖRBE RETTEN KEIN UNTERNEHMEN!

Fachkräfte brauchen Klarheit, Kultur und Konsequenz.



Fachkräftemangel ist im Mittelstand längst kein Randthema mehr, sondern ein Engpass, der Aufträge, Wachstum und Innovationsfähigkeit direkt begrenzt. Viele Betriebe reagieren darauf mit immer größeren Benefit-Paketen – und treffen damit den Nerv der Zeit nur teilweise. Denn wer heute gewinnen will, muss mehr liefern als eine lange Liste an Extras: Klarheit im Angebot, eine Kultur, die im Alltag trägt, und Konsequenz in Recruiting, Onboarding und Führung.

Dass Benefits zum Standard geworden sind, lässt sich inzwischen messen. Eine große Auswertung von Online-Stellenanzeigen zeigt: Seit 2019 ist die Zahl der in Anzeigen genannten Zusatzleistungen pro Stelle im Schnitt von 3,6 auf 9,6 gestiegen – nahezu eine Verdreifachung. Gleichzeitig ist der Anteil der Stellenanzeigen ohne Benefits deutlich gesunken. Der Wettbewerb um Personal wird damit sichtbarer und vergleichbarer: Bewerbende können Angebote schneller einordnen, und Unternehmen müssen präziser erklären, was sie wirklich bieten.

Doch genau an dieser Stelle kippt die Diskussion häufig. Denn wenn „attraktive Benefits“ überall stehen, ist das kein Differenzierungsmerkmal mehr. Roman Wink, Arbeitsmarktexperte der Bertelsmann Stiftung, bringt es in einer Auswertung auf den Punkt: „Warme Worte über ein ‚gutes Betriebsklima‘ und eine ‚Duz-Kultur‘ zeigen längst keine Wirkung mehr.“ Wer Fachkräfte sucht, müsse ein überzeugendes Benefit-Paket schnüren. Das stimmt – und es greift zu kurz. Denn selbst ein gutes Paket hilft wenig, wenn Rollen unklar sind, Entscheidungen trödeln, Einarbeitung dem Zufall überlassen bleibt oder Führung im Alltag nicht zu den eigenen Ansprüchen passt. Ein Obstkorb kann ein nettes Signal sein. Er ersetzt aber kein funktionierendes System.

Zahlen, die den Druck erklären

Die Dynamik ist nicht nur gefühlt. Für die Auswertung wurden laut Bertelsmann Stiftung rund 34 Millionen Online-Stellenanzeigen aus den Jahren 2019 bis 2024 analysiert. Der Algorithmus erkennt, welche Zusatzleistungen in den Texten genannt werden. Neben dem deutlichen Anstieg der Anzahl pro Anzeige zeigt die Studie auch, welche Benefits heute den Ton angeben. Ganz oben stehen entgeltähnliche Leistungen; sie werden in etwa zwei Dritteln der Anzeigen genannt. Dazu kommen betriebliche Altersvorsorge, Zuschüsse oder Rabatte. Erst danach folgen Entwicklungsperspektiven wie Mentoring oder Aufstiegsmöglichkeiten. Das ist bemerkenswert, weil Entwicklung früher häufig als Nummer eins

Foto: Press Medien

kommuniziert wurde und inzwischen von den geldwerten Vorteilen überholt wird.

Parallel wachsen flexible Arbeitszeitmodelle in den Standardkatalog hinein. Gleitzeit, Homeoffice oder Vertrauensarbeitszeit werden in rund einem Drittel der Anzeigen erwähnt. In der Praxis heißt das: Wer solche Möglichkeiten anbieten kann, sollte sie klar benennen. Wer sie nicht anbieten kann, braucht eine glaubwürdige Alternative, etwa über Schichtlogik, Planbarkeit und Ausgleich.

Auch Weiterbildung hat in den letzten Jahren deutlich zugelegt. In der Studie werben mittlerweile deutlich mehr Anzeigen mit Fort- und Weiterbildungsangeboten als noch 2019. Das ist ein wichtiger Befund, weil er zeigt: Der Markt reagiert auf den Mangel nicht nur mit Geld, sondern auch mit Qualifizierung. Gleichzeitig bleibt die Frage offen, wie viel davon tatsächlich im Alltag stattfindet – und ob Angebote auch die Gruppen erreichen, die im Betrieb besonders stabilisieren.

Warum „Kultur" plötzlich messbar wird

Der Satz „gutes Arbeitsklima" ist in Anzeigen weiterhin häufig. Er hat nur ein Problem: Er ist nicht überprüfbar. Genau das macht ihn schwach. Kultur wird erst dann attraktiv, wenn sie im Alltag greifbar ist. Aus Sicht von Beschäftigten sind es meist nicht die großen Werteplakate, sondern wiederkehrende Situationen: Werden Ziele klar gemacht? Gibt es verlässliche Entscheidungen? Werden Konflikte zeitnah gelöst? Wird Leistung anerkannt? Ist Kritik möglich, ohne dass es persönlich wird? Wie geht das Unternehmen mit Fehlern um – als Lernmoment oder als Suche nach Schuld?

Hier liegt ein unterschätzter Vorteil des Mittelstands. Viele Unternehmen in OWL, Münster und Osnabrück sind nah an ihren Teams, Führungskräfte kennen den Betrieb, Entscheidungen können schnell getroffen werden. Diese Nähe ist ein Standortvorteil – wenn sie nicht im Tagesstress untergeht. Denn gerade Überstunden und Konflikte, die Beschäftigte als Stressfaktoren nennen, entstehen oft nicht aus „zu wenig Motivation", sondern aus unklaren Prioritäten, aus ständigem Umplanen und aus fehlenden Regeln für die Zusammenarbeit.

Der Benefit-Boom: mehr Geldwertes, weniger Floskeln

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt nicht nur „mehr Benefits", sondern auch eine Verschiebung in der Art der Angebote. In vielen Stellenanzeigen dominieren inzwischen harte, entgeltähnliche Leistungen: Sonderzahlungen, betriebliche Altersvorsorge, Rabatte oder Zuschüsse. Dahinter folgen Benefits, die den Alltag organisieren – etwa flexible Arbeitszeitmodelle oder Regelungen zur Arbeitsorganisation. Weiche Aussagen wie „flache Hierarchien" oder „gutes Arbeitsklima" tauchen zwar weiterhin auf, werden aber seltener als überzeugender Hauptanker eingesetzt.

Aus Unternehmenssicht ist das nachvollziehbar: Geldwerte Vorteile sind schnell verständlich, leicht vergleichbar und signalisieren Wertschätzung. Gleichzeitig haben viele Betriebe gelernt, dass Kulturversprechen ohne Belege austauschbar wirken. Wer „familiär" schreibt, muss auch erklären, wie sich das zeigt: in verlässlichen Schichtplänen, in klaren Ansprechpartnern, in fairen Regeln, in einem respektvollen Umgang mit Fehlern – und nicht nur in einem Foto vom Sommerfest.

Ein kritischer Befund: Benefits sind ungleich verteilt

Die Auswertung der Stellenanzeigen zeigt außerdem, dass nicht alle Beschäftigtengruppen gleichermaßen von der Benefit-Aufrüstung profitieren. Besonders gut ausgebildete Expertinnen und Experten werden in Anzeigen häufiger mit mehr Extras beworben als Helfertätigkeiten. Der Abstand ist in den letzten Jahren größer geworden. Das kann kurzfristig logisch erscheinen, weil Engpassprofile teuer sind. Langfristig ist es riskant: Gerade in Bereichen mit körperlicher Belastung oder hoher Taktung wirken Gesundheit, Planbarkeit und faire Zusatzleistungen besonders stark – und sind zugleich oft weniger sichtbar.

In der Auswertung heißt es: Ausgerechnet dort, wo die körperliche Belastung hoch ist, fehlen häufig gesundheitsfördernde Angebote. Daniel Bensel, Daten-Analyst der Bertelsmann Stiftung, sagt dazu: „Das ist nicht nur ein Signal ungleicher Wertschätzung, sondern zeigt auch strukturelle Benachteiligungen am Arbeitsmarkt."

Was Beschäftigte wirklich wollen: weniger Buzzwords, mehr Substanz

Neben der Frage, was Unternehmen in Anzeigen anbieten, ist entscheidend, was Beschäftigte tatsächlich priorisieren. Eine aktuelle Befragung zu Motivationsfaktoren zeichnet ein klares Bild: Gehalt bleibt der wichtigste Faktor bei Jobwahl und Kündigung. Direkt dahinter folgen Arbeitsklima und Work-Life-Balance. Als häufige Stressoren werden Überstunden und Konflikte genannt – also genau die Punkte, die im Alltag „Kultur" ausmachen, aber selten sauber gesteuert werden.

Auffällig ist auch, dass manche Trendthemen überschätzt werden. Homeoffice spielt eine Rolle, ist aber nicht auto-

matisch der entscheidende Faktor. Viele wünschen sich vor allem planbare Arbeitszeiten und verlässliche Abläufe. Aufstiegsmöglichkeiten werden – je nach Zielgruppe – weniger stark priorisiert als oft angenommen. Für Arbeitgeberkommunikation bedeutet das: Wer nur über Karriere und Kickertisch spricht, verpasst die Basics, die wirklich binden.

Damit schließt sich der Kreis zu dem, was in einem WDR 5 Radio-Interview zum Thema „Wie Arbeit wieder Spaß macht" anklingt: „Spaß" meint nicht Unterhaltung, sondern Energie und Sinn im Arbeitsalltag. Motivation entsteht dort, wo Menschen ihre Stärken einsetzen können, wo sie Gestaltungsspielraum haben, wo sie nicht ständig an Reibungspunkten scheitern – und wo Führung das lebt, was sie predigt. Wer Eigenverantwortung fordert und gleichzeitig in jedem Detail kontrolliert, erzeugt Frust. Der Abstand zwischen Anspruch und Alltag ist einer der schnellsten Wege, Vertrauen zu verlieren – und Vertrauen ist in engen Arbeitsmärkten ein harter Wettbewerbsfaktor.

Klarheit: Wer gesucht wird, muss es selbst verstehen

Der erste Punkt, der in der Praxis sofort wirkt, hat wenig mit Marketing zu tun: Klarheit. Viele Stellenanzeigen sind Wunschzettel. Zehn Anforderungen, fünf „Nice-to-haves", drei Tools – dazu Flexibilität, Belastbarkeit, Teamfähigkeit. Das reduziert den Bewerbermarkt künstlich. Erfolgreiche Unternehmen trennen heute konsequenter zwischen unverzichtbaren Anforderungen und erlernbaren Teilen der Rolle. Gerade bei Engpassprofilen ist das oft der Unterschied zwischen sechs Monaten Vakanz und einer Besetzung, die nach wenigen Wochen produktiv wird.

Klarheit betrifft auch die Erwartungen im Job. Wer sagt, dass die Rolle „selbstständig" arbeitet, muss definieren, welche Entscheidungen tatsächlich vor Ort getroffen werden dürfen. Wer „abwechslungsreich" verspricht, sollte erklären, wie der Arbeitsalltag in der ersten Woche aussieht. Je konkreter das Bild, desto weniger Fehlbesetzungen entstehen – und desto eher fühlen sich auch Quereinsteiger angesprochen.

Gehalt und Transparenz: Potenzial wird verschenkt

Ein weiterer Punkt, der im Recruiting oft unterschätzt wird, ist Gehaltstransparenz. In vielen Stellenanzeigen fehlen konkrete Angaben zur Vergütung. Aus Bewerbersicht ist das ein Zeitfresser: erst Gespräch, dann Zahlen – und am Ende passt es nicht. Aus Unternehmenssicht ist es ein unnötiger Filter, der den Prozess verlängert und Absprünge erhöht. Gerade im regionalen Wettbewerb kann ein klarer Rahmen Vorteile bringen: Gehaltsspannen, Einstiegsstufen, tarifliche Einordnung oder transparente Zuschlagslogik. Das muss nicht die höchste Zahl sein. Es muss nachvollziehbar sein.

Tarifbindung kann hier ein Verstärker sein, weil sie Gehaltsstrukturen sichtbarer macht und gleichzeitig Benefits „automatisch" erklärt, die ansonsten nicht kommuniziert werden. Für nicht tarifgebundene Unternehmen gilt umso mehr: Klarheit entsteht nicht durch Schweigen, sondern durch saubere Darstellung.

Flexibilität richtig übersetzen: Planbarkeit schlägt Showeffekte

Flexibilität ist für viele Bewerbende ein zentrales Thema – aber nicht jede Tätigkeit kann ortsunabhängig arbeiten. In Produktion, Handwerk, Logistik oder Service ist der wichtigste Vorteil häufig Planbarkeit. Wer hier überzeugend sein will, sollte nicht das Homeoffice-Versprechen kopieren, sondern echte Alternativen bieten: verlässliche Schichtpläne, nachvollziehbare Tauschregeln, feste Zeitfenster, klare Pausen- und Ausgleichsregeln. Das sind keine „kleinen" Themen. Sie entscheiden darüber, ob Menschen ihren Alltag organisieren können.

Auch Urlaubstage werden zunehmend als Argument genutzt. Das funktioniert allerdings nur, wenn Urlaub tatsächlich genommen werden kann. Ein Benefit, der in der Praxis an Personalmangel scheitert, wird zum Frustverstärker.

Geschwindigkeit: Recruiting ist ein Wettlauf um Aufmerksamkeit

Viele Betriebe verlieren Kandidatinnen und Kandidaten nicht, weil sie grundsätzlich unattraktiv sind, sondern weil Prozesse zu langsam sind. Terminfindung, Freigaben, „wir melden uns" – in der Zeit liegt das nächste Angebot bereits auf dem Tisch. Geschwindigkeit ist daher kein Aktionismus, sondern Professionalität. Wer innerhalb weniger Tage reagiert, signalisiert Wertschätzung und Organisation. Wer Wochen braucht, sendet das Gegenteil.

Das heißt nicht, dass Auswahl oberflächlich werden muss. Im Gegenteil: Strukturierte, kurze Arbeitsproben und klare Kriterien sind häufig verlässlicher als lange Interviewketten. Sie reduzieren Fehlentscheidungen und geben Bewerbenden ein realistisches Bild. Gerade im Mittelstand ist das ein Vorteil: pragmatisch, schnell, nah an der Praxis.

Foto: Press Medien



Onboarding: Der Moment, in dem sich entscheidet, ob jemand bleibt

Viele Unternehmen investieren Energie in die Einstellung – und verlieren die Person in den ersten Wochen. Dann fehlt ein Ansprechpartner, die IT ist nicht vorbereitet, Aufgaben sind unklar, und Einarbeitung läuft „nebenbei" in einem ohnehin überlasteten Team. Das ist teuer. Denn jede Frühfluktuation kostet nicht nur Recruitingbudget, sondern auch Produktivität und Teamstimmung.

Onboarding braucht daher ein klares Minimalprogramm: Was muss am ersten Tag stehen? Welche Kernaufgaben sollen nach einer Woche sicher sitzen? Wer begleitet die Person? Wer gibt Feedback? Ein Patenmodell funktioniert oft besser als die Erwartung, dass „das Team" es schon richtet. Onboarding ist kein Wohlfühlthema, sondern ein Produktivitätsfaktor.

Kultur: Arbeitsklima entsteht durch Führung im Kleinen

Wenn Studien zeigen, dass Arbeitsklima direkt nach dem Gehalt einer der stärksten Kündigungsgründe ist, dann ist Kultur kein Plakat. Kultur zeigt sich in Alltagssituationen: Wie werden Prioritäten gesetzt? Wie werden Fehler angesprochen? Wie wird mit Konflikten umgegangen? Wie konsequent werden Regeln angewendet?

Hier kommt die Konsequenz ins Spiel. Unternehmen, die Eigenverantwortung wollen, müssen Verantwortung auch aushalten: Entscheidungen delegieren, Leitplanken definieren, Feedback geben – und nicht bei jedem Problem wieder zentralisieren. Gerade in Wachstumsphasen entsteht sonst ein Dauerzustand aus Überstunden und Reibung. Das wiederum ist einer der wichtigsten Stressfaktoren, den Beschäftigte nennen.

Weiterbildung: ein unterschätzter Stabilitätsfaktor

In vielen Stellenanzeigen wird Weiterbildung häufiger genannt als noch vor einigen Jahren. Das ist richtig – und trotzdem bleibt ein Problem: Weiterbildung erreicht nicht alle Gruppen gleichermaßen. Wenn Helfertätigkeiten deutlich seltener Qualifizierungsmöglichkeiten sehen als Expertinnen und Experten, wird die eigene Pipeline kleiner, nicht größer.

Für den Mittelstand liegt hier ein pragmatischer Weg: klare Qualifizierungsstufen, die in sechs bis zwölf Wochen messbar zu mehr Produktivität führen. Nicht als „Seminarangebot", sondern als Lernpfad mit Zeit im Dienstplan, Mentoring und klaren nächsten Schritten. Wer das sauber beschreibt, gewinnt nicht nur Be-

werbende, sondern reduziert auch Abhängigkeiten von einem engen Markt.

Gesundheit und Familie: zwei Felder mit hoher Wirkung – und oft wenig Sichtbarkeit

Gesundheits- und Familienangebote werden in Stellenanzeigen vergleichsweise selten genannt. Dabei wirken sie gerade in belastenden Tätigkeiten stark. Gesundheit muss nicht Fitnessstudio heißen. Ergonomie, Vorsorge, Arbeitsmedizin, Pausenregeln, Rückkehrgespräche, Führungsschulung im Umgang mit Belastung – das sind handfeste Maßnahmen, die Ausfallzeiten reduzieren.

Familienfreundlichkeit ist ebenfalls breiter als der Kita-Zuschuss. Für viele zählt vor allem verlässliche Arbeitszeit, kurzfristige Ausnahmen in Notlagen und Teilzeitmodelle, die nicht zur Sackgasse werden. Wer diese Dinge sauber regelt und fair kommuniziert, schafft Bindung, ohne in einen teuren Wettbewerb um immer neue Extras zu geraten.

Ein Punkt, der in vielen Diskussionen zu kurz kommt, ist die Nutzbarkeit von Benefits. In Stellenanzeigen lassen sich Zusatzleistungen schnell ergänzen, in der Organisation sind sie häufig nicht sauber verankert. Wenn ein Zuschuss zur Altersvorsorge existiert, aber niemand erklären kann, wie er beantragt wird, bleibt er unsichtbar. Wenn Flexibilität versprochen wird, aber Dienstpläne erst am Freitag für Montag entstehen, ist das Versprechen verbrannt. Wenn Weiterbildung angeboten wird, aber Lernzeit ausschließlich „nach Feierabend“ stattfinden soll, wird sie zur Belastung – nicht zur Entwicklung.

Die Daten aus den Stellenanzeigen zeigen zudem, wie sich die Gewichtung verschiebt. Fort- und Weiterbildungsangebote werden deutlich häufiger genannt als noch 2019; in der Studie ist von einem Sprung von einem guten Viertel auf beinahe jede zweite Anzeige die Rede. Gleichzeitig bleiben familienfreundliche Angebote und Gesundheitsleistungen vergleichsweise selten. Familienbenefits tauchen in der Studie nur in einem kleineren Teil der Anzeigen auf – und besonders selten in Helfertätigkeiten. Bei Gesundheitsangeboten ist das Bild ähnlich. Gerade hier liegt eine Chance für mittelständische Betriebe: Wer grundlegende Gesundheits- und Entlastungsangebote ernsthaft etabliert, kann sich in Bereichen abheben, in denen Wettbewerb sonst fast ausschließlich über Geld geführt wird.

Im Alltag zeigt sich der Unterschied oft an scheinbar kleinen Dingen. Ein Beispiel aus schichtnahen Bereichen: Planbarkeit entsteht nicht durch den Satz „flexible Arbeitszeiten“, sondern durch einen Dienstplan, der Wochen im Voraus steht, durch eine faire Tauschlogik und durch verlässliche Ausgleichsregeln. Ein Beispiel aus Büro- und Projektrollen: Eigenverantwortung entsteht nicht durch das Wort, sondern durch klare Entscheidungsrechte und Prioritäten, damit Mitarbeitende nicht jede Kleinigkeit rückkoppeln müssen. In beiden Fällen ist das Ergebnis ähnlich: weniger Reibung, weniger Stress, mehr Leistung – und damit ein Arbeitsalltag, der tatsächlich „Spaß macht“, weil er nicht permanent Energie frisst.

Unternehmen, die ihre Arbeitgeberattraktivität verbessern wollen, tun gut daran, zwei Blickrichtungen zusammenzubringen. Die Stellenanzeige ist das Versprechen nach außen. Der Alltag im Betrieb ist der Beweis nach innen. Zwischen beiden liegt der entscheidende Raum: Prozesse, Führung und Konsequenz. Wer diesen Raum gestaltet, gewinnt nicht nur Bewerbungen, sondern reduziert auch die teuersten Nebenkosten des Fachkräftemangels: Überlast, Fehlzeiten, Qualitätsprobleme und Fluktuation.

Konsequenz: Ein umsetzbarer Fahrplan statt Jahresprogramm

Was folgt daraus für Unternehmen, die nicht zehn HR-Projekte parallel stemmen können? Ein pragmatischer Fahrplan beginnt mit drei Entscheidungen: Erstens, welche Zielgruppen tatsächlich gesucht werden. Zweitens, welches Kernangebot ehrlich und vergleichbar kommuniziert wird. Drittens, welche Führungs- und Prozessstandards im Alltag verbindlich werden.

In den ersten Wochen lohnt es sich, den Recruitingprozess zu straffen: Reaktionszeiten, klare Zuständigkeiten, ein realistisches Rollenprofil, ein transparenter Rahmen zur Vergütung. Parallel sollte ein Onboarding-Standard stehen, der Neuen Orientierung gibt und Teams entlastet. Im dritten Schritt folgt die Stabilisierung: Weiterbildung als Pipeline, Planbarkeit als Flexibilitätsform und ein konsequentes Arbeiten an Überlast und Konflikten.

Das ist der Kern der provokanten Titelzeile: Obstkörbe retten kein Unternehmen. Wer Fachkräfte gewinnen und halten will, braucht Klarheit im Angebot, Kultur im Alltag und Konsequenz in der Umsetzung. Die Betriebe, die das schaffen, werden 2026 nicht plötzlich ohne Fachkräftemangel sein. Aber sie werden planbarer besetzen, stabiler liefern und weniger Energie in Dauerreparaturen verlieren.

/// Text: Peer-Michael Preß



Fachkräfte suchen keinen Job.

Sie suchen Sicherheit, Zugehörigkeit, Sinn und Menschen, die passen. „Bewirb dich jetzt“ erzeugt eventuell ein paar Klicks. Eine authentische Arbeitgebermarke erzeugt ein innerliches Ja. Und wenn dieses Ja im Kopf entsteht, entscheidet sich jemand für euch – nicht für eurer Jobangebot.

Wir entwickeln Arbeitgebermarken, die man nicht nur sieht, sondern spürt.

Freundeskreis®

Freundeskreis · Werbeagentur für Marke, Design und Kampagne: freundeskreis.ms
Marketing | Corporate Design | Webdesign | Onlinemarketing | Social Media | Werbung



MY JOB OWL

Zum 18. Mal: Die my job OWL wird volljährig und feiert das mit spannenden Highlights!

Vom 13. bis 15. März 2026 öffnet die my job OWL ihre Türen im Messezentrum Bad Salzuflen, Halle 20. Zum 18. Mal bringt die größte Jobmesse der Region Unternehmen, Institutionen und Hochschulen mit jungen Menschen, Berufseinsteigern, Jobwechslern sowie Fach- und Führungskräften zusammen. Auf rund 10.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche präsentieren sich über 160 Aussteller aus diversen Branchen mit ihren Ausbildungs- und Jobangeboten.

Neben der Vielzahl an Karrierechancen erwartet die Besucherinnen und Besucher ein vielseitiges Rahmenprogramm. Auf der my job OWL Eventbühne geben erfahrene Speaker wie Eduard Bergmann (orgaMAX) Einblicke in moderne Arbeitszeitmodelle und räumen mit Vorurteilen rund um Teilzeit auf. Thorsten Vogt-Schnier (Zielwerk OWL) thematisiert den erfolgreichen Wiedereinstieg in den Job nach längerer Auszeit. Ergänzt wird das Programm durch neue Impulse, etwa von Hannah Louisa Taron, Karriereberaterin für die Generation Z, sowie Präsentationstrainerin Mimi Baumgart, die praxisnahe Tipps zu Körpersprache im Bewerbungsgespräch vermittelt.

Manche werden sich vielleicht noch an die Black Box vor ein paar Jahren erinnern. Hier konnten sich Bewerbende und Aussteller anonym in Dunkelheit begegnen und kennenlernen. Für die my job OWL wurde das Konzept erneut aufgegriffen und neu interpretiert: „Die Black Box kam damals sehr gut an. Getreu nach dem Motto ‚aus alt, mach neu' ist die Idee der Hidden Stories entstanden. Ein Gespräch im Dunkeln, bei dem Aussteller und Bewerbende aufeinandertreffen, der jeweilige Aussteller allerdings nicht verrät, um welches Unternehmen es sich handelt. Der Fokus liegt allein auf dem Wertekompass. Stimmt der überein, haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, Visitenkarten auszutauschen und sich

Fotos: my job OWL

näher kennenzulernen. Es soll ein Raum für Authentizität geschaffen werden, in dem Persönlichkeit zählt – nicht Perfektion.“ – So Kathrin Schmidt und Victoria Schöning, Projektleiterin und Verantwortliche für PR- und Social Media Marketing. Eine genaue Anleitung sowie den Link zur Bewerbung finden Interessierte unter www.myjob-owl.de.

Erstmals ist die Bundespolizei mit einem sportlichen Mitmachangebot vertreten. Besucherinnen und Besucher können den Sporttest absolvieren, bestehend aus Koordinationsparcours, Pendellauf und einem 12-Minuten-Lauf. Der Test dient ausschließlich zur Übung und Orientierung und kann nicht angerechnet werden.

Auch bewährte Formate kehren zurück: Der EDEKA Talente-Truck bietet ein interaktives 4D-Erlebnis rund um Warenprozesse, während der Kletterpark Schnurstracks mit Aktionen wie Bogenschießen und Teamaufgaben für Abwechslung sorgt. Ebenfalls bereits bekannt ist die Vielseitigkeit des Bundeswehrstandes. In den vergangenen Jahren lockten sie Interessierte mit Attraktionen wie den Panzer oder, einmalig und legendär, den Tornado auf ihren Stand. Für die my job OWL 2026 hat sich das Team der Bundeswehr erneut ins Zeug gelegt, um die verschiedenen Bereiche mittels diverser Exponate zu veranschaulichen. Besucherinnen und Besucher der Messe dürfen unter anderem das Feuerwehrfahrzeug HLF, das Infomobil 12t-Basis sowie den Hubschrauber BO105 bestaunen. Außerdem wird es ein 25qm großes Airtent-Zelt mit der Ausstellung „Neue und Uniformen der Zukunft“ geben.

Ein besonderer Fokus liegt erneut auf der Unterstützung junger Menschen. Fotografin Nadine Marga erstellt an allen drei Messetagen professionelle Bewerbungsfotos. AUBI-plus bietet einen Vortrag zum Thema „Bewerben – aber richtig!“ und Bewerbungschecks an, während Till Hollinderbäumer (Der Möglich Macher) im Rahmen eines Vortrags, Impulse zum Umgang mit Entscheidungsdruck gibt. Ergänzend stellt das Messeteam der my job OWL erstmals eine Webinar-Reihe für Lehrkräfte zum Thema Soft Skills vor.

Auch für die my job OWL 2026 steht Authentizität im Mittelpunkt. Daher hat das my job OWL-Team sich im Vorfeld auf die Suche nach neuen Erfolgsstorys gemacht. Kathrin Schmidt, Projektleiterin der my job OWL berichtet: „wie auch für die vergangene Messe haben wir Aussteller



besucht, die auf unserer Messe ihr „Perfect Match“ gefunden haben. Uns war es wichtig, echte Geschichten zu erzählen, um zu zeigen welchen Einfluss der Besuch der my job OWL haben kann.“ Unter anderem mit dabei ist Kim Laura Bogdanski, die ihre neue Jobperspektive bei dem Unternehmen c-trace gefunden hat: „Auf der my job OWL war ich auf der Suche nach einem neuen Job. Das Team von c-trace war mir auf der Messe direkt sympathisch. Ich bin froh darüber, die my job OWL besucht zu haben. Die ist nämlich nicht nur etwas für Schüler.“ – So die 32-Jährige. Alle Erfolgsgeschichten können Interessierte unter www.myjob-owl.de nachlesen.

Die Messe ist am Freitag von 8:30 bis 13:00 Uhr sowie Samstag und Sonntag von 10:00 bis 16:00 Uhr geöffnet. Der Eintritt beträgt 1 Euro. Weitere Informationen sowie das vollständige Programm finden Interessierte ebenfalls unter...

/// **www.myjob-owl.de**

DENIOS
UMWELTSCHUTZ & SICHERHEIT



FÜR DEN SCHUTZ VON MENSCH UND UMWELT

Wir stehen für Innovationskraft, Kreativität und den Mut, neue Wege zu gehen.
Mit unserem **IDEEALISMUS** schaffen wir Umwelttechnologien, smarte digitale Lösungen und Produkte, die Ressourcen schonen. Immer mit dem Ziel, unsere Umwelt und die Menschen noch besser zu schützen.

Dafür brauchen wir Euch: Menschen mit Ideenreichtum, Wissen und Leidenschaft.

WIR FREUEN UNS AUF DICH | DENIOS.JOBS

HOCHSCHULE OSNABRÜCK

Maschinenbau-Studentin der Hochschule Osnabrück holt EM-Silber im Eisschwimmen

Lisa Holm verbindet Energietechnik, Leistungssport und Engagement für Gaststudierende und Schüler*innen.



Lisa Holm, Studentin der Hochschule Osnabrück zeigt eindrucksvoll, wie sich technisches Studium, Leistungssport und gesellschaftliches Engagement verbinden lassen. Die angehende Maschinenbau-Ingenieurin studiert im dritten Semester mit der Vertiefung Energietechnik und setzt sportliche Maßstäbe im Eisschwimmen.

Begeisterung für Technik – Nachhaltigkeit im Fokus

Schon während der Schulzeit begeisterte sich die 22-Jährige besonders für Mathematik und Physik. Nach ihrem Schulabschluss sammelte sie zunächst praktische Erfahrungen im Prototypenbau eines Unternehmens und erhielt dort Einblicke in Entwicklungsprozesse technischer Produkte. Diese Zeit bestärkte ihren Studien-

Fotos: Lisa Holm privat

wunsch: „Im Prototypenbau habe ich erlebt, wie technische Fragestellungen strukturiert gelöst werden. Genau dieses analytische Denken und das Arbeiten an konkreten Lösungen reizen mich am Maschinenbau besonders“, sagt Lisa Holm.

Für die Vertiefung Energietechnik entschied sie sich bewusst mit Blick auf Zukunftsfragen: „Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind mir persönlich sehr wichtig. Energietechnik ist ein Bereich, in dem wir wirklich etwas bewegen können.“ Besonders Fächer wie Thermodynamik und energietechnische Zusammenhänge motivieren sie, auch wenn das Studium anspruchsvoll sei: „Der Arbeitsaufwand ist hoch, aber ich empfinde das Studium als unglaublich spannend und sinnvoll.“

Leistungssport und anspruchsvolles Studium – eine gute Kombination

Neben dem Studium betreibt die junge Frau Leistungssport auf hohem Niveau. Nach vielen Jahren im Leistungs- und Freiwasserschwimmen – auch beim VfL Osnabrück – entdeckte sie das Eisschwimmen für sich. Bei den Eisschwimm-Europameisterschaften im italienischen Moreno holte sie am 7. Februar das Silber über 1.000 Meter Freistil in ihrer Altersklasse und zeigte auch auf anderen Strecken beachtliche Leistungen. Als nächstes Ziel stehen die Deutschen Meisterschaften Ende Februar im Erzgebirge an. An diesen Ort hat Holm gute Erinnerungen: 2024 ist wurde sie dort dreimal deutsche Meisterin in ihrer Altersklasse und holte zudem einmal Gold und zweimal Silber in der offenen Wertung. Beim letzten Wettkampf im November 2025 am Silbersee hat sie die 250 und 500 Meter sowie 50 Meter Delfin und 1.000 Meter Kraul in der offenen Wertung gewonnen.

Der Leistungssport unterstützt Lisa Holm auch im Studienalltag: „Disziplin, Durchhaltevermögen, gutes Zeitmanagement und Selbstorganisation sind sowohl im Sport als auch im Studium wichtig. Ich trainiere täglich und kombiniere dabei Schwimmen, Eisschwimmen / Eisbaden, Krafttraining und Rennradfahren. Mir ist es wichtig zu zeigen, dass sich ein anspruchsvolles Studium und Leistungssport nicht ausschließen, sondern gegenseitig gut ergänzen können.“



Engagement für Schüler*innen und internationale Gaststudierende

Neben Vorlesungen, Praktika und Sport hinaus engagiert sich die Studentin an der Hochschule Osnabrück: „Ich war ein Jahr in der Fachschaft aktiv und arbeite aktuell als Schülermentorin in der Studienberatung. Dabei ist es mir wichtig, Schüler*innen bei der Studienwahl zu unterstützen und ihnen Orientierung zu geben. Besonders am Herzen liegt mir auch, junge Frauen für ein Studium im Maschinenbau oder in anderen technischen Fächern zu ermutigen.“

Zusätzlich wird Lisa Holm im Sommersemester am „Buddy-Programm“ ihrer Fakultät Ingenieurwissenschaften und Informatik teilnehmen und ausländische Studierende beim Ankommen in Osnabrück begleiten: „Internationalität und Austausch sind mir wichtig – zumal ich selbst plane, im Studium ein Auslandssemester zu absolvieren.“

„Lisa Holm setzt ein starkes Zeichen“

Prof. Dr. Susanne Düchting, Vizepräsidentin der Hochschule Osnabrück für Chancengerechtigkeit und Nachhaltigkeit, freut sich über die beeindruckenden Erfolge der Studentin: „Mit ihrem Werdegang steht Lisa Holm beispielhaft für Leistungsbereitschaft, gesellschaftliches Engagement und Zukunftsorientierung – und setzt ein starkes Zeichen zum Internationalen Tag der Frauen in der Wissenschaft“, sagt die Professorin für Theorie und Geschichte der Produktgestaltung – und ergänzt: „Wir fördern Frauen, damit sie ihr volles Potenzial in Studium und im späteren Beruf entfalten können. Damit entsteht Perspektivenvielfalt, die entscheidend ist für eine inklusive und zukunftsfähige Gesellschaft. Während unsere Strategie durch Auszeichnungen bestätigt wird, erzählt jedes persönliche Gespräch von der Begeisterung für MINT!“

/// **www.hs-osnabrueck.de/iui**

DENIOS

Sicherheit neu denken. Verantwortung übernehmen.

Sicherheit ist für DENIOS mehr als ein Produktversprechen – sie ist Teil der unternehmerischen Haltung. Seit 40 Jahren entwickelt das international tätige Familienunternehmen aus Bad Oeynhausen Lösungen für Umwelt- und Arbeitsschutz.



Ausgezeichnet familienfreundlich: Thomas Wagner und Ramona Werner von DENIOS erhalten die Urkunde von Landrat Ali Doğan (ganz links) und Björn Böker (Geschäftsführer OWL GmbH, ganz rechts)

Fachliche Kompetenz, ein klares Werteverständnis und der Anspruch, Sicherheit weiterzuentwickeln, prägen das Arbeiten bei DENIOS.

Sicherheit als Haltung

Mit dem Leitgedanken der Vision Zero verfolgt DENIOS das Ziel, Arbeitsunfälle und Umweltschäden zu vermeiden. Dieser Anspruch lebt von neuen Ideen, unterschiedlichen Perspektiven und dem gemeinsamen Willen, Lösungen stetig zu verbessern. DENIOS fördert eine Kultur, in der Mitarbeitende Verantwortung übernehmen, mitdenken und Gestaltungsspielräume nutzen können – mit dem Ziel, einen Beitrag zu mehr Sicherheit und Nachhaltigkeit zu leisten.

Lernen und Weiterentwicklung

Weiterentwicklung ist bei DENIOS fest im Arbeitsalltag verankert. Die interne DENIOS Academy bündelt Weiterbildungsangebote, Entwicklungsprogramme und strukturierten Wissenstransfer. Dabei stehen sowohl fachliche Qualifikation als auch persönliche Entwicklung im Fokus – orientiert an Aufgaben, Interessen und individuellen Perspektiven.

Zusammenarbeit über Grenzen hinweg

Als internationales Unternehmen bietet DENIOS zudem Raum für Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg. Dies eröffnet neue individuelle Perspektiven wie Kompetenzen und stärkt das gemeinsame Verständnis für Sicherheit und nachhaltige Lösungen.

Foto links: Sandrine Heß (stork media) | Foto rechts: DENIOS



Team DENIOS auf der my Job: Wer DENIOS kennenlernen will, hat vom 13. bis 15. März auf der my Job OWL in Bad Salzuflen Gelegenheit dazu.

Moderne Rahmenbedingungen

DENIOS bietet Rahmenbedingungen, die modernes Arbeiten ermöglichen und den Alltag unterstützen. Dazu zählen flexible Arbeitszeiten, mobile Arbeitsmöglichkeiten sowie verschiedene Arbeitszeitmodelle – auch für Führungsaufgaben. Ergänzt werden diese durch Angebote wie Ferienbetreuung für Kinder, Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen oder vergünstigte Mahlzeiten in der hauseigenen Kantine. „Sicherheit ist mehr als nur ein sicherer Arbeitsplatz. Wir arbeiten konsequent daran, ein Umfeld zu schaffen, in dem Menschen offen ihre Meinungen austauschen, Fragen stellen und Ideen einbringen“, so Ramona Werner, Personalleiterin bei DENIOS.

Anerkennung und Austausch

Mehrere Auszeichnungen bestätigen diesen Anspruch, darunter die wiederholte Auszeichnung als „Familienfreundliches Unternehmen im Kreis Minden-Lübbecke“ sowie das Siegel „Best Place to Learn“.

DENIOS ist auch in diesem Jahr auf der my job OWL vertreten (Halle 20, Stand E24) und freut sich dort auf den persönlichen Austausch mit potenziellen neuen Mitarbeitenden.

/// **www.denios.de**

Press Medien
Verlag | Druckerei | Agentur

OFFSETDRUCK - Der Allrounder.
DIGITALDRUCK - Der Spezialist.
VEREDELUNGEN - Für das Image!

Fordern Sie jetzt Ihr persönliches Druckangebot an ...

05231 98100-16

BANKEN

Volksbank in Ostwestfalen eG
Kesselbrink 1 33602 Bielefeld
+49 521 544 -0 +49 5242 417 -200
info@volksbankinostwestfalen.de
www.volksbankinostwestfalen.de

EVENT- UND KONGRESSLOCATIONS

Kultur Räume Gütersloh -Stadthalle und Theater-
Friedrichstr. 10 33330 Gütersloh
+49 5241 864 -244 +49 5241 864 -220
info@kultur-räume-gt.de
www.kultur-räume-gt.de

FINANZDIENSTLEISTER

Sparkasse Bielefeld
Schweriner Str. 5 33605 Bielefeld
+49 521 294 -0 +49 521 294 -4000
service@sparkasse-bielefeld.de
www.sparkasse-bielefeld.de

Jetzt Firmenkontakte ab 72,- EUR buchen!

Kontakt: 05231/98100-0 oder info@wirtschaft-regional.net

INFRASTRUKTURDIENSTLEISTUNGEN

Westfalen Weser Energie GmbH & Co. KG
Tegelweg 25 33102 Paderborn
+49 5251 503 -0 +49 5251 5034 -367
info@ww-energie.com
www.westfalenweser.com

IT DIENSTLEISTUNGEN

WORTMANN AG
Bredenhop 20 32609 Hüllhorst
+49 5744 944 -0 +49 5744 944 -430
info@wortmann.de
www.wortmann.de

IT-SYSTEMTECHNIK

Gröpper IT-Systemtechnik GmbH
Josef-Förster-Str. 3 33161 Hövelhof
+49 5257 9389 -0
info@groepper-it.de
www.groepper-it.de

LEITERN

Leitern-Kesting GmbH
Horstweg 59 32657 Lemgo
+49 5261 88092 +49 5261 88591
info@leitern-kesting.de
www.leitern-kesting.de

MESSEBAU

formdrei Messe und Event GmbH
Grafenheider Str. 75 33729 Bielefeld
+49 521 77006 -0 +49 521 7700613
info@formdrei.de
www.formdrei.de

MINIGOLF

Minigolf Nettetal Ingo Hoogen
Nettetal 3 49134 Wallenhorst-Rulle
+49 541 507998 -11
info@minigolf-nettetal.de
www.minigolf-nettetal.de

UMWELTSCHUTZ & SICHERHEIT

DENIOS
UMWELTSCHUTZ & SICHERHEIT

DENIOS SE
Dehmer Str. 54-66 32549 Bad Oeynhausen
+49 5731 753 -0 +49 5731 753 -199
info@denios.de
www.denios.de

UNTERNEHMENSBERATUNG

Johannes Müller
Wirtschaftsberatung (BDU)
Finanzkommunikation und
Unternehmenssteuerung

Johannes Müller Wirtschaftsberatung (BDU)
Holtkampstr. 8 32257 Bünde
+49 5223 131 -44 +49 5223 131 -88
kontakt@mueller-beratung.de
www.mueller-beratung.de

WERBEAGENTUR

team 4 media

team4media GmbH & Co. KG
Lengericher Landstraße 7 49078 Osnabrück
+49 541 33579 -0
info@team4media.net
www.team4media.net

Press Medien
Verlag | Druckerei | Agentur

B2B WERBUNG
PRINT & ONLINE
MARKETINGBERATUNG

terra
IT. MADE IN GERMANY.

WORTMANN AG empfiehlt Windows 11 Pro für Unternehmen

WORTMANN AG - IT Made in Germany

Eine Erfolgsgeschichte aus Ostwestfalen



Unsere Philosophie: IT. Made in Germany

Wir stehen für höchste Qualität und Innovation in der IT. Mit unserer Marke TERRA bieten wir Produkte, die in Deutschland entwickelt und gefertigt werden. Unsere Philosophie basiert auf einer starken Verbindung von Qualität, Nachhaltigkeit und Verantwortung – alles **Made in Germany.** Dies garantiert unseren Kunden zuverlässige, langlebige und leistungsstarke Lösungen.

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Wir betonen unsere Verantwortung gegenüber der deutschen Wirtschaft und Gesellschaft. Durch unsere lokale Produktion sichern wir Arbeitsplätze, leisten unseren Beitrag zur Steuerkraft Deutschlands und setzen auf umweltfreundliche Logistikwege. Wir verstehen uns als Best-Practice-Beispiel für die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland und zeigen, dass sich **Made in Germany** auch in der IT-Branche auszahlt.

Umfassender Service und Partnernetzwerk

TERRA bietet ein eigenes Servicecenter am Produktionsstandort sowie ein Netzwerk von über 1.000 Servicepartnern in Deutschland. Kunden profitieren von schnellen Reparaturen, Wartungsservices und einer hohen Verfügbarkeit von Ersatzteilen. Diese Infrastruktur unterstützt die Marke TERRA besonders im B2B-Bereich, wo Zuverlässigkeit und langfristige Partnerschaften entscheidend sind.



Händler finden!

WORTMANN AG
IT. MADE IN GERMANY.

Wortmann AG | Bredenhop 20 | 32609 Hüllhorst | www.wortmann.de