/ WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS MAGAZIN FÜR UNTERNEHMER*INNEN IN DER REGION

07-08 | 2026

44861 | 8,50 EURO

RENDITE DER FREIHEIT!

WARUM DEMOKRATIE INNOVATION ERMÖGLICHT.

WWW.WIRTSCHAFT-REGIONAL.NET

Energie für starke E-Lkw-Flotten

Profitieren Sie von neuen Fördermöglichkeiten für Ladeinfrastruktur

Genau meine Energie.

WESTFALEN WESER

Unsere Förderanlagen.
Automatisch, innovativ, wirtschaftlich & leise.

HaRo®
... und die Produktion rollt.

Nächste Messe:
16.03. -18.03.2027 LogiMAT
www.haro-gruppe.de

WIR stellt sich neu auf

Liebe Leserinnen und Leser,

mit dieser Ausgabe beginnt für WIR | Wirtschaft Regional ein neuer Abschnitt. Wir haben Erscheinungsweise und Themenstruktur unseres Magazins überarbeitet. Nicht, weil sich unser Anspruch verändert hätte, sondern weil sich die Wirtschaft in unserer Region verändert – und damit auch die Art, wie Themen geplant und kommuniziert werden.

Künftig erscheint WIR im Zwei-Monats-Rhythmus. Damit bündeln wir Inhalte, schaffen mehr Planungssicherheit und geben Beiträgen Raum. Jede Ausgabe wird kompakter und vielseitiger. Sie soll einen Überblick über Entwicklungen in Ostwestfalen-Lippe, Münster und Osnabrück geben. Für Unternehmen heißt das: Kommunikation lässt sich frühzeitiger und unabhängiger von einzelnen Sonderthemen planen.

Auch die Themenstruktur haben wir neu geordnet. Statt monatlich wechselnder Schwerpunkte bilden künftig fünf Themenwelten die regionale Wirtschaft ab: Produktion, Bau & Logistik, Energie & Nachhaltigkeit, Menschen & Arbeit, Innovation & Digitalisierung sowie Strategie & Finanzen. Diese Struktur passt zu den Fragen, die Unternehmen heute bewegen. Viele Themen lassen sich nicht mehr sauber in klassische Branchen-Schubladen legen. Digitalisierung betrifft Maschinenbau und Handwerk. Energiefragen betreffen Bau, Produktion und Logistik. Personal, Finanzierung und Strategie sind Querschnittsthemen.

WIR bleibt, was es seit vielen Jahren ist: ein unabhängiges Unternehmermagazin für die Region. Zugleich stellen wir uns so auf, dass wir die heimische Wirtschaft klarer begleiten können – in Print, online und im Newsletter.

Ich freue mich auf diesen nächsten Schritt. Und darauf, gemeinsam mit Ihnen sichtbar zu machen, was unsere



Region stark macht: engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer, gute Ideen, solide Arbeit und der Wille, Zukunft aktiv zu gestalten.

Ihr
Peer-Michael Preß
Herausgeber

/// Immer informiert sein: Melden Sie sich jetzt zu unserem kostenlosen Newsletter unter www.wirtschaft-regional.net/newsletter an.

Foto: Jutta Jelinski



STRANDKÖRBE | GARTENMÖBEL | SONNENSCHIRME | GRILLS

SOMMERLAUNE
BEI UNS ZUM MITNEHMEN
In unserer großen Ausstellung finden Sie klassische und moderne Strandkörbe, trendige Lounge- und Gartenmöbel, eine riesen Auswahl an Grills, Feuerstellen und vieles mehr für Ihren Garten oder den Balkon. Wir freuen uns auf Sie. Bis bald bei Ihrem **SonnenPartner®.**

Die Schatztruhe
Sommermöbel-Manufaktur
Detmolder Straße 627 | 33699 Bielefeld | Tel 0521 . 92 60 60
Wir sind für Sie da von Mo. – Sa. 10.00 – 18.00 Uhr
www.sonnenpartner.de

INHALTSVERZEICHNIS

/// PRODUKTION, BAU & LOGISTIK

08 Neue Chancen für Unternehmen im Landkreis Osnabrück
10 Neues Marketing-Tool für Architekturbüros und Bauunternehmen
12 6.400 Tonnen Fertigteile für neue SSW-Produktionshalle
14 Erfolg made in Ostwestfalen - von 1 auf 127
16 Bührer + Wehling realisiert Betriebserweiterung in Torgau
17 HaRo - 40 Jahre Kompetenz in Rüthen
18 Etikettenlösungen mit technischem Mehrwert

/// ENERGIE & NACHHALTIGKEIT

20 DENIOS forciert mit neuer Marke den Ausbau von Gewerbe- und Großspeichern
22 Ganzheitliche Ladelösungen für E-Lkw-Flotten

/// TITELTHEMA

24-31 Rendite der Freiheit

/// MENSCHEN & ARBEIT

32 Oben bleiben! Die Klettergreif GmbH sorgt für Sicherheit an hochlegenden Arbeitsplätzen

/// STRATEGIE & FINANZEN

36 „Gutes Design reicht nicht – Marketing muss Wirkung erzeugen“
40 Warum mittelständische Unternehmen Verantwortung neu organisieren müssen
43 Hotelkontingente mit System organisieren
44 VDMA warnt vor wachsender Belastung

/// RUBRIKEN

06 Regionalgeflüster
45 Firmenkontakte
04 Impressum

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) 98 100-0

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

6 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.

trike X press

Bewegung ohne Kompromisse.



Wir fördern die Mobilität und Eigenständigkeit unserer Kunden durch persönliche Beratung und ein individuell passendes Dreirad für Erwachsene.

ZU UNSEREM WEBSHOP

www.trike-x-press.de

www.trike-x-press.de

Damit Kunden die richtige Entscheidung treffen, können sie alle Räder vor Ort testen. Noch Fragen oder Termin vereinbaren?

Telefon: 05231 98100-17 | E-Mail: team@trike-x-press.de
Richthofenstraße 96 | 32756 Detmold

ROSEN Gruppe nimmt Photovoltaikanlage mit 2 Megawatt Leistung in Lingen in Betrieb



Die ROSEN Gruppe hat die 2025 gestartete Ausstattung der Lingener Unternehmensgebäude mit Photovoltaik erfolgreich abgeschlossen. Gemeinsam mit den Stadtwerken Lingen wurde eine Photovoltaikanlage mit einer Gesamtleistung von rund zwei Megawatt realisiert. Mit der Investition von rund zwei Millionen Euro stärkt das Unternehmen die Eigenversorgung mit erneuerbarer Energie und investiert gezielt in die langfristige Entwicklung des Standorts. Die Anlage ist nun vollständig in Betrieb und leistet bereits einen wichtigen Beitrag zur Energieversorgung und schafft so die Grundlage für weiteres Unternehmenswachstum in den kommenden Jahrzehnten. Auf nahezu allen geeigneten Gebäudedächern des Standorts wurden insgesamt rund 4.500 Solarmodule auf einer Fläche von rund 9.000 Quadratmetern installiert. Gesteuert wird die Anlage über ein intelligentes Energiemanagementsystem, das eine bedarfsgerechte Energienutzung ermöglicht. Bereits heute werden 98,7 Prozent des erzeugten Stroms direkt vor Ort genutzt. Weitere Optimierungen zur Steigerung des Eigenverbrauchs werden bereits geprüft. Die Anlage unterstützt die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der ROSEN Gruppe und zählt zu den bedeutendsten Energieprojekten in den vergangenen Jahren. Sie unterstreicht das klare Bekenntnis zu Klimaschutz, Energie-Effizienz und nachhaltigem Wirtschaften.

(v.l.n.r.) Geschäftsführer Carlos Sabido (ROSEN), Thorsten Schlamann und Hermann Cordes (beide: Stadtwerke Lingen) zeigen sich begeistert über den erfolgreichen Projektabschluss und die regionale Zusammenarbeit für die nachhaltige Energieversorgung des Lingener Unternehmensstandortes. Foto: ROSEN Gruppe

System für sichere Medikamenteneinnahme gewinnt beim „Call for Ideas“



Das Paderborner Start-up „AdHero Vision“ hat mit einem KI-gestützten System für eine sichere und lückenlose Medikamenteneinnahme die zwölfte Auflage des Ideenwettbewerbs „Call for Ideas“ gewonnen. Die Brüder Benjamin und Bennet Bickhoff setzten sich im VolksbankForum der VerbundVolksbank OWL eG gegen sieben weitere Finalteams durch und erhielten 1.500 Euro Preisgeld.
Die Studenten der Universität Paderborn entwickelten ein Gerät, das Tabletten vollautomatisch sortiert. Eine integrierte Bildanalyse prüft mithilfe künstlicher Intelligenz in Echtzeit, ob die Medikamente tatsächlich eingenommen wurden. Hintergrund sind nach Angaben der Gründer rund 500.000 Krankenhausaufenthalte jährlich, die durch Fehlmedikation bei Pflegebedürftigen entstehen.
Die VerbundVolksbank OWL und das Gründungszentrum garage33 veranstalten den Wettbewerb gemeinsam. Die drei besten Geschäftsideen werden jährlich mit insgesamt 3.000 Euro ausgezeichnet. Weitere Partner sind die Hochschule Bielefeld und die Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe.

Die Preisträger des „Call for Ideas“ 2026 mit Ansgar Käter (r.), Vorstandsvorsitzender der VerbundVolksbank OWL eG, und Prof. Dr. Rüdiger Kabst (l.), wissenschaftlicher Leiter der garage33.

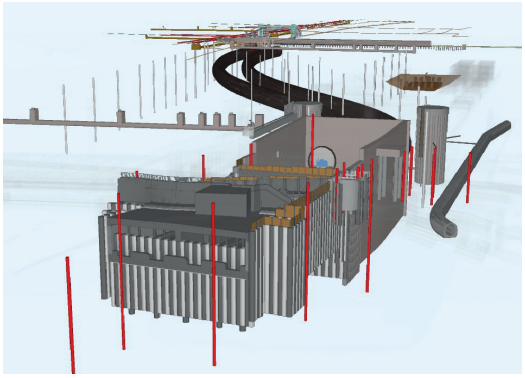
EU genehmigt 4,5 Mio. Euro als Beihilfe

Der Flughafen Paderborn/Lippstadt bestätigt, dass die Europäische Kommission eine Investitionsbeihilfe in Höhe von 4,5 Millionen Euro für den heimischen Airport genehmigt hat. Zahlungen in der vorgenannten Höhe hatten die Gesellschafter im Umfeld der Corona-Pandemie aufgebracht. Damit der Flughafen diese Mittel auch einsetzen kann, war die Zustimmung der Europäischen Kommission nach den EU-Beihilfevorschriften erforderlich.

„Wir haben den positiven Bescheid aus Brüssel mittlerweile erhalten und juristisch analysieren lassen. Die Prüfung hat ergeben, dass der Flughafen die bereits vor Jahren aufgebrachten Mittel nun verwenden darf“, erläutert Aufsichtsratsvorsitzender, Landrat Christoph Rüther.

Die Beihilfe ermöglicht es dem heimischen Airport, erforderliche Investitionen zur Aufrechterhaltung des Betriebs als Verkehrsflughafen zu finanzieren und gleichzeitig die Qualität seiner Verkehrsinfrastruktur und seiner Verkehrsleistungen zu verbessern.

PORR startet Bauphase für Münchner S-Bahn-Tunnel



Die PORR hat einen weiteren Großauftrag im deutschen Infrastrukturbau erhalten. Die DB InfraGO AG hat die Bauoption für die Vergabeeinheit 734 der zweiten S-Bahn-Stammstrecke in München abgerufen. Damit beginnt die Umsetzung eines zentralen Tunnelabschnitts im Osten der bayerischen Landeshauptstadt. Der Auftragsanteil der PORR liegt im dreistelligen Millionenbereich.
Das Unternehmen übernimmt den Abschnitt zwischen dem Ostbahnhof und der Querung der Berg-am-Laim-Straße einschließlich des Rettungsschachts 9. Zum Leistungspaket gehören Spezialtiefbau-, Ingenieur- und Straßenbauarbeiten sowie die Herstellung von Baugruben, Dükern und weiteren Infrastrukturbauwerken. Der rund 65 Meter lange Rettungsschacht dient später nicht nur der Sicherheit im Bahnbetrieb, sondern auch als Startschacht für den Tunnelvortrieb. Zudem entsteht ein etwa 55 Meter langes Querungsbauwerk in Deckelbauweise, um den Verkehr während der Arbeiten aufrechtzuerhalten.
Bereits im April 2025 hatte PORR den Zuschlag für die Projektentwicklungsphase erhalten. Gemeinsam mit der Deutschen Bahn und weiteren Partnern wurden Realisierungskonzept, Terminplanung, Risiken und Zielkosten erarbeitet. Mit dem Abruf der Bauoption wechselt das Vorhaben nun in die bauliche Umsetzung. Beteiligt sind die PORR-Bereiche Ingenieur- und Spezialtiefbau sowie die Grundwasserhaltung.
Die zweite Münchner S-Bahn-Stammstrecke ist rund elf Kilometer lang und soll die bestehende Verbindung entlasten. Kernstück ist ein etwa sieben Kilometer langer Tunnel unter dem Stadtgebiet. PORR-CEO Karl-Heinz Strauss bezeichnet das Projekt als wichtigen Beitrag zur Zukunft der Mobilität in München.

Foto: PORR

CLAAS Stiftung stärkt Nachwuchs in der Landtechnik

Zum 100. Geburtstag von Helmut Claas baut die CLAAS Stiftung ihre Förderung junger Talente in der Landtechnik aus. Gemeinsam mit der University of Nebraska-Lincoln startet sie ein neues Helmut Claas-Scholarship für Studierende in Nordamerika. Die Kooperation verbindet europäische und nordamerikanische Expertise in der Agrartechnik und soll den internationalen Austausch stärken.

Zugleich wird das bestehende internationale Helmut Claas-Stipendium deutlich aufgewertet. Der erste Platz für herausragende Bachelorarbeiten im Bereich Landtechnik ist künftig mit 10.000 Euro dotiert, bislang waren es 7.200 Euro. Damit will die Stiftung wissenschaftliche Leistungen bereits in frühen Studienphasen stärker anerkennen und die Attraktivität agrartechnischer Karrierewege erhöhen.

Helmut Claas, geboren am 16. Juli 1926, prägte das Unternehmen über Jahrzehnte und engagierte sich besonders für den Nachwuchs. Das internationale Stipendium war die erste Initiative der 1999 gegründeten CLAAS Stiftung.

Maschinenbau Gödde investiert in die Zukunft



Moderne Produktionsbedingungen, kurze Wege und beste Voraussetzungen für die Zukunft: Gemeinsam mit Dietmar Lager von der städtischen Wirtschaftsförderung, der stellvertretenden Ortsbürgermeisterin Sandra Barkmann sowie Martin Koopmann vom Wirtschafts- und Grundstücksausschuss (WGA) hat Oberbürgermeister Dieter Krone das Maschinenbauunternehmen Gödde an seinem neuen Standort im Gewerbegebiet an der Osnabrücker Straße besucht. Die Gäste verschafften sich einen Eindruck von den neuen Betriebsgebäuden und tauschten sich mit der Geschäftsführung über die Entwicklung des Unternehmens aus. Seit 1969 entwickelt und produziert Gödde Maschinenbau Anbaugeräte für Traktoren, die vor allem im kommunalen Bereich eingesetzt werden – beispielsweise zum Mähen von Straßenrändern. Die Kundschaft erstreckt sich weit über die Region hinaus. Neben dem deutschen Markt beliefert das Unternehmen auch zahlreiche Kunden im europäischen Ausland – unter anderem in Litauen, Dänemark, Österreich, Slowenien und der Schweiz.

(v.l.) Geschäftsführer Bernhard und Johannes Gödde, Oberbürgermeister Dieter Krone, stellvertretende Ortsbürgermeisterin Sandra Barkmann, Projektleiter Neubau Bernd-Christian Gödde, Dietmar Lager von der städtischen Wirtschaftsförderung und Martin Koopmann von dem Wirtschafts- und Grundstücksausschuss (WGA). Foto Stadt Lingen

DER LANDKREIS OSNABRÜCK

Neue Chancen für Unternehmen im Landkreis Osnabrück

Attraktive Flächen in den Gewerbegebieten Venne und Eggermühlen im Angebot.



Der Landkreis Osnabrück bietet Unternehmen aus der Region neue Perspektiven: Mit den Gewerbegebieten in Ostercappeln-Venne und in Eggermühlen stehen zwei attraktive Standorte zur Verfügung, die insbesondere kleinen und mittleren Betrieben Entwicklungsspielraum eröffnen. Beide Projekte werden mit Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) gefördert und sollen die wirtschaftliche Dynamik im Landkreis weiter stärken.

„Mit diesen beiden Gewerbegebieten haben wir attraktive Potenziale für Unternehmen geschaffen, die wachsen, sich neu aufstellen oder ihren Standort in der Region sichern möchten“, betont Susanne Menke, Geschäftsführerin der oleg Osnabrücker Land-Entwicklungsgesellschaft mbH, die beide Gebiete im Auftrag der Gemeinden Ostercappeln und Eggermühlen entwickelte und aktuell vermarktet. Ziel sei es, die gesamte Wirtschaft im Landkreis zu stärken, regionale Wertschöpfung zu fördern und Synergieeffekte zwischen bestehenden und neuen Betrieben anzustoßen.

Das Gewerbegebiet Venne umfasst insgesamt rund 20 Hektar. Davon stehen etwa 16 Hektar als Gewerbeflächen zur Verfügung. Aktuell sind noch rund 14,5 Hektar verfügbar. Die Grundstücke können flexibel zugeschnitten werden – möglich sind Flächen ab 2.500 Quadratmetern bis hin zu Einheiten von rund 38.000 Quadratmetern. Damit bietet der Standort Spielraum für unterschiedliche Unternehmensgrößen und Anforderungen. Ein besonderer Pluspunkt ist die Lage: Das Gebiet verfügt über

Fotos: Landkreis Osnbrück

einen direkten Anschluss an die B 218 und liegt rund 10 Kilometer von der Autobahn A 1 entfernt. Damit ist der Standort sowohl regional als auch überregional gut angebunden.

Das Flächenangebot richtet sich vorrangig an kleine und mittlere Unternehmen aus der Region. Angesprochen sind unter anderem Betriebe aus dem produzierenden Gewerbe, aber auch Dienstleistungsunternehmen, die an dem Standort gute Voraussetzungen für Wachstum und Weiterentwicklung finden. Weitere Informationen erhalten Sie bei Interesse gerne auf Anfrage. Für die Erschließung des Gewerbegebiets wurde im Rahmen der GRW-Förderung ein Zuschuss in Höhe von 60 Prozent der Kosten gewährt. Ziel der Förderung ist die Schaffung hochwertiger wirtschaftsnaher Infrastruktur.

Auch das Gewerbegebiet Eggermühlen bietet viele Möglichkeiten – insbesondere für ortsansässige kleine und mittlere Unternehmen. Insgesamt umfasst das Gebiet 3,5 Hektar, davon sind derzeit noch rund 3,1 Hektar verfügbar. Flächen können bereits ab 2.000 Quadratmetern erworben werden. Der Verkaufspreis liegt bei 43,50 Euro pro Quadratmeter. Durch seine Lage am westlichen Ortskernrand verbindet das Gewerbegebiet Eggermühlen die Nähe zum Ort mit einer sehr guten Verkehrsanbindung an die Kreisstraße. Gerade für lokale Betriebe, die in den vergangenen Jahren Erweiterungspläne hatten, aber mangels geeigneter Flächen keine passende Perspektive fanden, entsteht damit ein wichtiges Angebot. Die Erschließung des Gewerbegebiets Eggermühlen wird ebenfalls mit einem Zuschuss in Höhe von 60 Prozent über die Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Land zur „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ gefördert. Auch hier stand die Schaffung hochwertiger wirtschaftsnaher Infrastruktur im Mittelpunkt.



„Wir sind sicher, dass wir die Gewerbeflächen mit dem Fokus auf regionale Betriebe sehr gut vermarkten können“, sagt Susanne Menke. „Interessierten Unternehmen können wir hier ein attraktives Angebot machen – mit guten Rahmenbedingungen, fairen Einstiegsmöglichkeiten und Entwicklungspotenzial direkt vor Ort.“ Bevorzugt werden Unternehmen, die spezielle Anforderungen der Förderrichtlinien erfüllen. Informationen dazu erteilt die oleg unter: Tel. 0541-5014899 oder unter der Mailadresse info@oleg.de

/// **www.oleg.de**

Wir halten,
was wir bauen

Für uns beginnt jedes Projekt mit einem Gespräch und dem Verständnis für Ziele, Verantwortung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

Wir planen, koordinieren und realisieren bis zur Schlüsselübergabe.



BÜHRER+
WEHLING

MAKOTÉ – BÜRO FÜR MARKETING, KONZEPTION, TEXT

Neues Marketing-Tool für Architekturbüros und Bauunternehmen

Die Grundlage für die Idee von MaKoTé – Büro für Marketing, Konzeption, Text – fußt auf eigenen Erfahrungen. Nachdem die Inhaberin Katja Kaufmann 2020 selbst eine Umbauphase erlebte, hat sie das sogenannte „Hausbuch“ als neues Marketinginstrument herausgebracht. Es ist für Baufirmen, Planungs- und Architekturbüros konzipiert, um es als individuelles Add-on für ihr Klientel zu nutzen.

Das Konzept des „Hausbuchs“ baut sich aus einer Auswahl an Daten, Meilensteinen, Fotos und Anekdoten zusammen – und ist garantiert unverwechselbar. Denn schließlich wird jedes Bauvorhaben von diversen Faktoren beeinflusst: Lage, Volumen, Aufgabenstellung und so weiter. Um zu erfahren, wie sich das Ganze in einem ansprechenden Layout aufgreifen lässt, können Interessierte ab sofort ein Beratungsgespräch vereinbaren, bei dem auch ein Musterexemplar zu sehen sein wird. Näheres zur Produktion des neuen Marketingtools und dessen Potenzial werden ebenfalls erläutert.



Im Haus- oder Umbaubuch finden sich Fotos, Pläne, Daten und Fakten – aber auch Anekdoten, die sich während der Bauphase zugetragen haben.

Fotos: MaKoTé

PRÄZISION IN JEDER HALLE
INDIVIDUELL GEPLANT, PROFESSIONELL GEBAUT.



SCHLICHTMANN HALLENBAU
www.schlichtmann-hallenbau.de
Benzstr. 26 | 41689 Heek | Tel. 02568 38889-0

„Das Marketinginstrument für Architekten und Planer ist in wertiger Ausführung mit Hardcover vorgesehen“, beschreibt es Katja Kaufmann.



Kaufmann ist sich sicher, dass die Baubranche in Ostwestfalen diesen Weg der Kundenpflege zu ihrem Vorteil nutzen kann. Denn ein Bauvorhaben – ob Sanierung oder Neubau – ist eine kostenintensive und oft langwierige Angelegenheit. Bei vielen Bauherrinnen und Bauherren steckt viel Herzblut drin. Hat man sich auf dieses „Abenteuer“ eingelassen, ist der Bezug zur neuen oder sanierten Immobilie entsprechend hoch. Ein guter Grund mehr, das Ereignis mit einem individuell gestalteten Buch zu würdigen, das vom Planer oder ausführenden Bauunternehmen überreicht wird.

Der Mehrwert für die Bauherrenschaft

Ähnlich wie bei einem Reise-Fotobuch, wird es mit der Zielsetzung aufgelegt, das Erlebte in Erinnerung zu behalten. Anschaulich lässt sich auch Jahre später noch zeigen, welche Stationen und Begebenheiten besonders waren. Für Architekten und Planer ist es eine übliche Vorgehensweise, Objekte als Referenz auf ihre Firmenwebseite zu stellen. Aber was ist mit den Privatpersonen, die einen Umbau oder Neubau in Auftrag gegeben haben? Für sie soll das Hausbuch, alle Mühen und Besonderheiten der Bauphase festhaltend, eine adäquate Anerkennung sein.

/// **www.makote.de**

sita 50

Sitaleicht.
50 Jahre Sita –
wenn's läuft, dann richtig.

Sitaleicht. Auch online erleben: sita-bauelemente.de

J. LEHDE GMBH

6.400 Tonnen Fertigteile für neue SSW-Produktionshalle

Die J. Lehde GmbH realisiert in Ense eine neue Lager- und Produktionshalle für die Stahl-Service Westhoff GmbH. Der technisch anspruchsvolle Industriebau ist für zwölf Hallenkrane mit Traglasten von bis zu 32 Tonnen ausgelegt.



Für die SSW Stahl-Service Westhoff GmbH entsteht in Ense eine neue Lager- und Produktionshalle mit angeschlossenem Büro- und Sozialgebäude. Die J. Lehde GmbH aus Soest verantwortet den Fertigteilbau der Halle sowie den Rohbau des Verwaltungsbereichs. Das Bauprojekt befindet sich nach Angaben des Unternehmens in der Endphase.

SSW verarbeitet und beschichtet Flachstahlprodukte, die unter anderem als Coils, Spaltbänder, Zuschnitte und Tafeln ausgeliefert werden. Entsprechend hoch sind die technischen Anforderungen an den Neubau. Die Halle muss künftig zwölf Hallenkrane aufnehmen können. Deren Traglasten reichen bis zu 32 Tonnen.





Fotos: J. Lehde GmbH

Eine besondere Herausforderung stellte der Bau einer rund 13 Meter tiefen Schlinggrube dar. Sie wurde bereits im Herbst hergestellt und anschließend wieder verfüllt. In der Stahlverarbeitung dient eine solche Grube dazu, Materialschwankungen auszugleichen und diskontinuierliche Transportvorgänge mit kontinuierlich laufenden Produktionsprozessen zu verbinden.

Dachbinder mit bis zu 27 Metern Länge

Für das Projekt produziert Lehde insgesamt rund 6.400 Tonnen Stahlbetonfertigteile. Dazu gehören 90 Dachbinder, die bis zu 27 Meter lang und bis zu 20 Tonnen schwer sind. Hinzu kommen 133 Hallenstützen mit angeformten Fundamenten. Die größten Bauteile erreichen eine Höhe von 13,50 Metern und ein Gewicht von bis zu 32 Tonnen.

Zum Lieferumfang zählen außerdem Brandwände und Sockelplatten. Für diese Bauteile werden insgesamt rund 800 Tonnen Recyclingbeton eingesetzt. Die Montage der Fundamentstützen, Dachbinder und Wandplatten erfolgte planmäßig von Mitte März bis Ende April.

Die großen Fertigteilserien haben auch für das Soester Bauunternehmen eine besondere wirtschaftliche Bedeutung. Sie sorgten über mehrere Monate für eine kontinuierliche Auslastung verschiedener Produktionsbereiche.

„Mit diesem Projekt zeigen wir erneut unsere Stärke im industriellen Hallenbau“, erklärt Geschäftsführer Johannes Lehde. Die Zusammenarbeit mit Planbar Architekten aus Sundern verlaufe reibungslos. Das Architekturbüro übernimmt die Planungsleistungen und hat bereits mehrere Projekte gemeinsam mit Lehde umgesetzt.

Die 1946 gegründete J. Lehde GmbH beschäftigt nach eigenen Angaben rund 140 Mitarbeiter. Das familiengeführte Unternehmen plant und realisiert Industriebauten und produziert Stahlbetonfertigteile für anspruchsvolle Bauvorhaben.

/// **www.lehde.de**





Die neue Produktions- und Lagerhalle für SSW in Ense wird aus rund 6.400 Tonnen Stahlbetonfertigteilen errichtet. Die Konstruktion ist für zwölf Hallenkrane ausgelegt. Foto: J. Lehde GmbH



oleg-FlächenService
0541-5014899

Flächen entwickeln, Zukunft gestalten!

Die oleg Osnabrücker Land-Entwicklungsgesellschaft mbH bietet einen umfassenden Überblick über Gewerbeflächen im Landkreis Osnabrück und hilft Ihnen, eine für Sie passende Offerte zu finden. Zum Beispiel in Eggermühlen oder Ostercappeln-Venne. Beide Projekte werden mit Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) gefördert und sollen die wirtschaftliche Dynamik im Landkreis weiter stärken.

www.oleg.de

oleg
Osnabrücker Land-Entwicklungsgesellschaft



Groß geworden: Sita im Aurea Gewerbegebiet. Vorn das Stammhaus mit Werk, hinten im Bild der neue Logistikkomplex und dazwischen der Nachbar, die Kraemer Baumaschinen GmbH & Co. KG.

SITA FEIERT 50JÄHRIGES JUBILÄUM:

Erfolg made in Ostwestfalen - von 1 auf 127

Ein Mann – eine Produktidee. 1976 startete Karl-Heinz Gelsen als Ein-Mann-Start-up in Pinneberg. Das Produkt der ersten Stunden war der SitaStandard, ein Flachdachgully aus Polyurethan. 50 Jahre später ist die Sita Bauelemente GmbH 127 Mitarbeiter/innen stark und eine der führenden Marken am Markt – mit über 2.000 Flachdachentwässerungsprodukten ein Begriff in der Branche. „Wir sind kurz vor Tempo-Taschentuch“, so Geschäftsführer Thomas Kleinegees zur Markenbekanntheit des Unternehmens, das dieses Jahr sein 50jähriges Jubiläum feiert.

Mitte der 70er Jahre suchte Gründer Karl-Heinz Gelsen nach einem Produktionspartner, der PUR-Gullys fertigen konnte. Er fand ihn bei der Paul Craemer GmbH in Herzebrock-Clarholz. Eine gelungene Partnerschaft. Kurze Zeit später mietete die Sita Bauelemente GmbH erste Flächen und Verwaltungsgebäude auf dem Craemer Grundstück/ Gelände. Im Januar 1988 trat die Paul Craemer GmbH mit 50 % Anteilen in die Gesellschaft ein. Die Gesellschaftsanteile gingen im Dezember 2003 an die Craemer Holding-GmbH über. Sita, mit seinem Bekenntnis zu Produkten „made in Ostwestfalen“ wuchs und wuchs – so stark, dass das expandierende Unternehmen an räumliche Grenzen stieß.

Aurea Gewerbegebiet goldener Boden

Der Name Aurea kommt von lat. aureus = golden. In dem Industriegebiet mit dem vielversprechenden Namen, direkt an der A2 gelegen, wurde die Sita 2009/ 2010



Fotos: SITA

erster Bauherr. An der Ferdinand-Braun-Straße 1 baute sie auf 16.000 Quadratmeter Fläche ihr eigenes neues Stammwerk mit 3.300 qm Produktions- und Lagerfläche sowie einem zweigeschossigen 700 qm-Verwaltungsgebäude – damals für 50 Mitarbeiter. Geschäftsführer Thomas Kleinegees, der seit 2000 die Geschicke des Unternehmens lenkt, meinte damals: „Am neuen Standort im AUREA Gewerbepark haben wir den Raum, den wir für die zukünftige Entwicklung brauchen." Und der wurde schon 2018 gebraucht, als ein weiterer Verwaltungs- und Schulungstrakt angebaut wurde, in dem auch der SitaCampus untergebracht wurde – ein internes Schulungs- & Seminarwesen, welches durch vielseitige Veranstaltungen den Know-how-Dialog fördert.

Ferdinand-Braun-Straße 5

Die Sita Bauelemente GmbH, die bereits 2025 einen Umsatz von 44,2 Millionen Euro erwirtschaftete, wuchs weiter – 2026 auf 127 Beschäftigte, die Arbeitsplatz brauchen. Nur 300 Meter Luftlinie vom Stammwerk entfernt entstand eine neue, hochmoderne Logistikhalle - in Sichtweite des bestehenden Sita Firmensitzes aus dem Jahre 2010. In dem nachhaltig konzipierten Gebäude sind auf 7.800 qm und einem 800 qm Mezzanine die Logistik und Teile der Verwaltung untergebracht. Mit einer Kombination aus Wärmepumpen und weitläufigen Solaranlagen auf den Werksgebäuden arbeitet das Unternehmen dort energieautark von fossiler Energie. Für eine klimafreundliche Mobilität sorgt eine moderne Ladeinfrastruktur für E-Autos und E-Bikes. Wenn der eigene Strom mal nicht reicht, wird grüner Strom eingesetzt.

In guter Familie

Ende 2021 stieg die Paul Bauder GmbH & Co. KG als dritter, gleichberechtigter Gesellschafter neben der Familie Gelsen und der Craemer Holding in die Sita Bauelemente GmbH ein. Sita, Spezialist für Dachentwässerung in Deutschland, Österreich, Polen, BeNeLux sowie England/ Irland, wird von Bauder fortan auch bei der europaweiten Expansion unterstützt.

Familiär ist auch der Umgangston in der Sita Family, die heute eine Duz-Kultur pflegt. Thomas Kleinegees erinnert seinen ersten Arbeitstag im Jahre 2000 zu dem er, wie damals üblich, im Anzug kam. „Karl-Heinz Gelsen begrüßte mich mit den Worten: »Sie sind völlig falsch gekleidet.« Zwei Tage später gings im Blaumann ab in die Produktion. Dort habe ich verstehen gelernt, wie man einen Gully schäumt. Das war eine total gute Entscheidung. Das machen wir noch heute so, dass wir neuen Kollegen/ Kolleginnen die Chance geben, alle Abteilungen kennenzulernen." Die Sita Erfolgsgeschichte



Sita Geschäftsleitungstrio 2026 (v.r.n.l.) Geschäftsführer Thomas Kleinegees, Kai Gradert, Vertriebsleiter und Prokurist sowie Rainer Pieper, technischer Leiter und Prokurist.

hätte nicht ohne das Team geschrieben werden können. Einige Mitarbeiter waren schon von Anfang an dabei. „Sita ist Teamleistung, eine positive Unternehmensentwicklung ist immer eine Teamleistung", so Thomas Kleinegees, der das Unternehmen mittlerweile seit 26 Jahren erfolgreich führt.

Sita setzt auf Qualität „made in Germany", aber die Flachdachgullys und Lüfter werden europaweit vertrieben. Jüngste Produktentwicklungen, ein digitaler Regenwächter und Feuchtigkeitsmelder, gehen unter der neuen Marke Varuna in den Markt. Als digitale Pioniere am Flachdach flankieren sie ideal die bewährten Entwässerungs- und Lüftungsprodukte der Sita Familie. Die Zukunft hat bei Sita schon begonnen.

/// www.sita-bauelemente.de



BÜHRER + WEHLING PROJEKT GMBH

Bührer + Wehling realisiert Betriebserweiterung in Torgau

Für den weltweit aktiven Konzern Saint-Gobain hat Bührer + Wehling in Torgau eine Lager- und Versandhalle mit Sozialgebäude errichtet. Das Projekt erweitert das bestehende Großglaslager und wurde als eingeschossige Halle in Stahlskelettbauweise mit Fachwerkträgern umgesetzt.



Die neue Halle umfasst 4.500 Quadratmeter Grundfläche. Mit Abmessungen von rund 40 mal 114 Metern und einer Attikahöhe von 9,24 Metern schafft sie zusätzliche Flächen für Lagerung, Versand und betriebliche Abläufe. Das Dach besteht aus einer Trapezblechtragschale mit Folienaufbau und umlaufender Attika. 18 Dachlichtbänder mit Rauch- und Wärmeabzug sorgen für Tageslicht und natürliche Belüftung. Für die Logistik wurden drei Sektionaltore und zwei Innenrolltore eingebaut. Die Ausführung erfolgte mit Grenzbebauung und bindet an die vorhandenen Strukturen des Großglaslagers an. Damit unterstützt der Neubau die räumliche Bündelung von Lager- und Versandprozessen am Standort. Die Kombination aus Hallenfläche, Toranlagen und Tageslichtkonzept ist auf industrielle Nutzung und eine effiziente Andienung ausgelegt. Ergänzt wird die Halle durch ein 90 Quadratmeter großes Sozialgebäude in massiver Bauweise mit hochwertigen Aluminium-Fenster- und Türanlagen.

/// **www.buehrer-wehling.de**

Fotos: Bührer + Wehling Projekt GmbH

HARO ANLAGEN- UND FÖRDERTECHNIK GMBH

40 Jahre Kompetenz in Rüthen

1957 gründete Heinz Hackländer das Unternehmen im bergischen Wermelskirchen. Nach einem erfolgreichen Start mit dem Verkauf von Geschenkartikeln aus Kupfer und Messing erfolgte kurze Zeit später die strategische Neuausrichtung zunächst zur Erweiterung der Fertigung um Tragrollen – der Beginn der Spezialisierung auf Fördertechnik.



Ein entscheidender Meilenstein folgte 1986 mit dem Erwerb eines Firmengeländes in Rüthen. In den vergangenen vier Jahrzehnten entwickelte Christoph Hackländer den Standort zu einem leistungsstarken Kompetenzzentrum für ganzheitliche Fördertechnik. Hier wurden nicht nur Produktionskapazitäten ausgebaut, sondern auch Engineering, Konstruktion und Steuerungstechnik gebündelt. HaRo in Rüthen steht heute für Innovationskraft, gewachsene Expertise und regionale Verbundenheit – zugleich ist HaRo ein bedeutender Arbeitgeber vor Ort.

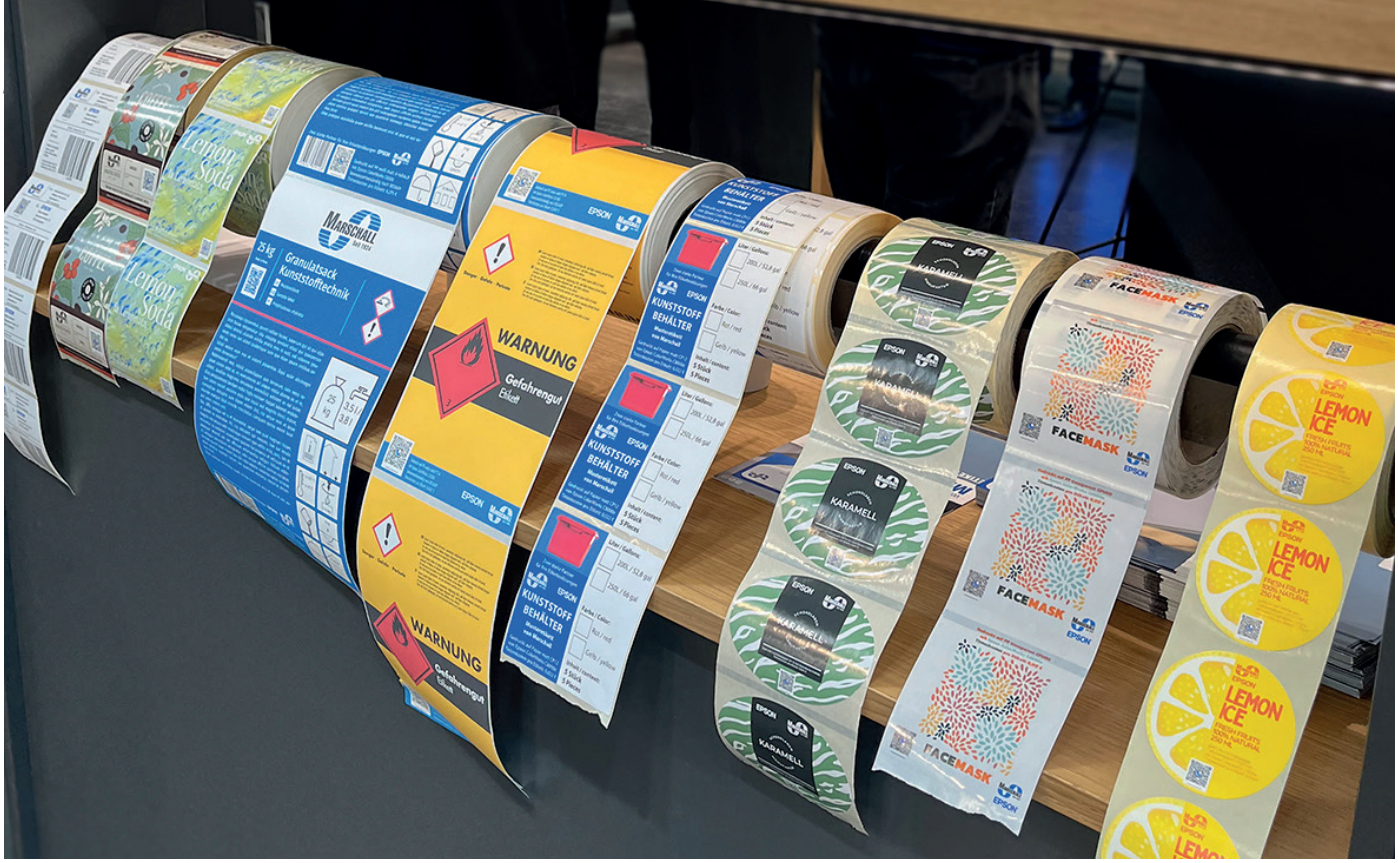
Als Full-Service-Partner realisiert das Unternehmen individuelle Förderlösungen aus einer Hand – mit kurzen Entscheidungswegen und effizienter Abstimmung zwischen den Fachabteilungen.

Die Geschäftsführung wurde 2024 durch Maximilian Hackländer erweitert, der die Familientradition nun in dritter Generation fortführt. Für die Zukunft setzt HaRo auf Digitalisierung, KI-gestützte Anwendungen wie z.B. vorausschauende Wartung sowie Smart Automation – mit dem klaren Ziel, die starke Marktposition weiter zu behaupten und zu sichern und Kunden branchenübergreifend nachhaltig zu überzeugen.

/// **www.haro-gruppe.de**

Foto: HaRo





MARSCHALL GMBH & CO. KG

Etikettenlösungen mit technischem Mehrwert

Seit über 100 Jahren steht die Marschall GmbH & Co. KG für individuelle Etikettenlösungen, die Qualität, Funktionalität und technische Kompetenz miteinander verbinden. Dabei setzt das Unternehmen auf moderne Technologien, effiziente Prozesse und praxisorientierte Lösungen für unterschiedlichste Branchen.

Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal ist der technische Service-Support. Marschall verfügt über umfassende Fachkompetenz im Bereich Etikettendrucker (Thermo / Farbe) sowie Softwarelösungen für den Etikettendruck und unterstützt Kunden bei technischen Anforderungen, Prozessoptimierungen und individuellen Anwendungen. Dank eines umfangreichen Ersatzteillagers sowie verfügbarer Aushilfs-

Press Medien
Verlag | Druckerei | Agentur

Fotos: Marschall

Technischer Vor-Ort-Service sowie eine anwendungsorientierte Beratung sorgen dabei für praxisgerechte und nachhaltig funktionierende Lösungen.

geräte können notwendige Maßnahmen in kürzester Zeit umgesetzt und Ausfallzeiten auf ein Minimum reduziert werden.

Alles aus einer Hand – effizient und flexibel

Darüber hinaus begleitet Marschall seine Kunden bei der Auswahl und Integration passender Etiketten- und Drucklösungen entlang der gesamten Prozesskette. Ziel ist es, Produktions-und Kennzeichnungsprozesse wirtschaftlicher, stabiler und effizienter zu gestalten.

Technischer Vor-Ort-Service sowie eine anwendungsorientierte Beratung sorgen dabei für praxisgerechte und nachhaltig funktionierende Lösungen.

Etiketten übernehmen heute eine zentrale Funktion innerhalb moderner Produktions-, Logistik- und Verpackungsprozesse. Neben der zuverlässigen Kennzeichnung tragen sie wesentlich zur Markenwahrnehmung, Rückverfolgbarkeit und Prozesssicherheit bei.
Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Material, Druckqualität, Haftung und Verarbeitbarkeit kontinuierlich.

Individuelle Lösungen für unterschiedlichste Anforderungen

Marschall entwickelt individuelle Etikettenlösungen, die technische Anforderungen, hochwertige Druckergebnisse und wirtschaftliche Prozesse optimal miteinander verbinden, exakt abgestimmt auf Produkt, Anwendung und branchenspezifische Anforderungen.



Mehr als 2.700 Kunden vertrauen, bereits auf die Lösungen von Marschall. Gleichzeitig investiert das Unternehmen kontinuierlich in nachhaltige Materialien und innovative Technologien wie InNo-Liner Etiketten, um Ressourcen zu schonen und Unternehmen bei zukünftigen Anforderungen wie der PPWR zu unterstützen.

/// **www.marschall-pw.de**

ES BRAUCHT NICHT VIEL,
NUR DEN RICHTIGEN.

www.schlattner.de

INGENIEURBÜRO SCHLATTNER

DENIOS SETZT AUF WACHSTUM IM BATTERIESPEICHERGESCHÄFT

DENIOS forciert mit neuer Marke den Ausbau von Gewerbe- und Großspeichern

Das Wachstum von Batteriespeichern für Gewerbe- und Industrieanwendungen hat in Deutschland in den vergangenen Jahren deutlich an Dynamik gewonnen. Mit DENIOS energy etabliert die DENIOS Gruppe mit Stammsitz in Bad Oeynhausen, NRW, nun eine eigenständige Marke für Batteriespeicherlösungen und erweitert ihr Portfolio um Batteriespeichermodule für Großspeicherprojekte.

Unterstützt wird das neue Geschäftsmodell durch eine Allianz aus Partnern für Vertrieb, Technik und Service. Damit setzt das ostwestfälische Familienunternehmen ein klares Zeichen für die Energiewende und treibt die Transformation zu einer nachhaltigen Energieversorgung aktiv voran.

Branchenkenner übernimmt Führungsposition

Bereits seit 2018 gestaltet DENIOS die Entwicklung am Batteriespeichermarkt aktiv mit und bietet anschlussfertige, klimatisierte Batteriespeicherlösungen für eine intelligente Stromspeicherung in gewerblichen und industriellen Anwendungen an. Mit der Gründung des eigenständigen Geschäftsbereichs DENIOS energy wird das Geschäftsmodell nun unter Leitung von Dirk Willing zusammen mit seinem Team weiterentwickelt. Willing bringt mehr als 23 Jahre Erfahrung in Vertrieb und Geschäftsentwicklung für erneuerbare Energien, Photovoltaik und Energiespeicher mit. In führenden Positionen bei Schoenergie, Intilion, Siemens, Mercedes-Benz





Neue Marke, neues Gesicht: Dirk Willing übernimmt die Leitung von DENIOS energy

Energy sowie RWE/Innogy hat er den Ausbau zukunftsweisender Energielösungen erfolgreich vorangetrieben.

Neuer Baustein für skalierbare Speicherlösungen

Mit POWER BASE erweitert DENIOS energy sein Portfolio um flexible und skalierbare Batteriespeichermodule sowohl für Großspeicheranwendungen als auch für die smarten Gewerbespeicher POWER SAFE und POWER STORE des Unternehmens. Als lokaler Inverkehrbringer und Ansprechpartner am Standort Deutschland übernimmt DENIOS energy für die Speichermodule Garantie- und Gewährleistungen nach europäischen Vorgaben. Zudem profitieren Kunden von der Internationalität der DENIOS Gruppe mit 24 Landesgesellschaften, die eine effiziente Beschaffung und Qualitätssicherung im Herstellland sicherstellen, insbesondere in China, Amerika und Europa.

Starke Marktdurchdringung durch Partnernetzwerk

DENIOS energy setzt konsequent auf Partnerschaften: Mit den „BESS-ERMACHERN“ entsteht ein von DENIOS energy geführtes Netzwerk, das Vertrieb, Technik und Service im Markt für Batteriespeicher (BESS – Battery Energy Storage Systems) bündelt. Der breite Marktzugang der DENIOS Gruppe schafft dabei die Grundlage für signifikante Skalierungs- und Wachstumseffekte.
Im Herbst lädt das Unternehmen zur Auftaktveranstaltung am Standort Bad Oeynhausen ein und bringt potenzielle Partner erstmals zusammen. Damit legt DENIOS energy den Grundstein für ein skalierbares Geschäftsmodell in einem Zukunftsmarkt mit erheblichem Wachstumspotenzial.

/// **www.denios-energy.com**

Foto: DENIOS



INFRASTRUKTUR ALS SCHLÜSSEL FÜR EINE WIRTSCHAFTLICHE LOGISTIK

Ganzheitliche Ladelösungen für E-Lkw-Flotten

Der Straßengüterverkehr befindet sich im Umbruch. Steigende Anforderungen an Klimaschutz, Energieeffizienz und Versorgungssicherheit führen dazu, dass Unternehmen ihre Transportprozesse neu denken. Elektrische Lastkraftwagen entwickeln sich dabei technisch und wirtschaftlich zu einer tragfähigen Lösung.

Entscheidend für den erfolgreichen Einsatz von E-Lkw ist die Ladeinfrastruktur. Im Gegensatz zum Pkw Bereich geht es im Schwerlastverkehr nicht um einzelne Ladepunkte, sondern um leistungsfähige Systeme, die den täglichen Betrieb zuverlässig sichern. Hohe Batteriekapazitäten, begrenzte Standzeiten und eine hohe Auslastung machen die Energieversorgung zu einem zentralen Erfolgsfaktor.

E-Lkw erfordern neue Infrastrukturen

Die Elektrifizierung von Logistikflotten ist weit mehr als ein Antriebswechsel. Unternehmen stehen vor der Aufgabe, ihre Energieversorgung grundlegend neu zu organisieren. Es gilt zu klären, wie Ladeprozesse in bestehende Betriebsabläufe integriert werden, wie Lastspitzen vermieden werden können und wie sich Energie möglichst effizient am Standort nutzen lässt.

Damit wird Elektromobilität im Schwerlastverkehr zur strategischen Infrastrukturentscheidung. Sie betrifft nicht nur die Ladeleistung, sondern das gesamte Zusammenspiel von Energieerzeugung, -speicherung und -nutzung.

Systemlösungen als Erfolgsmodell

Moderne Ladelösungen für E Lkw funktionieren im Zusammenspiel mehrerer Komponenten. Leistungsfähige Schnellladesysteme bilden dabei die Grundlage für kurze Standzeiten und hohe Verfügbarkeit. Ergänzt werden sie durch intelligentes Last- und Energiemanagement, das Ladeprozesse dynamisch steuert und auf betriebliche Anforderungen abstimmt.

Ein entscheidender Hebel liegt in der Integration eigener Energiequellen. Photovoltaikanlagen ermöglichen die direkte Nutzung von eigen erzeugtem Strom für Ladeprozesse, während Batteriespeicher Lastspitzen abfedern und die Energieverfügbarkeit erhöhen.

Erst dieses Zusammenspiel schafft die Grundlage für wirtschaftlich tragfähige Lösungen. Energie wird dort genutzt, wo sie erzeugt wird, und Ladeinfrastruktur wächst flexibel mit den Anforderungen der Flotte.

Praxisbeispiel aus der Logistik

Wie solche Systemlösungen konkret umgesetzt werden können, zeigt ein Projekt in Ostwestfalen-Lippe. Der regionale Energie- und Infrastrukturdienstleister Westfalen Weser hat für die Spedition Hamann aus Holzminden eine leistungsfähige Ladelösung für den elektrischen Schwerlastverkehr realisiert. Bereits heute laden dort mehrere vollelektrische Lkw zuverlässig im täglichen Einsatz und haben zusammen bereits eine Laufleistung von über 500.000 Kilometern erreicht.

Die Komplettlösung kombiniert hohe Ladeleistungen mit einem dynamischen Lastmanagement und ist gleichzeitig skalierbar ausgelegt. Mit einer installierten Leistung von rund 800 kW werden kurze Ladezeiten und eine hohe Verfügbarkeit ermöglicht.

Förderung als zusätzlicher Impuls

Der Aufbau solcher Infrastrukturen ist mit Investitionen verbunden. Hierbei rücken Förderungen von Ladeinfrastruktur zunehmend in den Fokus. Das Bundesministerium für Verkehr unterstützt mit einer aktuellen Förderung den Aufbau von Ladeinfrastruktur für batterieelektrische schwere Nutzfahrzeuge. Dabei sind sowohl unternehmenseigene Depotstandorte als auch öffentlich zugängliche Ladepunkte entlang logistischer Knotenpunkte förderfähig. Gefördert werden insbesondere Ladepunkte mit hoher Leistung, die den Anforderungen moderner E Lkw gerecht werden.

Foto: Westfalen Weser



Ganzheitliche Umsetzung wird entscheidend

Der Aufbau von Ladeinfrastruktur für E Lkw ist ein komplexer Prozess, der weit über die Installation von Technik hinausgeht. Neben der Ladehardware spielen Netzanschluss, Energieverfügbarkeit, Betriebsführung und Skalierbarkeit eine zentrale Rolle.

Unternehmen sind daher zunehmend auf integrierte Lösungsansätze angewiesen, die diese Aspekte zusammenführen. Anbieter wie Westfalen Weser begleiten Projekte von der Analyse über die Planung bis hin zum Betrieb und ermöglichen so eine wirtschaftlich tragfähige Umsetzung. Ganzheitliche Ladelösungen sind der zentrale Erfolgsfaktor für die Elektrifizierung von E Lkw Flotten. Wer Infrastruktur frühzeitig als integriertes System plant, schafft die Grundlage für einen zuverlässigen und wirtschaftlichen Betrieb.

/// **www.westfalenweser.com/e-mobilitaet**

40 DENIOS YEARS OF SAFETY

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN –
FÜR EINE SICHERE ZUKUNFT.

Seit 40 Jahren unser Ziel: eine Welt ohne Schäden an Mensch und Umwelt.

denios.de/40



RENDITE DER FREIHEIT!

WARUM DEMOKRATIE INNOVATION ERMÖGLICHT.

Bei den Stadtwerken München saßen Kolleg:innen in der Kantine, die sich über eine politische Äußerung so sehr in die Haare bekamen, dass Führungskräfte reagieren mussten. Die Konsequenz: ein Training zur Gegenrede, in dem Beschäftigte lernen, Hassrede zu erkennen und ihr sachlich zu widersprechen. Was nach einem internen Personalthema klingt, entscheidet am Ende auch darüber, ob ein Unternehmen innovationsfähig bleibt. Denn neue Ideen entstehen dort, wo Widerspruch möglich ist, ohne dass er eskaliert – in Teams, in Meetings, in der Entwicklungsabteilung.

Genau diesen Zusammenhang zwischen Freiheit, Vertrauen und wirtschaftlichem Erfolg untersucht eine neue Studie der Bertelsmann Stiftung, die Anfang Juli in Berlin vorgestellt wurde. Ihr Ergebnis, verkürzt gesagt: Demokratie ist kein Kostenfaktor, sondern eine Bedingung dafür, dass sich langfristige Investitionen – in Forschung, in neue Technologien, in Menschen – überhaupt lohnen. Die Rendite der Freiheit zeigt sich nicht auf der nächsten Quartalsbilanz, sondern darin, ob ein Standort auch in zehn Jahren noch etwas zu bieten hat.

Eine Krise, zwei Fronten

Die Studie „Unternehmen in der Demokratie: besorgt, willens, gefordert" beschreibt eine doppelte Krise. Die deutsche Wirtschaft steckt in einer Schwächephase – Energiepreise, geopolitische Unsicherheit, fragile Konjunktur. Parallel gerät die liberale Demokratie unter Druck: Polarisierung, Desinformation, sinkendes Vertrauen in staatliches Handeln. Für Innovationsstandorte ist das eine gefährliche Kombination, denn Forschung und Entwicklung brauchen genau das, was in Krisenzeiten zuerst knapp wird: Verlässlichkeit und einen langen Atem.

Grundlage der Studie ist das IW-Zukunftspanel: Das Institut der deutschen Wirtschaft befragte im Auftrag der Bertelsmann Stiftung von Februar bis April 2026 online 903 Geschäftsführer:innen, Vorstände und Leitungen von Strategieabteilungen. Ergänzend führte das Forschungsinstitut pollytix 25 Tiefeninterviews, Fallstudien der Universität St. Gallen liefern die Praxisbeispiele.

Illustration Press Medien



Freiheit als Kapitalschutz

93 Prozent der Befragten halten Demokratie für den Wirtschaftsstandort Deutschland für wichtig, 70 Prozent sogar für sehr wichtig. Zwischen West und Ost zeigt sich dabei kein Graben, wohl aber ein Gefälle in der Intensität: „sehr wichtig" sagen im Westen 73 Prozent, im Osten 55,7 Prozent – die grundsätzliche Zustimmung liegt in beiden Landesteilen bei über 90 Prozent. Der Grund liegt im Kleingedruckten unternehmerischer Entscheidungen: Wer in Maschinen, Forschung oder eine neue Batteriefabrik investiert, denkt in Zeiträumen, die über einzelne Legislaturperioden hinausreichen. Das funktioniert nur, wenn Verträge gelten, Gerichte unabhängig urteilen, Eigentum geschützt bleibt und Verwaltungen nach nachvollziehbaren Regeln arbeiten. Fehlt diese Verlässlichkeit, steigen nicht nur Risiken – ganze Innovationsvorhaben werden zu teuer, um sie zu wagen.

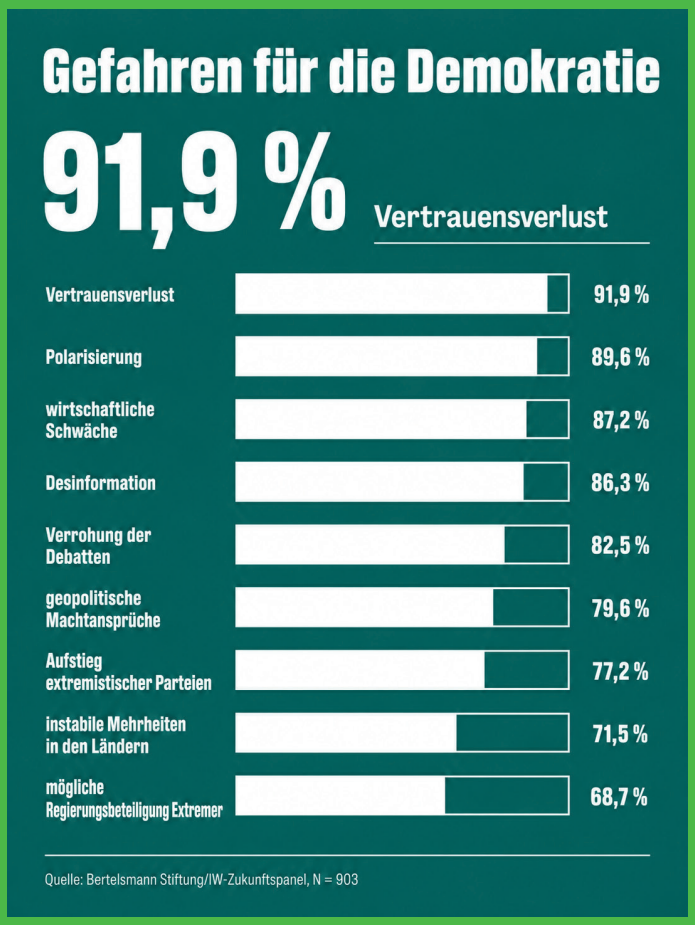
Demokratische Institutionen sind damit, so die Studie, eine Art unsichtbare Infrastruktur – weniger auffällig als Glasfaserkabel oder Stromnetze, für Forschungsinvestitionen aber ebenso entscheidend. Die Autoren bringen es auf eine Formel: „Der Engpass liegt nicht in fehlender Haltung, sondern in konkreter Handlungsfähigkeit und strategischer Weitsicht." Ein Satz, der nicht nur das Demokratieengagement der Wirtschaft beschreibt, sondern gleich das ganze Innovationsproblem des Standorts Deutschland.

Warum offene Debatten Ideen brauchen

Innovation entsteht selten am Reißbrett einer einzelnen Person – sie entsteht dort, wo unterschiedliche Perspektiven aufeinandertreffen und ausgehalten werden. Ökonom:innen argumentieren seit Langem, dass genau das der eigentliche Vorteil offener Gesellschaften ist: freier Informationsfluss, der Schutz von Minderheitsmeinungen und die Möglichkeit, Fehler öffentlich zu benennen, ohne Repressalien fürchten zu müssen. Autoritäre Systeme können kurzfristig schnell entscheiden, tun sich aber schwer damit, eigene Fehlentscheidungen frühzeitig zu korrigieren – weil Kritik von unten dort riskant ist. Offene Gesellschaften zahlen dafür einen Preis in Form von langsameren Entscheidungswegen, gewinnen aber an Fehlerkorrektur und Ideenvielfalt.

Die Studie liefert dafür einen Fingerzeig, ohne es explizit als Innovationsfrage zu formulieren: Für die Befragten ist der Schutz vor staatlicher Willkür und offene Diskurse eine zentrale Voraussetzung für unternehmerisches Handeln. Das deckt sich mit einer Beobachtung aus der Innovationsforschung: Unternehmen, in denen Mitarbeitende Kritik äußern können, ohne Nachteile befürchten zu müssen, entwickeln nachweislich mehr neue Produkte und Prozesse als solche mit strikter Hierarchie.

Genau diese Offenheit gerät jedoch unter Druck. Alle neun in der Studie abgefragten Gefahren für die Demokratie stufen mindestens zwei Drittel der Befragten als relevant ein – an erster Stelle der Vertrauensverlust in Institutionen mit 91,9 Prozent, gefolgt von gesellschaftlicher Polarisierung mit 89,6 Prozent. Ein Klima, in dem Debatten zunehmend als Kampf statt als Austausch wahrgenommen werden, ist tendenziell auch ein Klima, in dem sich Mitarbeitende mit unbequemen, aber innovativen Ideen eher zurückhalten.



Wenn Kolleg:innen aneinandergeraten

92,6 Prozent der Befragten beobachten, dass in politischen Diskussionen selbst kleine Unterschiede so aufgeladen werden, dass sie wie unüberbrückbare Gräben wirken. Mehr als drei Viertel empfinden Debatten insgesamt als emotionaler als früher. Im Betriebsalltag bleibt das bislang meist beherrschbar – knapp 30 Prozent berichten von spürbarer Belastung des Betriebsklimas durch Polarisierung, in größeren Unternehmen ab 50 Beschäftigten steigt der Anteil auf 43 Prozent.

Was hilft, ist laut Studie keine Meinungsvorgabe von oben, sondern das Gegenteil: nachvollziehbare Regeln, ein respektvoller Ton und Räume, in denen Konflikte sachlich verhandelt werden können. Für Innovationsfähigkeit ist das mehr als ein Nice-to-have – Teams, die produktiv streiten können, finden nachweislich robustere Lösungen als Teams, die Konflikte vermeiden. Entscheidend bleibt dabei eine klare Grenze zwischen kontroverser, aber legitimer Meinung und Äußerungen, die Menschen herabwürdigen oder demokratische Grundwerte infrage stellen.

Tempo ja, Demokratieabbau nein

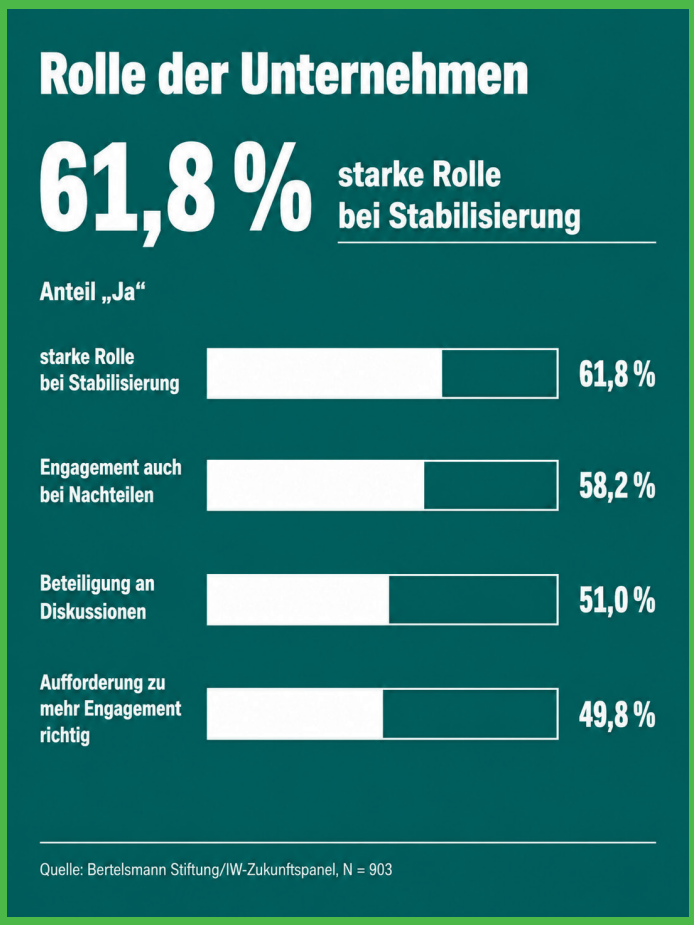
Über 90 Prozent der Befragten finden, demokratische Entscheidungsprozesse dauerten zu lange – gerade für Unternehmen, die auf schnelle Genehmigungen für neue Anlagen oder Forschungsprojekte angewiesen sind, ein handfestes Innovationshemmnis. Wer daraus einen Ruf nach weniger Kontrolle ableitet, liegt allerdings falsch: Fast genauso viele befürworten, dass Regierungshandeln von Opposition und Medien kritisch hinterfragt wird, und rund 70 Prozent halten breite gesellschaftliche Beteiligung an politischen Entscheidungen für wichtig.

Was Unternehmen also wollen, ist keine schlankere, sondern eine schnellere Demokratie: weniger Bürokratie, eine wirksamere Verwaltung – bei gleichbleibender Transparenz und Kontrolle. Die Studienautoren warnen ausdrücklich davor, den Ruf nach Tempo mit einem Ruf nach autoritärer Entscheidungsfindung zu verwechseln. Für kleine und mittlere Betriebe sind lange Genehmigungsverfahren dabei mehr als ein Ärgernis – sie binden Kapazitäten, die für Forschung und Entwicklung fehlen.

Verantwortung ja – aber wessen?

Welche Rolle sollen Unternehmen selbst spielen? 61,8 Prozent wollen, dass die Wirtschaft eine starke Rolle bei der Stabilisierung der Demokratie einnimmt. Mehr als jeder Zweite hält Engagement sogar dann für richtig, wenn es wirtschaftlich wehtut. Deutlich zurückhaltender wird es, sobald es um Fremdbestimmung geht: Nur knapp die Hälfte findet es richtig, wenn von außen mehr Engagement eingefordert wird – 40 Prozent lehnen das ab.

Darin steckt eine Grenzlinie, die viele Unternehmen ziehen: Verantwortung ja, aber selbstbestimmt. Sie unterscheiden zwischen einem glaubwürdigen Bekenntnis zu Rechtsstaat und Menschenwürde und einer parteipolitischen Positionierung, die sie meiden wollen. Für inhabergeführte Betriebe ist das eine besonders heikle Abwägung, weil Person und Unternehmen oft als eins wahrgenommen werden. Die Studie fordert deshalb keine öffentlichen Kampagnen von jedem Betrieb – Engagement kann im eigenen Einflussbereich beginnen: in der Führung, in der Ausbildung, in der Kommunikation.



Viel Engagement, wenig Sichtbarkeit

Rund 80 Prozent der Unternehmen haben sich in den vergangenen drei Jahren in irgendeiner Form für Demokratie engagiert. Nur: Kaum jemand bekommt es mit. Am häufigsten stehen demokratische Werte im Leitbild, gefolgt von Engagement über Verbände und Kammern und internen Stellungnahmen. Öffentlich sichtbare Formate wie Kampagnen oder Wahlaufrufe bleiben dagegen die Ausnahme – öffentliche Wahlaufrufe etwa nennt nicht einmal jedes zehnte Unternehmen.

Das ist kein Zufall, sondern Risikoabwägung: Was intern passiert, lässt sich in Wirkung und Nebenwirkung besser einschätzen als eine öffentliche Kampagne. Und nach innen gerichtetes Engagement ist deshalb nicht automatisch die schwächere Variante. Eine Unternehmenskultur, in der Widerspruch erlaubt ist, und ein glaubwürdiger Umgang mit der eigenen Belegschaft können langfristig mehr bewirken als eine kurzlebige Öffentlichkeitsaktion – und sind zugleich der Nährboden, auf dem neue Ideen entstehen.

Vorbilder aus der Praxis

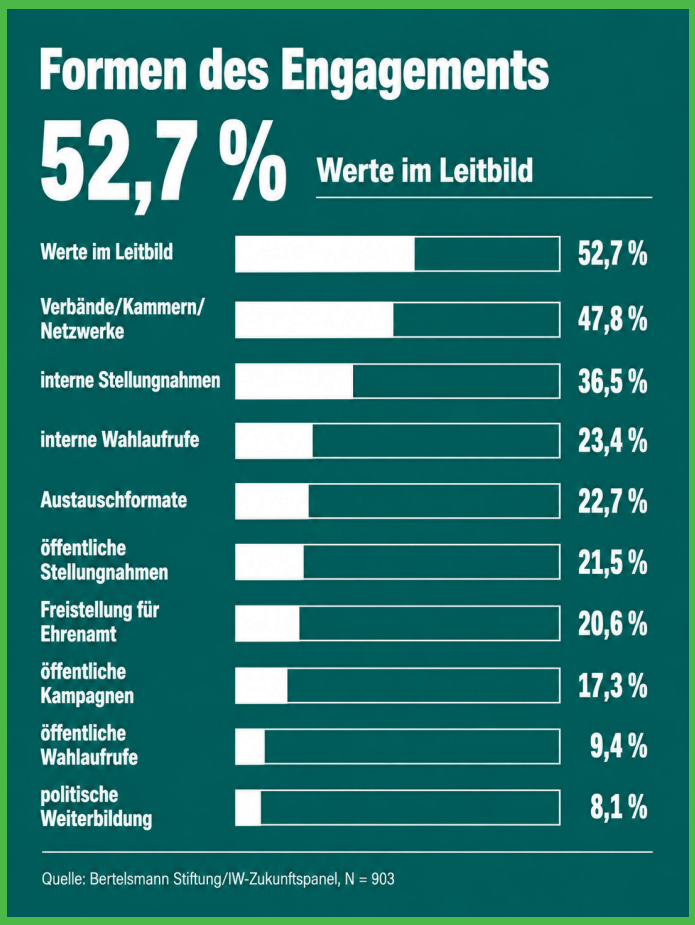
Wie das konkret aussehen kann, zeigen die Fallstudien der Universität St. Gallen. Lufthansa Technik hat Demokratieförderung fest als Teil seines gesellschaftlichen Engagements verankert und unterstützt Workshops für Schülerinnen und Schüler zu Demokratie und Medienkompetenz – über das geförderte Projekt haben die Beschäftigten selbst mitentschieden. Bei den Stadtwerken München entstand aus konkreten Vorfällen im Arbeitsalltag das eingangs erwähnte Gegenrede-Training, das Beschäftigte präventiv stärken soll.

Siemens hat Demokratie 2024 in die Ausbildung aufgenommen: Fake News, Mitbestimmung, Geschichte und Wertebildung, verknüpft mit Diskussionen und kreativen Formaten – ausdrücklich ohne den Azubis eine politische Richtung vorzugeben. Mandy Wenzel, Ausbildungsleiterin in Braunschweig, beschreibt den Ansatz so: „Es ist der Funke, den man setzt.“ Wer künftige Fachkräfte darin schult, Informationen zu prüfen und Perspektiven auszuhalten, investiert damit auch in die Innovationsfähigkeit von morgen. Die Kanzlei GvW Graf von Westphalen nutzt ihre eigene Fachkompetenz: Anwältinnen und Anwälte vermitteln ehrenamtlich in Schulen Wissen über Grundrechte und Rechtsstaatlichkeit.

BASF stärkt mit dem Programm LUnited Vereine in Ludwigshafen und beschreibt dieses Engagement als „eine Investition in den gemeinsamen Wert für Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft gleichermaßen“. Was alle Beispiele eint: Sie knüpfen an das an, was ein Unternehmen ohnehin kann – seine Kompetenzen, seine Beschäftigten, sein regionales Netzwerk. Demokratieengagement wird so kein aufgesetztes Kommunikationsthema, sondern ein logischer Teil der eigenen Verantwortung.

Woran es hakt

Wenn Unternehmen sich dennoch zurückhalten, dann selten aus Angst. Nur gut ein Fünftel fürchtet Boykotte oder Hasskommentare, nur etwa ebenso viele sorgen sich um Konflikte in der eigenen Belegschaft. Das eigentliche Problem heißt Ressourcen: 61,4 Prozent geben an,



schlicht nicht über genug Zeit, Geld oder Personal für stärkeres Engagement zu verfügen – bei kleineren Betrieben kommt oft auch fehlende Kommunikationskompetenz dazu. Fast die Hälfte sieht zudem gar keine originäre Unternehmensaufgabe darin, 40 Prozent wissen schlicht nicht, wie ein sinnvolles Engagement aussehen könnte.

Zurückhaltung ist also weniger Abwehrhaltung als betrieblicher Pragmatismus: Was lässt sich mit vertretbarem Aufwand überhaupt stemmen? Gerade kleinere Betriebe brauchen deshalb keine zusätzlichen Erwartungen, sondern niedrigschwellige Formate – bestehende Netzwerke, gemeinsame Projekte, erprobte Konzepte zum Nachmachen.

Tempo gegen Sorgfalt: die Berliner Debatte

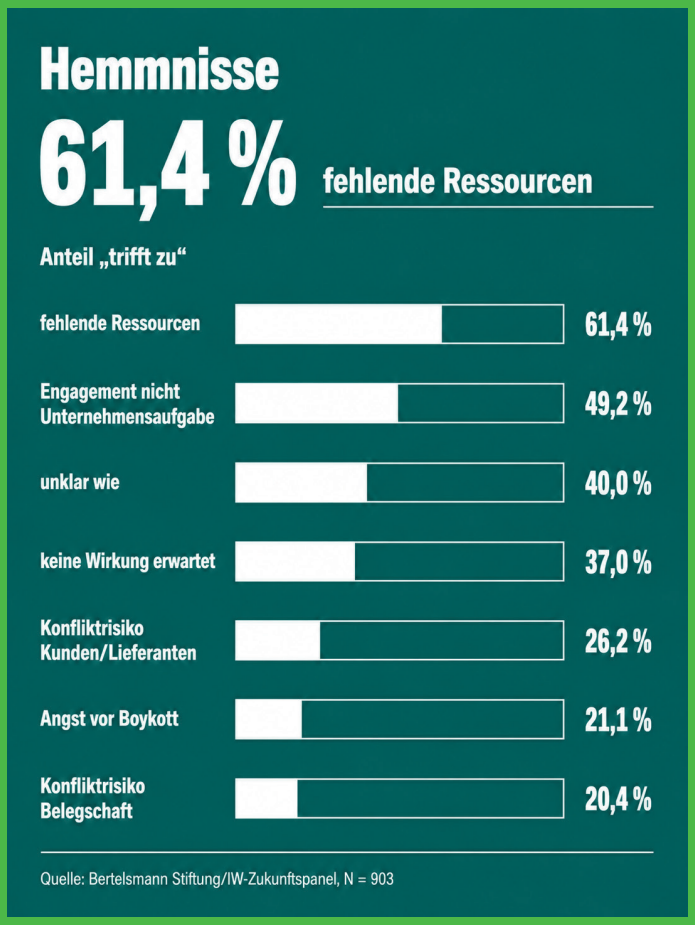
Am 6. Juli wurde die Studie im Haus der Bertelsmann Stiftung in Berlin vorgestellt und mit Gästen aus Politik, Wirtschaft, Verbänden und Zivilgesellschaft diskutiert. Nach der Präsentation durch Studienautor Matthias Diermeier vom Institut der deutschen Wirtschaft und Rebekka Vollmer von der Bertelsmann Stiftung sprachen auf dem von Dominik Hierlemann moderierten Podium der neue Bertelsmann-Stiftung-Vorstand Andreas Pinkwart, BDI-Hauptgeschäftsführerin Tanja Gönner und der stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Sepp Müller.

Einig war man sich vor allem in einem Punkt: Demokratische Politik muss schneller werden, ohne ihre Sorgfalt zu verlieren. In Zeiten mehrerer gleichzeitiger Krisen wächst der Druck zu handeln – doch demokratische Entscheidungen brauchen Beteiligung und tragfähige Kompromisse, die sich nicht erzwingen lassen. Ein zweiter Gedanke der Runde: Demokratie ist keine Aufgabe, die sich an den Staat delegieren lässt. Jede und jeder kann im eigenen Umfeld etwas beitragen. Reformen, so der Tenor, sollten dabei nicht in erster Linie darauf zielen, extreme Parteien zu verhindern, sondern aus dem eigenen Anspruch entstehen, bessere Lösungen anzubieten.

Geteilte Verantwortung statt neuer Überforderung

Die Studie warnt ausdrücklich davor, Unternehmen zum alleinigen Rettungsanker der Demokratie zu erklären. Von der Politik erwarten die Befragten vor allem eines: Handlungsfähigkeit. Verbände, Kammern und Zivilgesellschaft wiederum sollten weniger appellieren und mehr liefern – praktische Hilfen, erprobte Formate, feste Ansprechpartner. Gerade kleinere Unternehmen brauchen verlässliche Partner, keine zusätzlichen Erwartungen.

Für Unternehmen selbst heißt das: Führung zeigen, ohne politische Haltungen vorzuschreiben. Gemeinsame Regeln festlegen, Grenzen benennen, glaubwürdig vorleben. Und akzeptieren, dass Vertrauen kein Projekt mit Enddatum ist. Es entsteht über Jahre – aus verlässlichen Institutionen und der Erfahrung, dass sich Konflikte klären lassen, ohne dass darüber der Zusammenhalt zerbricht.



Die Rendite der Freiheit

Ob Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Dekarbonisierung oder demografischer Wandel – die anstehenden Investitionen sind gewaltig, und sie sind im Kern Innovationsinvestitionen. Sie gelingen nur mit einem verlässlichen gesellschaftlichen Rahmen, funktionierenden Institutionen und Konflikten, die sich überprüfbar lösen lassen. Demokratie ist damit kein weiches Zusatzthema für gute Zeiten, sondern die Bedingung dafür, dass sich das Wagnis Innovation überhaupt lohnt.

Eine Zahl lässt sich dieser Rendite nicht direkt zuordnen – die Studie misst Einstellungen, keine Bilanzen. Doch die Logik ist stimmig: Rechtssicherheit schützt Investitionen, offene Diskurse verbessern Ideen, und eine Unternehmenskultur, die Widerspruch aushält, findet robustere Lösungen als eine, die ihn unterdrückt. Freiheit zahlt sich damit nicht sofort aus, aber verlässlich – als Fähigkeit, auch in zehn Jahren noch etwas Neues zu wagen.

Die eigentliche Aufgabe liegt jetzt darin, aus der hohen Grundzustimmung zur Demokratie belastbare Strukturen zu machen. Das bedeutet nicht, dass jedes Unternehmen politisch Stellung beziehen muss – wohl aber, dass es weiß, welche Werte für die eigene Zusammenarbeit gelten und welchen Beitrag es im eigenen Umfeld leisten kann. Gerade der Mittelstand bringt dafür beste Voraussetzungen mit: langfristiges Denken, persönliche Verantwortung, enge regionale Bindungen.

Demokratische Stabilität ist kein Werk einzelner Akteure. Sie wächst dort, wo Institutionen funktionieren, Unternehmen Verantwortung übernehmen und Menschen erleben, dass Beteiligung und Kompromiss tatsächlich zu etwas führen. Vertrauen ist dabei keine abstrakte Größe, sondern eine wirtschaftliche Ressource – und die Grundlage jeder Innovation, die sich erst noch auszahlen muss.

/// Text: Peer-Michael Preß

ES IST EURE ZUKUNFT!

Und wir unterstützen euch dabei!

1. **Mit eurer klar definierten Marke**
2. **Mit eurer neuen Markenbotschaft**
3. **Mit eurem neuen, zur Marke passenden Design**
4. **Mit eurer Kommunikationsstrategie**
5. **Mit neuer Website und Suchmaschinen- bzw. Onlinemarketing**
6. **Mit zielgerichtetem Social-Media-Marketing**

Freundeskreis

Werbeagentur für Marke, Design und Kampagne: freundeskreis.ms



KLETTERGREIF GMBH

Oben bleiben! Die Klettergreif GmbH sorgt für Sicherheit an hochlegenden Arbeitsplätzen

Seit über zehn Jahren steht die Klettergreif GmbH für höchste Qualität und Verlässlichkeit im Bereich Höhensicherheit. Mit mehr als 1.032 durchgeführten Schulungen, 6.421 geschulten Teilnehmerinnen und Teilnehmern sowie jährlich 7.876 geprüften PSAgA-Artikeln zählt das Unternehmen zu den erfahrensten Anbietern in Ostwestfalen-Lippe.

Ob auf Dächern, in Industrieanlagen oder an anspruchsvollen Höhenarbeitsplätzen – Sicherheit beginnt mit Wissen. Unsere qualifizierten, praxisorientierten Schulungen vermitteln genau das Know-how, das Fachkräfte im beruflichen Alltag benötigen. Ergänzend dazu übernehmen wir die fachgerechte Prüfung und Revision von PSAgA, damit Ihre Ausrüstung jederzeit den aktuellen Sicherheitsstandards entspricht.

Als Trainingsanbieter und anerkannter Ausbildungs und Schulungsbetrieb der FSBS sind das sichere Begehen von Arbeitsplätzen in der Höhe sowie das Retten von darin verunfallten Personen wichtige Schwerpunkte unserer Arbeit! Mit unserem umfassenden Angebot sorgen wir für das MEHR an Sicherheit in Ihrem Unternehmen – zuverlässig, kompetent und regional verankert.

Höhensicherheitsschulung im Beruflichen Kontext

Haben Sie Arbeitsplätze mit Höhenarbeit oder Absturzgefahr zu verantworten? Dann können wir Ihnen dabei helfen, diese Arbeitsplätze sicherer zu gestalten. Zwar hat sich die Zahl der Absturzunfälle in den letzten Jahren nach Angaben der Berufsgenossenschaft der Bauwirtschaft reduziert mit knapp 7.000 Unfällen jährlich ist die Anzahl der Verunfallten (in diesem Fall nur im Baubereich) aber immer noch viel zu hoch!

Fotos: Klettergreif

Aktuelle Bezeichnung	Vorherige Bezeichnung	Titel
DGUV Regel 112-198	BGR/GUV-R 198	Benutzung von persönlichen Schutzausrüstungen gegen Absturz
DGUV Regel 112-199	BGW/GUV-R 199	Benutzung von persönlichen Schutzausrüstungen gegen Absturz
DGUV Regel 113-004		Behälter, Silos und enge Räume
DGUV Grundsatz 312-906	BGG 906	Auswahl, Ausbildung und Befähigungsnachweis von Sachkundigen für persönliche Schautzausrüstung gegen Absturz
DGUV Vorschrift 1	BGV A1	Grundsätze der Prävention

Warum eine Sicherheitsschulung oder Unterweisung?

Die gewerblichen Unfallversicherer für Beschäftigte an hohen Arbeitsplätzen mit Absturzgefahr fordern für ihre Versicherten eine Unterweisung im Gebrauch der persönlichen Schutzausrüstung gegen Absturz (PSAgA) nach der DGUV Regel 112-198. Deshalb muss der Arbeitgeber sicherstellen, dass jede Person, die Höhenarbeiten ausführt, hinsichtlich des richtigen Gebrauchs von PSAgA und Absturzsicherungssystemen vollständig informiert und geschult ist.

Auszug aus der DGUV Regel 112-198

Der Unternehmer hat nach §4 Unfallverhütungsvorschrift „Grundsätze der Prävention“ (BGV A1) die Versicherten vor der ersten Benutzung und nach Bedarf, mindestens jedoch einmal jährlich, zu unterweisen.

Des Weiteren ist ein Training der Verfahren für die Rettung eines Verunfallten aus einem hoch gelegenen Arbeitsplatz mit Absturzgefahr nach DGUV Regel 112-199 sinnvoll und notwendig. Unsere qualifizierten Schulungen sorgen für das MEHR an Sicherheit, denn bei zu verrichtender Höhenarbeit ist beste Technik allein nicht ausreichend, um Unfälle zu vermeiden.

Wir ermitteln Ihren individuellen Schulungsbedarf

Wir erstellen Ihnen ein individuelles Trainingsangebot, das auf Ihre betrieblichen Anforderungen und Aufgabenstellungen zugeschnitten ist. Die Schulungen können sowohl bei Ihnen vor Ort, als auch in unserem Höhensicherheitszentrum in der Vertical Area OWL erfolgen. Alle Trainings bestehen aus theoretischen Unterweisungen und praktischen Übungen mit der zu verwendenden PSAgA.

Theorie & Praxis- Wir Trainieren um Sicher in Höhen und Tiefen Unterwegs zu sein!

In unseren kundenspezifischen Unterweisungen – auch bei Ihnen vor Ort – vermitteln wir die Kenntnisse in Theorie und Praxis, um die PSAgA (persönliche Schutzausrüstung gegen Absturz) im gewerblichen Bereich sicher anzuwenden. Wir zeigen Ihnen die grundlegenden Methoden für die einfache Handhabung von Auffanggurten, Verbindungsmitteln, Höhensicherungsgeräten, mit-





laufenden Auffangeinrichtungen und der fachgerechten Arbeitsplatzpositionierung unter Verwendung der PSAgA. Damit setzen Sie auch relevante Teile der DGUV Regel „Grundsätze der Prävention“ Vorschrift 1 um. Wir unterweisen gezielt für Ihren Aufgabenbereich, was die Effektivität und Nachhaltigkeit des Trainings steigert und somit die Arbeitssicherheit erhöht.
Die Schulungen erfolgen in der Regel bei uns im Trainingszentrum in der Vertical Area OWL oder vor Ort bei Ihnen im Betrieb. Die Trainings umfassen je nach Bedarf einen Umfang von 4-18 Stunden für die Theoretischen und Praktischen Trainingseinheiten. In dem Praxisblock werden relevante Teile aus der DGUV Regel 112-198/199 trainiert, um die betrieblichen Arbeitssituationen mit dem Einsatz von PSAgA zu erfüllen und um Unfälle zu vermeiden. Die Schulungsdauer richtet sich dabei stark nach den Anforderungen in Ihrem Arbeitsfeld bzw. betrieblichen Alltag.

Höhenrettung an Hochgelegten Arbeitsplätzen

In Industriebetrieben jeglicher Art finden sehr häufig Arbeiten in absturzgefährdeten Bereichen statt. Was die Schulung von Mitarbeitern zum Thema Absturzsicherheit betrifft, ist man heute schon deutlich weiter als vor etwa zehn Jahren. Man sorgt sich um seine in der Höhe arbeitenden Mitarbeiter und schult diese im Umgang mit ihrer persönlichen Schutzausrüstung gegen Absturz (PSAgA). Doch was passiert im Falle eines (Un-)Falls? Oftmals werden die Mitarbeiter im wahrsten Sinne des Wortes „hängengelassen“, da die Abläufe und das richtige Verhalten bei einer Rettungssituation nicht oder nicht richtig beschrieben werden. Manchmal gibt es auch nur einen Verweis auf die örtliche Feuerwehr oder die Höhenrettung der Feuerwehr. Das macht den zentralen Fehler bei den Rettungskonzepten im Bereich von Industriebetrieben deutlich: Viel zu oft kann keine richtige Rettung sichergestellt werden, da man sich auf die Feuerwehren als alleinige Hilfe verlässt. Auch der zunehmende Einsatz von Seiltechnik und PSAgA Anwendern benötigt in diesem Bereich ein der speziellen Situation angepasstes Rettungskonzept. Denn hier geht es oft nicht nur um die Absturzsicherung, sondern um die Situation, wenn Mitarbeiter schon in die Sicherung gefallen sind. (DGUV Regel 112-199)

Das richtige Equipment immer Einsatzbereit

Damit Sie auf dem aktuellen Stand der Technik sicher arbeiten können, beraten wir Sie gerne bei der Auswahl der für Ihr Unternehmen und Ihre Arbeitsbedingungen geeigneten PSAgA. Zudem übernehmen wir die Prüfung vorhandener Fallschutztechnik. Bei Bedarf kümmern wir uns um Ersatzteile und Neugeräte und warten bzw. re-

Fotos: Klettergreif

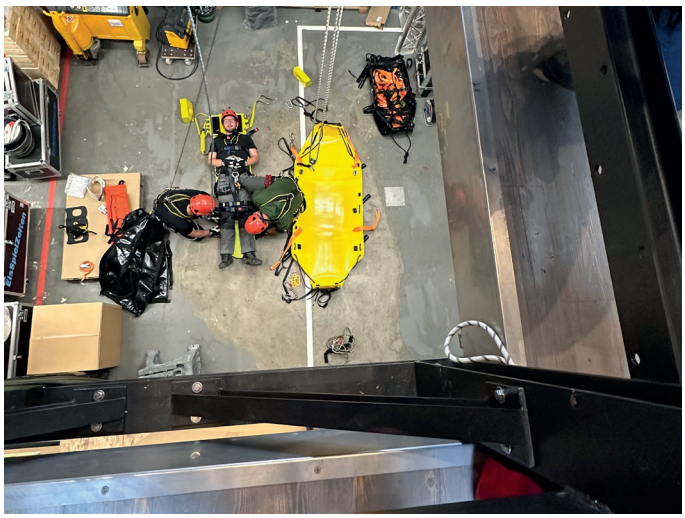




visionieren Ihre Vollautomaten, Höhensicherungsgeräte und PSAgA. Sprechen Sie uns einfach an: Unser erfahrenes Team steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite!

Prüfung der PSAgA nach DGUV Grundsatz 312-906

Persönliche Schutzausrüstungen gegen Absturz– kurz PSAgA – müssen hohen Anforderungen genügen! Neben einer fach- und sachgerechten Anwendung ist nach DGUV Regel 112-198 (Einsatz von persönlicher Schutzausrüstung gegen Absturz) sowie nach DGUV Regel 112-199 (Benutzung von persönlichen Schutzausrüstungen zum Retten aus Höhen und Tiefen) jedes Unternehmen dazu verpflichtet, mindestens einmal jährlich eine Prüfung dieser lebensrettenden Systeme durch einen Sachkundigen durchführen zu lassen. Als erfahrener Anbieter für sicherheitstechnische PSAgA übernehmen wir die fachgerechte Prüfung und Zertifizierung Ihrer im Betrieb genutzten Produkte nach PSAgA-Richtlinien.



Vertical Area OWL – Höhensicherheitszentrum in Ostwestfalen Lippe/Detmold

In unserer Vertical Area OWL in Detmold bieten wir Ihnen eines der modernsten Höhensicherheitszentren der Region. Hier vermitteln wir den sicheren Umgang mit unterschiedlichster PSAgA und schulen das fachgerechte Retten aus Höhen und Tiefen – praxisnah, realitätsgetreu und begleitet von erfahrenen Ausbilderinnen und Ausbildern.

Unsere Trainingsumgebung ermöglicht es uns, Ihre konkreten Arbeitssituationen realistisch abzubilden. So können wir alltägliche wie auch komplexe Einsatzszenarien nachstellen und Ihre Mitarbeiter optimal auf die Herausforderungen im beruflichen Höhenumfeld vorbereiten.

Dafür stellen wir eine große Auswahl an gängiger und spezieller PSAgA bereit, sodass Ihre Mitarbeitenden mit genau den Systemen trainieren, die später im Einsatz relevant sind. Unterstützt wird unser Unterricht durch eine moderne Multimediaausstattung, die Lehrinhalte



anschaulich macht und komplexe Abläufe verständlich vermittelt.

Mit der Vertical Area OWL schaffen wir einen Ort, an dem Wissen, Praxis und Sicherheit zusammenkommen – für professionelle Höhensicherheit in Ostwestfalen-Lippe.

/// **www.klettergreif.com**



INTERVIEW MIT AXEL VOSS, MARKETING-EXPERTE UND GESCHÄFTSFÜHRER VON TEAM4MEDIA

„Gutes Design reicht nicht – Marketing muss Wirkung erzeugen“

Viele mittelständische Unternehmen stehen heute vor einer paradoxen Situation: Sie leisten gute Arbeit, haben gewachsene Kundenbeziehungen, qualifizierte Mitarbeitende und oft ein starkes Produkt- oder Dienstleistungsangebot. Gleichzeitig wird es immer schwieriger, diese Stärken sichtbar zu machen. Märkte sind dichter geworden, Entscheidungsprozesse komplexer, Fachkräfte knapper und digitale Kanäle unübersichtlicher.

Was früher über Empfehlungen, persönliche Kontakte und klassische Vertriebsarbeit funktionierte, reicht heute häufig nicht mehr aus. Unternehmen müssen auffindbar, verständlich, glaubwürdig und wiedererkennbar sein – bei Kunden, Bewerberinnen und Bewerbern, Geschäftspartnern und in der eigenen Region. Genau hier setzt strategisches Marketing an.

Wir haben mit Axel Voss, Marketing-Experte und Geschäftsführer der Werbeagentur team4media aus Osnabrück, darüber gesprochen, was moderne Unternehmenskommunikation leisten muss, wie mittelständische Unternehmen Marketing sinnvoll strukturieren und warum gutes Marketing heute ein direkter Erfolgsfaktor für Vertrieb, Recruiting und Markenaufbau ist.

Fotos: team4media



Axel Voss, Marketing-Experte und Geschäftsführer von team4media

Herr Voss, was ist heute für Unternehmen in Kommunikation und Werbung besonders wichtig?
Entscheidend ist Klarheit. Viele Unternehmen kommunizieren sehr viel, aber nicht immer sehr eindeutig. Kunden müssen schnell verstehen: Wer ist dieses Unternehmen? Was bietet es an? Für wen ist es relevant? Und warum sollte ich genau dort anfragen, kaufen oder mich bewerben? Gute Kommunikation beginnt deshalb nicht mit einem schönen Motiv oder einem einzelnen Social-Media-Beitrag, sondern mit einer klaren Positionierung. Erst wenn ein Unternehmen weiß, wofür es stehen will, kann daraus wirksame Werbung entstehen. Heute kommt noch ein weiterer Punkt hinzu: Konsistenz. Website, Social Media, Broschüren, Präsentationen, Newsletter, Stellenanzeigen und persönliche Vertriebskommunikation müssen zusammenpassen. Wenn jedes Medium anders klingt und anders aussieht, entsteht kein klares Bild. Ein stimmiger Auftritt schafft Vertrauen – und Vertrauen ist ein enorm wichtiger Erfolgsfaktor.

Was ist aus strategischer Sicht sinnvoll, bevor Unternehmen einzelne Marketingmaßnahmen starten?
Unternehmen sollten zuerst ihre Ziele definieren. Wollen sie mehr Anfragen? Mehr Bekanntheit in der Region? Eine stärkere Arbeitgebermarke? Einen neuen Markt erschließen? Bestehende Kunden stärker binden? Oder den Vertrieb mit besseren Unterlagen und digitalen Kontaktpunkten unterstützen? Ohne Ziel wird Marketing schnell Aktionismus. Dann wird eine neue Website gebaut, weil die alte nicht mehr gefällt. Oder Social Media wird gestartet, weil andere es auch machen. Strategisch sinnvoll wird es erst, wenn jede Maßnahme eine Aufgabe erfüllt. Zunächst starten wir mit Analyse und Beratung. Wir schauen uns an, wie ein Unternehmen aktuell auftritt. Welche Zielgruppen sind relevant? Welche Botschaften fehlen? Welche Kanäle sind wirklich sinnvoll? Und wo liegt das größte Potenzial? Daraus entsteht ein Fahrplan, der Prioritäten setzt und Maßnahmen miteinander verbindet.

Wie strukturiert man Marketing zielführend und ergebnisorientiert?
Ein wirksames Marketing braucht aus meiner Sicht drei Ebenen: Strategie, Umsetzung und Steuerung. Die Strategie beantwortet die Grundfragen: Wofür steht das Unternehmen? Wen möchte es erreichen? Welche Botschaften sind entscheidend? Die Umsetzung übersetzt diese Strategie in konkrete Maßnahmen – also Website, Content, Kampagnen, Social Media, Print, Newsletter, Messekommunikation oder Recruiting-Material. Die Steuerung prüft dann regelmäßig: Was funktioniert? Wo entstehen Anfragen? Welche Inhalte werden genutzt? Welche Maßnahmen zahlen auf die Ziele ein? Meiner Meinung nach ist es wichtig, Marketing nicht als Sammlung einzelner Aufgaben zu betrachten. Es muss ein funktionierendes Zusammenspiel entstehen. Ein guter Webseiten-Inhalt kann für Google wichtig sein, gleichzeitig dem Vertrieb helfen und parallel als Social-Media-Beitrag oder Newsletter-Thema verlinkt werden. Genau diese Verzahnung macht Marketing effizienter.

Was kann Marketing für mittelständische Unternehmen konkret leisten?
Sehr viel – Marketing kann Sichtbarkeit schaffen, Vertrauen aufbauen, Leistungen verständlich erklären, Vertriebsimpulse setzen und Arbeitgeberattraktivität stärken.
Gerade mittelständische Unternehmen haben Erfahrung, Qualität, Kundennähe, technische Kompetenz oder besondere Serviceleistungen. Aber diese Stärken sind nach außen nicht immer sichtbar. Marketing macht diese Substanz greifbar.
Ein Beispiel: Ein Unternehmen sagt intern vielleicht: „Wir sind zuverlässig und lösungsorientiert." Das ist gut, aber noch keine starke Botschaft. Marketing muss daraus konkrete Belege machen: Referenzen, Fallstudien, Kundenstimmen, Leistungsseiten, Projektberichte, Einblicke in Prozesse oder klare Nutzenargumente. So entsteht Glaubwürdigkeit.

Welche Werkzeuge sind heute besonders wirksam?
Es gibt nicht das eine Werkzeug, das für alle Unternehmen funktioniert. Aber einige Bausteine sind fast immer wichtig. Die Website ist nach wie vor der zentrale Anker. Sie muss professionell wirken, gut strukturiert sein, Leistun-

gen klar erklären und für Suchmaschinen sowie KI-Systeme verständlich aufbereitet sein. Dazu kommen starke Inhalte: Referenzen, Fachbeiträge, Projektberichte, FAQ, Landingpages und gute Bildwelten, die sich auch bewegen dürfen. Social Media kann dann wertvoll sein, wenn es strategisch genutzt wird. Nicht jedes Unternehmen muss sklavisch jeden Kanal bespielen. Aber LinkedIn, Instagram oder youtube können helfen, Sichtbarkeit aufzubauen, Einblicke zu geben, Expertise zu zeigen und Arbeitgeberthemen zu platzieren. Für den Vertrieb sind außerdem Präsentationen, Broschüren, Angebotsunterlagen, Newsletter und gezielte Kampagnen als Landingpages mit Ads-Schaltungen zielführend. Im Recruiting zählen Karriereseiten, Arbeitgeberkampagnen, authentische Mitarbeitenden-Inhalte und klare Stellenanzeigen.

Wie verzahnt man diese Werkzeuge effektiv?
Indem man nicht vom Kanal aus denkt, sondern vom Ziel und vom Inhalt. Eine gute Botschaft sollte nicht nur einmal verwendet werden. Wenn ein Unternehmen ein starkes Referenzprojekt hat, kann daraus vieles entstehen: eine Website-Referenz, ein LinkedIn-Beitrag, ein Newsletter-Thema, ein Vertriebsargument, ein Messegespräch und vielleicht ein kurzes Video oder eine Anzeige. Diese Mehrfachnutzung ist besonders für mittelständische Unternehmen sinnvoll, weil Ressourcen und Budgets verantwortlich eingesetzt werden sollten. Es geht nicht darum, permanent neuen Content zu produzieren, sondern relevante Inhalte intelligent aufzubereiten und kanalpassend zu modifizieren und auszuspielen. Ein Redaktionsplan, klare Verantwortlichkeiten, definierte Freigabeprozesse und ein einheitliches Erscheinungsbild sind einfache, aber sehr wirksame Grundlagen.

Kann Marketing-Erfolg gemessen werden?
Ja, aber man muss vorher festlegen, was Erfolg bedeutet. Nicht jede Maßnahme hat dasselbe Ziel. Bei einer Kampagne kann es um Leads gehen, bei einer Karriereseite um Bewerbungen, bei einer Website um Sichtbarkeit, Kontaktanfragen oder Verweildauer und bei Social Media vielleicht um Reichweite, Interaktion oder den Aufbau einer Community. Wichtig ist, nicht nur oberflächliche Kennzahlen zu betrachten. Viele Likes sind schön, aber nicht automatisch geschäftsrelevant. Kommen die richtigen Menschen mit dem Unternehmen in Kontakt und erzeugen Anfragen? Verbessert sich die Auffindbarkeit? Wirken die Vertriebsimpulse und bewerben sich die passenden Personen auf die Stellenvakanzen? Der Marketing-Erfolg ist dann qualitativ messbar, wenn Ziele und Kennzahlen definiert und mit einer Zielsetzung formuliert sind.

Welche Rolle spielt KI im Marketing?
KI verändert Marketing deutlich, aber KI ersetzt keine Strategie. Sie kann helfen, Inhalte schneller zu strukturieren, Varianten zu entwickeln, Daten auszuwerten oder Prozesse effizienter zu machen. Auch bei der Suchmaschinen- und KI-freundlichen Aufbereitung von Inhalten wird sie wichtiger. Aber KI braucht Führung und klare Vorgaben. Wenn die Positionierung unklar ist, produziert KI nur mehr beliebigen Content. Unternehmen müssen wissen, welche Botschaften richtig sind, welche Tonalität passt und welche Inhalte fachlich belastbar sind. In unserer täglichen Agenturarbeit bei team4media sehen wir KI als Werkzeug, nicht als Ersatz für Kreativität, Erfahrung und strategisches Denken. Richtig eingesetzt kann sie Prozesse beschleunigen und neue Möglichkeiten eröffnen. Aber die Verantwortung für Qualität, Haltung und Relevanz bleibt beim Menschen.

Welche Zielvorgaben sollte ein Unternehmen definieren?
Ein Unternehmen sollte Ziele in drei Bereichen definieren: Markt, Vertrieb und Arbeitgebermarke. Im Markt geht es um Bekanntheit, Positionierung und Sichtbarkeit. Im Vertrieb geht es um konkrete Anfragen, bessere Gesprächsvorbereitung, erklärende Inhalte und Kundenbindung. In der Arbeitgeberkommunikation geht es um Bewerbungen, Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber und die Ansprache passender Fachkräfte. Daraus lassen sich konkrete Ziele ableiten: mehr qualifizierte Website-Anfragen, bessere Google-Sichtbarkeit in bestimmten Regionen, mehr Bewerbungen über die Karriereseite, höhere Newsletter-Relevanz oder eine stärkere LinkedIn-Präsenz bei definierten Zielgruppen. Marketing ist ein kontinuierlicher Prozess.

Wie können Unternehmen sich positionieren, um Vertrieb und Recruiting besser zu unterstützen?
Unternehmen sollten ihre Besonderheiten klar herausarbeiten. Viele Unternehmen beschreiben nur, was sie tun. Entscheidend ist aber, warum das für die gewünschte und zu adressierende Zielgruppe relevant und interessant ist.
Im Vertrieb bedeutet Positionierung: Welche Probleme lösen wir? Welche Vorteile bieten wir? Warum sind wir verlässlich? Welche Erfahrung können wir belegen? Welche Ergebnisse erzielen wir?
Im Recruiting bedeutet Positionierung: Warum sollte jemand hier arbeiten? Was macht die Kultur aus? Welche Entwicklungsmöglichkeiten gibt es? Wie wird geführt? Was macht das Team besonders?
Wenn diese Fragen klar beantwortet werden, entstehen starke Inhalte für die Unternehmenswebseite, Social

Fotos: team4media



team4media ist eine etablierte Agentur aus Osnabrück mit den Schwerpunkten Marketing-Strategie, Design, Web, Print, Messe und Film/Video.

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

Media, Kampagnen und Stellenanzeigen, so dass im Ergebnis Marketing für Vertrieb und Personalabteilung arbeitet.

Warum ist eine Agentur wie team4media dabei ein sinnvoller Partner?
Weil viele Unternehmen zwar wissen, dass sie etwas tun müssen, aber intern nicht die Zeit, Struktur oder Spezialkompetenz haben, um Marketing konsequent umzusetzen. Eine gute Agentur bringt den Blick von außen, strategische Erfahrung und die nötigen Fachdisziplinen zusammen. Das ist für Unternehmen ein großer Vorteil, weil nicht jede Maßnahme einzeln gedacht wird. Unser Ziel ist nicht, Unternehmen einfach mehr Werbung zu verkaufen. Unser Ziel ist, Marketing so aufzubauen, dass es Wirkung erzeugt: sichtbarere Marken, bessere Vertriebsunterstützung, stärkere Arbeitgeberkommunikation und ein professioneller Auftritt, der zur Leistungsfähigkeit des Unternehmens passt.

Wann ist ein guter Zeitpunkt die Außendarstellung und die Unternehmenskommunikation zu verbessern?
Meiner Meinung nach ist hier ein kontinuierliches Arbeiten angezeigt, nachdem man die passende Strategie bestimmt hat. Nicht warten, bis Kommunikation zum Problem wird. Viele Unternehmen beschäftigen sich erst mit Marketing, wenn die Website veraltet ist, Bewerbungen ausbleiben oder der Vertrieb merkt, dass Wettbewerber sichtbarer sind.
Besser ist es, Marketing als festen Bestandteil der Unternehmensentwicklung zu verstehen. Wer heute klar kommuniziert, baut Vertrauen für morgen auf. Und wer sichtbar macht, was ihn stark macht, hat bessere Chancen, Kunden, Mitarbeitende und Partner zu überzeugen.

Lust auf ein Gespräch, um Ihre Fragen zu stellen?
team4media freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:

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



RAUS AUS DER PYRAMIDE:

Warum mittelständische Unternehmen Verantwortung neu organisieren müssen

Viele Unternehmen wollen schneller, eigenverantwortlicher und innovativer werden. Sie führen agile Methoden ein, sprechen von New Work und wünschen sich mehr Unternehmertum.

Im Alltag bleibt oft eine alte Logik wirksam: Entscheidungen wandern nach oben, Führungskräfte werden zum Engpass, Teams warten auf Freigaben. Das Problem liegt im Design der Organisation.

Wer Verantwortung neu organisieren will, sollte mit einer unbequemen Frage beginnen: Ist wirklich klar, wer wofür entscheiden darf?

In vielen Betrieben lautet die ehrliche Antwort: teilweise. Aufgaben sind beschrieben, Stellen benannt, Bereiche sortiert. Aber zwischen Aufgabe und Entscheidung liegt häufig eine Lücke. Dort entstehen Reibung, Absicherung und Meeting-Schleifen.

Ein hilfreiches Denkbild ist das Verantwortungsdreieck. Verantwortung wird wirksam, wenn drei Seiten zusammenpassen: klare Aufgabe, echter Entscheidungsspielraum und nachvollziehbare Konsequenzen. Fehlt eine Seite, entsteht Scheinselbstständigkeit. Teams sollen „unternehmerisch denken“, dürfen aber Budgets nicht beeinflussen. Führungskräfte sollen „loslassen“, werden aber weiter an Detailkontrolle gemessen.

Die Pyramide hat lange Ordnung geschaffen. In stabilen Märkten konnte sie effizient sein: oben Überblick, unten Ausführung. Doch je komplexer Kundenanforderungen und Geschäftsmodelle werden, desto problematischer wird diese Trennung. Die beste Information liegt oft nah am Kunden, Produkt oder Prozess. Wenn Entscheidungen

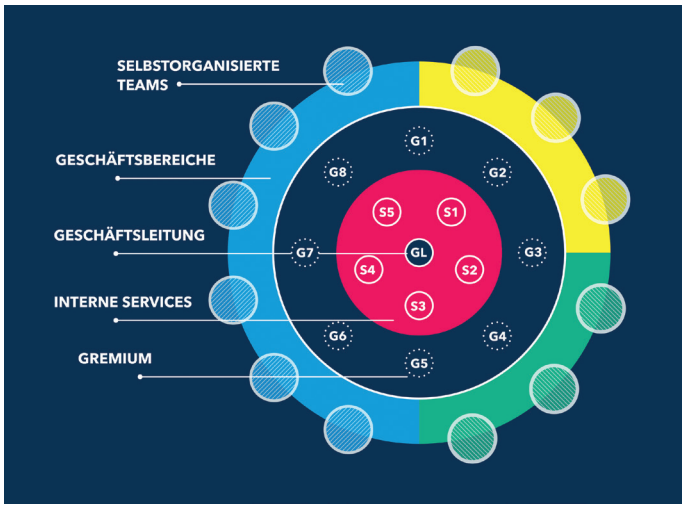
Grafiken: noventum

trotzdem nach oben wandern, verliert die Organisation Zeit und Qualität.
Das Gegenmodell ist nicht Führungslosigkeit. Selbstorganisation bedeutet nicht, dass alle über alles abstimmen. Im Gegenteil: Je mehr Verantwortung verteilt wird, desto klarer muss die Entscheidungsarchitektur sein. Eine gute Organisation klärt frühzeitig, wer entscheidet, welches Wissen einbezogen wird und nach welchen Kriterien gehandelt werden soll.

Entscheidungen werden nicht besser, wenn möglichst viele Menschen beteiligt sind. Sie werden besser, wenn klar ist, welches Wissen gebraucht wird, wer Verantwortung trägt und wann eine Entscheidung getroffen werden muss.

In vielen Organisationen verschwimmt genau das. Dann wird Beteiligung zur Absicherung, Abstimmung zur Verzögerung und Verantwortung zur gemeinsamen Unschärfe. Eine wirksame Organisation schafft deshalb Räume, in denen Perspektiven gehört werden, ohne dass am Ende unklar bleibt, wer entscheidet.
Damit dezentrale Verantwortung nicht beliebig wird, braucht sie einen starken Kern. Hier setzt das Pfirsichbild an, das noventum im Organisationsdesign „Kernkraft“ nutzt: innen ein gemeinsamer Werte- und Orientierungskern, außen bewegliche Verantwortungsräume. Der Kern gibt Richtung: Wofür stehen wir? Was ist strategisch wichtig? Welche Prinzipien gelten, wenn nicht jede Entscheidung zentral vorgegeben wird? Außen brauchen Teams Freiheit, um in diesem Rahmen wirksam zu handeln.

Dieser Kern wird wirksam, wenn Strategie nicht abstrakt bleibt, sondern Vision und Mission konkretisiert und operationalisiert. Erst dann wird Sinn im Arbeitsalltag erfahrbar. Für die Strategieumsetzung braucht es ein Controlling strategischer Ziele, etwa über OKRs und Health Metrics. Sie machen Fortschritt sichtbar, fördern Leistungs- und Wirkungserleben und stärken Leistungsorientierung. Sinn, Leistungsorientierung und Autonomie sind zentrale Attraktoren im KERNKRAFT-Konzept: Sie verbinden Orientierung mit Eigenverantwortung.
Das ist besonders für mittelständische Unternehmen relevant. Viele leben von Kundennähe und hoher Identifikation. Gleichzeitig wachsen mit Größe und Komplexität neue Abstimmungsbedarfe. Was früher über Zuruf funktionierte, wird zur Abhängigkeit von wenigen Schlüsselpersonen.
Ein einfacher Test zeigt, wie reif eine Organisation ist: Man nehme eine wichtige Entscheidung der letzten Wochen und verfolge ihren Weg zurück. Wer hatte die erste



„Wirksame Selbstorganisation entsteht, wenn ein starker Kern Orientierung gibt und Verantwortungsräume echte Entscheidungen ermöglichen.“



Information? Wer hätte entscheiden können? Wer musste zustimmen? Wo wurde vertagt? War am Ende klar, wer die Entscheidung verantwortet?
Ähnlich ehrlich sind Meetings. Problematisch wird es, wenn der Zweck unklar bleibt. Dann sitzen zu viele Menschen im Raum, weil niemand weiß, wer gebraucht wird. Die Besprechung wird zum Ersatz für fehlendes Organisationsdesign.
Auch Silos sollten differenzierter betrachtet werden. Fachbereiche sind nicht per se falsch. Gefährlich werden sie, wenn aus Spezialisierung Abschottung wird.
Die zentrale Aufgabe moderner Organisationsentwicklung lautet deshalb nicht: Wie werden wir möglichst hierarchiefrei? Sondern: Wie schaffen wir Klarheit, damit Verantwortung dort ausgeübt werden kann, wo Wissen und Wirkung entstehen? Dazu gehören Rollen, Entscheidungsrechte, Informationsflüsse, Führung und Rituale der Zusammenarbeit.
Der erste Schritt ist eine ehrliche Diagnose. Wo warten Menschen auf Freigaben, obwohl sie fachlich entscheiden könnten? Wo schützen Meetings vor Verantwortung? Wo erzeugen Ziele Konkurrenz zwischen Bereichen? Wo fehlt der gemeinsame Kern, der Orientierung gibt?
Wer diese Fragen ernsthaft bearbeitet, lernt etwas Entscheidendes: Organisation ist kein Organigramm. Sie ist die Art, wie Verantwortung, Information und Entscheidung verbunden werden. Genau dort entscheidet sich, ob ein Unternehmen nur modern klingt oder wirklich wirksamer wird.

Kurzprofil des Autors:
Uwe Rotermund ist Unternehmer, Organisationsentwickler, Autor und Keynote Speaker. Als CEO von noventum consulting beschäftigt er sich seit über 29 Jahren mit zukunftsfähigen Führungskulturen, Organisationssystemen, Change-Management, Organisationsentwicklung und New Work. Sein Fokus liegt darauf, Unternehmen wirksamer, schneller und menschlicher zu machen, ohne in Beliebigkeit, Meeting-Theater oder Führungsromantik abzurutschen.



The Future of Work
auf der Zukunft Personal Europe 2026

Erleben Sie Uwe Rotermunds Vortrag **»Raus aus der Sandwich-Falle«** und erfahren Sie, wie ein neues Organisationsdesign Führungskräfte entlastet, Entscheidungen beschleunigt und echte Selbstorganisation ermöglicht.

15. September 2026 | 13:30–13:55 Uhr
Organisational Performance Stage 2, Halle 4.2

Vertiefen Sie die Impulse anschließend im persönlichen Gespräch am noventum Messestand. Unter dem Motto **»The Future of Work«** präsentieren wir konkrete Ansätze für wirksame Führung, starke Teams und zukunftsfähige Organisationen.

Besuchen Sie uns an Stand M46 in Halle 4.2

/// **www.noventum.de**

Jetzt einen Termin mit Uwe Rotermund buchen & kostenloses Multi-Day-Ticket* für alle drei Messetage sichern.
*Nur solange der Vorrat reicht.



Foto: noventum

DER GANZ GEWISSE FEELGOOD-FAKTOR:

Hotelkontingente mit System organisieren

Das Osnabrück Convention Bureau (OCB) unterstützt Veranstaltungsplanende dabei, Hotelkontingente in Osnabrück und dem Osnabrücker Land effizient und transparent zu organisieren.



Kurze Wege garantiert: Das Cross INN Osnabrück by Hackmann liegt direkt neben der OsnabrückHalle.



Zentral am Eventstandort: Das Holiday Inn befindet sich unmittelbar neben dem Alando Palais.

Ob Kongress, Fachtagung oder Corporate Event – die Unterbringung der Teilnehmenden ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Verfügbarkeiten, Fristen, unterschiedliche Buchungsmodelle und individuelle Bedürfnisse müssen koordiniert werden. Gerade bei größeren Veranstaltungen entsteht hier schnell ein erheblicher Abstimmungsaufwand.

Mit rund 6.500 Betten im Osnabrücker Land, davon über 2.500 in zentraler Stadtlage, verfügt die Region über ein leistungsstarkes und qualitativ hochwertiges Hotelangebot – Tendenz steigend. Das Spektrum reicht vom professionell ausgestatteten Tagungshotel namhafter Marken bis zum inhabergeführten Traditionshaus.

Ein besonderer Vorteil des Standorts liegt in der räumlichen Nähe vieler Betriebe zu zentralen Veranstaltungsorten. Neben der OsnabrückHalle befindet sich das Cross INN Osnabrück by Hackmann, neben dem Alando Palais das Holiday Inn – beide Häuser mit jeweils über 100 Zimmern. Auch „Tagen und Schlafen unter einem Dach“ ist in zentraler Lage möglich: Mit dem Best Western Hotel Hohenzollern gegenüber dem Hauptbahnhof und dem Hotel Remarque am Rand der Altstadt zählen die beiden größten Tagungshotels der Stadt zu optimal angebundenen Standorten.

Das Osnabrück Convention Bureau übernimmt die strukturierte Koordination der Zimmerplanung. Das Team berät bei der Auswahl geeigneter Häuser, stellt passgenaue Selbstzahler- und Festkontingente zusammen, holt Angebote ein und übernimmt die Vertragsverwaltung. Konditionen werden abgestimmt und alle relevanten Fristen zuverlässig überwacht.

Für eine komfortable Abwicklung richtet das OCB auf Wunsch digitale Buchungslinks ein, über die Teilnehmende ihre Zimmer eigenständig reservieren können. Gleichzeitig fungiert das Convention Bureau als zentrale Ansprechstelle für sämtliche Fragen rund um Reservierungen und Kontingente. Ein regelmäßiges Reporting zur Auslastung schafft Transparenz und erhöht die Planungssicherheit.

Der Vorteil für Veranstaltungsplanende: Statt mehrere Hotels parallel zu koordinieren, erhalten sie einen gebündelten Service aus einer Hand. Das reduziert internen Aufwand, vereinfacht Prozesse und sorgt für klare Kommunikationswege – ein spürbarer Mehrwert für die gesamte Organisation.

Alle Leistungen des Osnabrück Convention Bureaus sind kostenfrei. Damit trägt das OCB dazu bei, dass nicht nur die Veranstaltung selbst überzeugt, sondern auch der Aufenthalt der Gäste professionell organisiert ist.

Das Osnabrück Convention Bureau ist neben der Tourist Information in der Bierstraße 22–23 erreichbar, telefonisch unter 0541 323 4510 oder per E-Mail an willkommen@osnabrueck-convention.de.

/// www.osnabrueck-convention.de

Foto links: Holger Bulk Photography | Foto rechts: Holiday Inn Osnabrück

STAATSFINANZEN

VDMA warnt vor wachsender Belastung

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) sieht in der Haushaltsplanung Risiken für die finanzielle Handlungsfähigkeit des Bundes. Nach Einschätzung von VDMA-Hauptgeschäftsführer Thilo Brodtmann wird die notwendige Konsolidierung erneut vertagt. Die gestiegene Verschuldung werde zu höheren Zinsausgaben führen und den Gestaltungsspielraum einschränken.

Kritisch bewertet der Verband die Verteilung der geplanten Ausgaben von 555,4 Milliarden Euro. Brodtmann bemängelt, dass hohe Summen in Sozialetats und zur Schließung von Haushaltslücken fließen. Dadurch fehlten Mittel für Investitionen, die Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und industrielle Zukunftsfähigkeit stärken könnten. Aus Sicht des VDMA liegt das Kernproblem nicht auf der Einnahmen-, sondern auf der Ausgabenseite.

Als Warnsignal wertet der Verband zudem das Darlehen von 5,2 Milliarden Euro an die Bundesagentur für Arbeit. Der Bedarf an Liquiditätshilfe deute auf Belastungen am Arbeitsmarkt und in den Sozialversicherungen hin. Zugleich kritisiert Brodtmann, dass das Darlehen als Investition eingeordnet werde, obwohl damit keine zusätzliche Infrastruktur geschaffen werde.

Auch die Verwendung von Mitteln aus dem Klima- und Transformationsfonds stößt auf Vorbehalte. Einnahmen aus dem Emissionshandel sollten vorrangig für die Transformation der Wirtschaft eingesetzt werden. Werden diese Gelder zur Stabilisierung des Kernhaushalts genutzt, fehlen sie Unternehmen für Investitionen in Klimaschutz, Energieeffizienz und neue Technologien.

Der Verband mahnt daher eine klare Priorisierung an. Öffentliche Mittel sollten gezielter in Infrastruktur, Digitalisierung, Bildung und bessere Standortbedingungen für industrielle Investitionen fließen.

Brodtmann fordert außerdem, die Konsolidierung bei den staatlichen Strukturen selbst anzusetzen. Während Industrieunternehmen Stellen abbauen und unter der schwachen Konjunktur leiden, wachse der Personalbestand des Bundes weiter. Eine glaubwürdige Sanierung müsse deshalb Effizienzreserven in Verwaltung und öffentlichen Strukturen erschließen.



Thilo Brodtmann, Hauptgeschäftsführer des VDMA

Foto: VDMA

Der VDMA vertritt 3.500 Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus. Die Branche beschäftigt in der EU rund drei Millionen Menschen, davon mehr als 1,2 Millionen in Deutschland.

/// **www.vdma.org**

CONVENTION BUREAU

Osnabrück Convention Bureau
Bierstr. 22 - 23 49074 Osnabrück
+49 541 323 -4510
willkommen@osnabrueck-convention.de
www.osnabrueck-convention.de

ENERGIEVERSORGER

Stadtwerke Detmold GmbH
Am Gelskamp 10 32758 Detmold
+49 5231 607 -0 +49 5231 607 -998
info@stadtwerke-detmold.de
www.stadtwerke-detmold.de

ETIKETTEN UND DRUCKSYSTEME

MARSCHALL GmbH & Co. KG
Hebbelstr. 2-4 32457 Porta Westfalica
+49 5731 7644 -0 +49 5731 7644 -111
info@marschall-pw.de
www.marschall-pw.de

Jetzt Firmenkontakte ab 72,- EUR buchen!

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

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

FLACHDACHENTWÄSSERUNG

SITA Bauelemente GmbH
Ferdinand-Braun-Str. 1 33378 Rheda-Wiedenbrück
+49 2522 834 -00 +49 2522 8340 -100
info@sita-bauelemente.de
www.sita-bauelemente.de

FÖRDERTECHNIK

HaRo Anlagen- und Fördertechnik GmbH
Industriestraße 30 59602 Rüthen
+49 2952 817 -0 +49 2952 817 -30
info@haro-gruppe.de
www.haro-gruppe.de

GEWERBEBAU

Schlichtmann Hallenbau GmbH
Hermann Schlichtmann GmbH
Benzstr. 26 48619 Heek
+49 2568 38889 -0
info@schlichtmann-hallen.de
www.schlichtmann-hallen.de

INDUSTRIEBAU

Bührer + Wehling Projekt GmbH
Im Erlengrund 14 46149 Oberhausen
+49 208 45674 -0 +49 208 45674 -20
projekt@buehrer-wehling.de
www.buehrer-wehling.de

INDUSTRIEBAU

RRR Stahl- und Gewerbebau GmbH
Im Seelenkamp 15 32791 Lage
+49 5232 97989 -0 +49 5232 97989 -70
info@rrr-bau.de
www.rrr-bau.de

INFRASTRUKTURDIENSTLEISTUNGEN

Westfalen Weser Energie GmbH & Co. KG
Tegelweg 25 33102 Paderborn
+49 5251 525 -0 +49 5251 5034 -367
info@ww-energie.com
www.westfalenweser.com

LEITERN

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

PLANUNGSBÜRO

Ingenieurbüro Schlattner GmbH & Co KG
Netter Platz 4 49076 Osnabrück
+49 541 94166 -0 +49 541 94166 -18
info@schlattner.de
www.schlattner.de

RECYCLING

Drekopf Recyclingzentrum Bünde GmbH
Engerstr. 259 32257 Bünde
+49 5223 1771 -0 +49 5223 1771 -21
info@drekopf.de
www.drekopf.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

STRATEGIEBERATUNG / STRATEGIEUMSETZUNG

noventum consulting GmbH
Münsterstr. 111 48155 Münster
+49 2506 930 -20
info@noventum.de
www.noventum.de

Jetzt Firmenkontakte ab 72,- EUR buchen!

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

TEXT & CONTENT

Marketing Konzeption Text

MaKoTé - Büro für Marketing, Konzeption, Text
Bültestraße 41 32545 Bad Oeynhausen
+49 5731 9812400
info@makote.de
www.makote.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

WERBEAGENTUR

team4media

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

Press Medien
Verlag | Druckerei | Agentur

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

2023/1



VIELFALT
SCHAFFT CHANCEN

sos-kinderdoerfer.de

SOS KINDERDÖRFER WELTWEIT



Kongress, Meeting, Tagung?

OSNABRÜCK Convention Bureau

Wir freuen uns auf Sie!

Locations, Hotels, Rahmenprogramme:
Alles dicht beieinander!

Und unser Service:
Unabhängig, professionell, kostenfrei!

osnabrueck-convention.de