WIR
WIRTSCHAFT REGIONAL

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER REGION

11 | 2016 | EUR 8,50 | 44861



© WAN GMBH

Marketingtrends 2017

PERSONAL | ZEITARBEIT | BILDUNG

ENTSORGUNG | ENERGIE

GEWERBEBAU | GEWERBEGEBIETE

TAGUNGEN | EVENTS | MESSEN



MANAGEMENTSYSTEME
FÜR IHREN ERFOLG

- Qualitätsmanagement
- Umweltmanagement
- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Energiemanagement
- Lean-Management
- Nachhaltigkeit/CSR

msa b
CONSULTING / TRAINING

JETZT FÜR UNSER SEMINAR ANMELDEN!

IATF 16949:2016
19.–20. Dezember 2016

Sie sind interessiert? Ich berate Sie gerne.

Ricarda Wortmann
Tel. 02581 910300
ricarda.wortmann@msa-b.de
www.msa-b.de



Zweitägiges Seminar in Warendorf
890 € pauschal (2 Tage/zzgl. MwSt.)

Fakten, Geschichten und Emotionen



BEATE DEPPING
WIR-REDAKTEURIN

LIEBE LESERINNEN UND LESER!

An dieser Stelle begrüßt Sie üblicherweise eine Persönlichkeit aus Politik und Wirtschaft oder auch Peer-Michael Preß, Herausgeber der WIR | WIRTSCHAFT REGIONAL. Im aktuellen Heft hat die Redaktion den Marketingexperten aus gegebenem Anlass gebeten, ausnahmsweise die Rolle zu wechseln und als Interviewpartner zur Verfügung zu stehen. Als erfahrener Trendbeobachter ebenso wie als aktiver Partner der Wirtschaft in Ostwestfalen-Lippe, dem Münsterland und im Raum Osnabrück gibt Peer-Michael Preß Einblicke in aktuelle Marketing-Trends und persönliche Einschätzungen zu Entwicklungen im kommenden Jahr.

In seinem eigenen unternehmerischen Handeln setzt Peer-Michael Preß dabei aktuell einen deutlichen Akzent auf das Thema Content. Damit das oft gehörte Schlagwort nicht zur Worthülse verkommt, will er es explizit mit Inhalt (!) füllen und lässt die WIR-Themenschwerpunkte deshalb seit Mitte des Jahres nach journalistischen Gesichtspunkten konzipieren, recherchieren und verfassen. Unabhängig von Vertriebsinteressen entstehen so Texte von branchenübergreifender Relevanz. Sie bieten Informationen für Fach- und Führungskräfte regionaler Wirtschaftsunternehmen und erzählen Geschichten hinter den Zahlen und Daten, die auch Menschen interessieren, die sich nicht primär als Teil der Wirtschaft verstehen. Wenn etwa ein „Hidden Champion“ aus Paderborn weltweit die Technik dafür liefert, dass gigantische Lichtshows die Konzerte der Superstars zu gefeierten Mega-Events werden lassen, oder wenn eine Werbeagentur aus Lage mit frechen Sprüchen einer ganzen Region zu einer positiven Selbstwahrnehmung verhilft, bieten Erfolgsgeschichten Insidern anregende Inspirationen und wird Wirtschaft in der Region zum identitätsstiftenden Faktor – auch weit über den Kreis der Akteure hinaus. Nicht Marken oder Produkte stehen im Mittelpunkt, sondern Fakten und Emotionen. Lesen Sie selbst!

Ihre
Beate Depping
Redakteurin

INHALT

PERSONAL | ZEITARBEIT | BILDUNG

12 Führen ohne Worte
14 Virtuelle Realität trifft auf Human Resources
16 Mit Dualem Studium punkten

TITELTHEMA

18-26 Marketingtrends 2017

ENTSORGUNG | ENERGIE

40 Kundenorientierte Sicherheitslösungen auf höchstem Niveau
42 Tönsmeier mit Azubi-Rekord
44 Unterflurcontainer – Die Oberklasse in der Abfallentsorgung
48 Beim Recycling geht noch mehr!

TAGUNGEN | EVENTS | Messen

50 GARANT feiert 60. Geburtstag im A2 Forum
52 Tagen und Feiern in ehemaliger Drahtseilfabrik
53 Der Bielefelder Hof – Tradition und Moderne unter einem Dach
54 Studie: Lufthansa City Center führend

GEWERBEBAU | GEWERBEGEBIETE

59 Ästhetik und Funktion im Einklang
60 Gewerbebau - Energieeffizient und Nachhaltig
61 Professionelle Immobilienbetreuung aus einer Hand
62 Verkehrsflächen: Straßenbau, Asphaltbau, Pflasterarbeiten
64 Wenn das Feuer keine Luft bekommt
66 AirportPark FMO
68 Und jährlich grüßt das wilde Kraut…
71 Wandelbare Optik

FOCUS

05 Von der Postkutsche zur Cloud
08 Strafrechtliche Risiken für Unternehmer
10 Unternehmen in OWL sehen Potenziale der Digitalisierung
39 Wellnessoase für Zuhause

RUBRIKEN

04 Impressum
06 Regionalgeflüster
76 Firmenkontakte

Verlag und Herausgeber

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

Redaktion und Anzeigen

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

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

PLZ-Bereiche 32 und 33

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

PLZ-Bereich 48

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

PLZ-Bereiche 49 und national

Holger Levermann
Tel.: (0 52 31) 98 100-12
h.levermann@wirtschaft-regional.net

Anzeigenpreisliste Nr. 23/ Januar 2015

Druck

Press Medien · www.press-medien.de

Erscheinungsweise

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

Gestaltung Titelthema

WAN Werbeagentur Anker und Naber, Bünde, www.wan-online.de

Von der Postkutsche zur Cloud

WIR LEBEN IN EINER ZEIT DER GROSSEN VERÄNDERUNG.

DINGE, DIE FRÜHER GUT FUNKTIONIERT HABEN, STELLEN UNS

HEUTE VOR GROSSE HERAUSFORDERUNGEN.



ROBERT F. KRICK
GESCHÄFTSFÜHRER
SYSTEMHAUS KRICK
(FOTO: KRICK)

Als das Transportmittel für den gehobenen Mittelstand noch die Kutsche war und der gemeine Bürger mit dem Pferd von A nach B kam, war die Welt, so wie sie war, gut und keiner hatte etwas dagegen einzuwenden.

Als im Jahr 1886 das erste Automobil auf den Markt kam, feierten die einen es als Fortschritt, die anderen jedoch verteufelten es.

Aber konnten wir es aufhalten? Nein.

Wenn wir uns vorstellen, dass die Kutsche Ihre IT-Server vor Ort und das Auto die Cloud darstellen, ergibt dies ein realistisches Bild des heutigen Mittelstandes und der vorhandenen IT-Umgebung. Die Pferde stellen die Hardware dar, der Kutscher den IT-Leiter, und der Mann in der Kutsche steht für die Firma. Alle haben viel zu tun, und die Kutsche fährt sicher und bequem. Jeder ist in seiner Komfortzone.

… bis eines Tages von links ein Auto überholt. Ausgerechnet der ärgste Wettbewerber. Warum hat dieser sich ein Auto gekauft? Er spart Zeit und kann seine Mitarbeiter, die sich früher um die Pferde und um die Kutsche gekümmert haben, anders einsetzen. Darüber hinaus produziert er mehr und kann die Kosten für ein Auto locker aufbringen.

DIE CLOUD ist das Auto der Neuzeit. Vergleichen wir doch einmal die Cloud und die heutige IT mit der Postkutsche und dem Auto. Stellen wir uns einmal vor, die Kutsche ist Ihr Unternehmen und spiegelt Ihre IT wieder. Der Kutscher ist der IT-Leiter, die Gehilfen sind die IT-Mitarbeiter, die Pferde stellen die Hardware und Systeme vor Ort dar und der Arzt das Systemhaus.

Die Frage ist nicht, OB Sie in die Cloud gehen, sondern WANN.

IT benötigt mehr Ressourcen. Kaum eine Entscheidung im Unternehmen geht heute noch ohne die Mitarbeit der IT. Wenn Sie mehr IT-Ressourcen zur Verfügung hätten, wie viel schneller könnte Ihr Unternehmen werden?

Ist die Cloud günstiger? Nein, teurer. War das Auto günstiger? Nein, teurer.

Der Vorteil der Cloud liegt in der Schaffung von Ressourcen, der erhöhten Sicherheit sowie der Planbarkeit von Investitionen in der IT, darüber hinaus in der Skalierbarkeit (hoch und runter) je nach Bedarf und Wirtschaftslage.

Fast alle Start-up–Unternehmen kaufen heute keine eigene IT mehr, sondern gehen gleich in die Cloud. Die Herausforderung vieler IT-Leiter ist es, sich auf das Auto einzulassen und nicht an der Postkutsche festzuhalten. Wann sind Sie bereit fürs Auto?

▶ www.krick.net

OSNABRÜCK

VON DER VISION ZUM PERSÖNLICHEN ERFOLG

Für diejenigen, die eigentlich keine Zeit für Weiterbildung haben, bietet die Ld 21 academy GmbH ein Seminar mit 10 Audio-Lerneinheiten und zusätzlichem Startworkshop am 22.11.2016 an. Vorteil: die Teilnehmer lernen dann, wenn sie Zweit haben. Die Themenbandbreite reicht von Visionsarbeit über Selbstsabotage (und deren Vermeidung) bis zu konkreten Tipps aus Wissenschaft und Praxis, um die eigene Wirksamkeit und Zufriedenheit zu steigern. Weitere Informationen und Anmeldung: www.audiolecture.de

DETMOLD/PADERBORN

ARBEITSWELT DER ZUKUNFT: DISKUSSION MIT BUNDESPRÄSIDENT JOACHIM GAUCK

Industrie 4.0 verändert nicht nur die Produktion von morgen, sondern auch die Aus- und Weiterbildungswege. Bundespräsident Joachim Gauck informierte sich gemeinsam mit Daniela Schadt bei einem Besuch in der Region Ostwestfalen-Lippe über die Veränderungen in der Arbeitswelt. Der Bundespräsident war beeindruckt: „Ich würde mir wünschen, dass die Menschen, die direkt in den Entwicklungsprozessen der technischen Innovationen involviert sind, stärker in den öffentlichen Debatten zu Industrie 4.0 auftreten. Sie können das viel genauer analysieren, sind weniger Frustbeschleuniger und Angstmotoren, sondern versuchen, Lösungsansätze zu finden."

BÜREN

FEIL GMBH ERWIRBT INDUSTRIELIEGENSCHAFT IN BÜREN

Die FEIL GmbH aus Bestwig/Nuttlar, einer der führenden Hersteller von Lager- und Transportsystemen mit den bekannten Marken rolltainer®, rolldolly®, nestainer®, renttainer® und mobibloc®, hat zum 01.10.2016 eine Industrieliegenschaft in Büren im Kreis Paderborn erworben. An dem Standort im Industriegebiet West soll zukünftig der stark wachsende Bereich Forschung und Entwicklung sowie das Vertriebs- und Lieferantenzentrum auf einer Fläche von fast 20.000 m² entstehen.



Heinrich Jostkleigrewe Geschäftsführer der FEIL GmbH (Foto: FEIL GmbH)

OSNABRÜCK/BREMEN

SALT AND PEPPER GEWINNT DR. ARNE ENGELBRECHT ALS DIRECTOR

Dr. Arne Engelbrecht ist seit dem 1. Oktober 2016 Director für die Management Consulting Sparte der SALT AND PEPPER Gruppe. Der promovierte Ingenieur und langjährige Berater wird in seiner neuen Funktion für den weiteren Geschäftsausbau verantwortlich sein. Die Sparte Management Consulting wurde im vergangenen Jahr als eigene Einheit innerhalb der SALT AND PEPPER Gruppe gebildet und ergänzt die zwei weiteren Geschäftsfelder Technology Consulting und Software Solutions.



MÜNSTER

BECKERVORDERSANDFORT: TOP-RECHTSANWÄLTE IM ERBRECHT

Der Fachanwalt für Erbrecht und Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Notar Dr. Ansgar Beckervordersandfort aus Münster wurde erneut von FOCUS in die Liste der Top-Rechtsanwälte im Erbrecht aufgenommen. Damit gehört er laut FOCUS zu Deutschlands besten Erbrechtlern. Die Listung basiert auf über 15.000 Empfehlungen, die Anwälte in verschiedenen Fachgebieten bundesweit abgegeben haben. Die Aufnahme der Rechtsanwälte in die Liste erfolgte über die Häufigkeit der Kollegen-Empfehlungen. Die Experten konnten für verschiedene Fachgebiete einen oder mehrere Kollegen außerhalb der eigenen Kanzlei empfehlen, die sich ihrer Meinung nach durch große Kompetenz und Erfahrung auszeichnen. www.wbvds.de



Dr. Ansgar Beckervordersandfort, LL.M., EMBA, Rechtsanwalt und Notar, Mediator, Fachanwalt für Erbrecht, Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht, Weiduschat und Beckervordersandfort aus Münster (Foto: Beckervordersandfort)

BLOMBERG

PHOENIX CONTACT BETEILIGT SICH AN NIEDERLÄNDISCHEM CYBERSECURITY-UNTERNEHMEN

Die Phoenix Contact Innovation Ventures GmbH hat sich mit Wirkung vom 21.9.2016 an dem niederländischen Unternehmen SecurityMatters B.V. beteiligt. Das in Eindhoven ansässige Unternehmen ist ein führender Anbieter von Cybersecurity-Lösungen für industrielle Steuerungssysteme. „SecurityMatters bietet Lösungen für den Bereich der kritischen Infrastruktur und Industrie 4.0. Besonders im industriellen Umfeld gibt es ein großes Marktpotential, wo schon heute Bedarf an Cybersecurity-Lösungen besteht. Das Angebot von SecurityMatters passt perfekt zu der Expertise von Phoenix Contact, insbesondere bei Industrie 4.0“, so Marcus Böker, Geschäftsführer von Phoenix Contact Innovation Ventures.Nord, kennen und entwickelten mit ihnen zusammen die Idee, ihre Frauennetzwerke zusammenzubringen.

BIELEFELD

8. JAHRESTAGUNG MIT OSKAR-VERLEIHUNG

Die mittlerweile 8. Jahrestagung „Kunststoffe in OWL“ des gleichnamigen Vereins fand am 28. September 2016 erstmals im neuen Gebäude der Fachhochschule Bielefeld statt. Der Kunststoff-Innovationspreis wurde vor rund 70 geladenen Gästen in zwei Kategorien verliehen. In der Kategorie Nachwuchs wurde der Bachelor-Absolvent Phillip Kriener (Hochschule OWL) für seine hervorragende Abschlussarbeit zum Strömungsverhalten von Blasfolien geehrt. Der Hauptpreis ging an die Firma Krallmann aus Hiddenhausen. Die Jury aus Professoren der Hochschulen Ostwestfalens (Uni Paderborn, Hochschule OWL, FH Bielefeld) und Vertretern der Industrie zeichnete Krallmanns Entwicklung Styroporformteile mit thermoplastischen Verbindungselementen herzustellen aus.



Der Hauptpreisträger des Kunststoff Innovationspreises 2016. V.R.: Stefan Schmedding, Prof. Christoph Jaroschek und Preisträger Dr. Michael Späth. (Foto: Kunststoffe in OWL e. V.)

PADERBORN

GROSSES POTENZIAL AUCH FÜR KLEINE UNTERNEHMEN

Wie additive Fertigungsverfahren erfolgreich in Unternehmen eingesetzt werden können, untersuchte die Fachgruppe „Produktentstehung“ des Heinz Nixdorf Instituts in Zusammenarbeit mit dem DMRC (Direct Manufacturing Research Center) der Universität Paderborn. Nach drei Jahren intensiver Forschungsarbeit konnten die Wissenschaftler das Projekt DynAMiCS erfolgreich abschließen. Im Ergebnis haben die Wissenschaftler eine allgemeine Vorgehensweise für die additive Fertigung identifiziert und 13 ausschlaggebende Kernkompetenzen bzw. Potenziale ausmachen können. Ebenso wurden Tools entwickelt, die dabei helfen, eine Bewertung von Bauteilen hinsichtlich der wirtschaftlichen Potenziale bei Anwendung additiver Fertigung vorzunehmen.



Unterstützung bei der Geschäftsmodellgestaltung mit dem Heinz Nixdorf Institut und DMRC . (Foto: Heinz Nixdorf Institut)

Strafrechtliche Risiken für Unternehmer

NUR TAX COMPLIANCE HEBELT DEN VERDACHT AUF VORSATZ ODER LEICHTFERTIGKEIT AUS.

Steuererklärungen und -anmeldungen von Unternehmen müssen vor allem eines sein: korrekt im Sinne von beim ersten Mal richtig. Korrekturen wurden zu keiner Zeit gern gesehen. Und die Akzeptanz für Schwächen schwindet weiter: Auf Fehler in der Anwendung steuerlicher Vorschriften oder Organisationsmängel der Firmen reagieren die Finanzbehörden immer häufiger mit der Eröffnung von Steuerstrafverfahren.

Um zu verstehen, wie Finanzbehörden denken, muss man die steuerjuristische Bewertung kennen: Tatbestandsvoraussetzung einer Steuerhinterziehung ist zum einen, dass die Steuer objektiv zu niedrig festgesetzt wurde. Zum anderen musste dies dem Steuerpflichtigen zum Zeitpunkt der Abgabe der Steuererklärung bekannt gewesen sein, sodass er die Steuer mit „Wissen und Wollen“ (subjektiver Tatbestand) zu niedrig deklariert hat. Trifft der objektive auf den subjektiven Tatbestand, so liegt eine Steuerhinterziehung vor.

Im Umkehrschluss gilt: Wird eine Steuerschuld zu niedrig festgesetzt, obwohl der Unternehmer dies nicht bewusst herbeigeführt hat, so ist zwar der objektive Tatbestand der Steuerhinterziehung erfüllt, der subjektive Tatbestand jedoch nicht. Diese Systematik ist in der Theorie unstrittig. In der Praxis bereitet sie erhebliche Probleme und führt häufig zu Diskussionen mit der Finanzverwaltung.

Den Umgang mit einfachen Fehlern, die eine schlichte Berichtigung einer Steuererklärung zur Folge haben, regelt § 153 der Abgabenordnung. Für mehr Klarheit sorgen will jetzt ein neuer Anwendungserlass des Bundesfinanzministeriums zu § 153 AO. Danach gilt: Richtet der Steuerpflichtige ein innerbetriebliches Kontrollsystem – ein sogenanntes Tax Compliance-System – ein, das in erster Linie der Erfüllung der steuerlichen Pflichten dient, ist dies als Indiz gegen Vorsatz oder Leichtfertigkeit zu sehen.

Ausgangspunkt für ein Tax Compliance System sind die von der Finanzverwaltung eingeführten „Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD)“. Kerngedanke sind die speziellen Anforderungen an die Ausgestaltung IT-gestützter Rechnungslegungsprozesse, die in einer Verfahrensdokumentation niederzulegen sind und einem sachverständigen Dritten innerhalb von angemessener Zeit ermöglichen, einen Überblick über die Verfahren und Prozesse im Unternehmen zu gewinnen. Wie ein solches Tax Compliance System



konkret aufgebaut wird, muss von Unternehmen zu Unternehmen individuell entschieden werden. Dabei ist wichtig, dass das System auf Größe, Branche, Internationalität und Rechtsform angepasst ist. Unabhängig von diesen Variablen haben alle Systeme gemeinsam, dass eine eindeutige Zuweisung der Aufgaben und Verantwortung erforderlich ist.

Vorbeugende Maßnahmen wären zum Beispiel die Erstellung von Richtlinien und fachlichen Anweisungen, die Bereitstellung von Checklisten, klare Zuständigkeitsregeln, die Kommunikation von Rechtsänderungen und die Beschreibung der Aufgaben, die auf externe Dienstleister wie Steuerberater übertragen wurden. Als sogenannte detektive Maßnahmen gelten beispielsweise prozessintegrierte Kontrollen wie das Vier-Augen-Prinzip oder stichprobenhafte Untersuchungen bezüglich der Funktionsfähigkeit des Tax Compliance-Systems.

Ziel aller Maßnahmen sollte es sein, die internen Abläufe so zu verbessern, dass die Fehlerwahrscheinlichkeit auf ein Minimum reduziert wird. Für den Fall, dass dennoch Fehler unterlaufen, sollten klare Vorgaben aufgestellt werden, wie zu verfahren ist. Auch durch einen strukturierten und nachvollziehbaren Umgang mit Fehlern kann gegenüber der Finanzbehörde der Vorwurf eines vorsätzlichen Handelns entkräftet, der Verdacht einer Steuerhinterziehung im Keim erstickt werden. Nicht zuletzt sollte man sein Tax Compliance-System von einer erfahrenen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zertifizieren lassen. Dies wäre ein weiteres gewichtiges Argument gegen den Vorwurf der Steuerhinterziehung.

▶ www.wortmannpartner.de



WIRTSCHAFTSPRÜFER UND STEUERBERATER VOLKER ERVENS, PARTNER IN DER KANZLEI WORTMANN & PARTNER & CO. KG IN RHEDA-WIEDENBRÜCK, IST EXPERTE FÜR TAX COMPLIANCE-SYSTEME. (FOTO: WORTMANN & PARTNER)



Unternehmen in OWL sehen Potenziale der Digitalisierung

MITTELSTAND SETZT AUF GESUCHTE EXPERTEN, IST WENIGER OFFEN FÜR NEUE ZIELGRUPPEN IM IN- UND AUSLAND.

Die Unternehmen in Ostwestfalen-Lippe stehen dem digitalen Wandel vergleichsweise offen gegenüber. Bereits jedes fünfte Unternehmen nutzt Digitalisierung zur Entwicklung neuer Dienstleistungen und zur Vernetzung der Wertschöpfungskette und zählt zu den digitalen Transformatoren. Überdurchschnittlich viele in der Region rechnen mit einem Zuwachs an Arbeitsplätzen. Nach einer Umfrage im Auftrag der Commerzbank erwarten 45 Prozent der befragten Firmen steigenden, 49 Prozent einen gleichbleibenden Personalbestand. Erwarteten 2015 noch 40 Prozent der deutschen Unternehmen in der Befragung der Mittelstandsinitiative UnternehmerPerspektiven negative Beschäftigungseffekte, so tun das 2016 bundesweit nur noch acht und in der Region nur noch 6 Prozent. Für die Studie „Unternehmen Zukunft: Transformation trifft Tradition“ befragte TNS Infratest im Auftrag der Commerzbank 4.000 mittelständische Unternehmen in ganz Deutschland, davon 148 aus der Region Bielefeld.

Gesucht: das richtige Personal für den digitalen Wandel

„Ostwestfalen-Lippe ist ein attraktiver Standort für den Mittelstand, viele Unternehmen zählen zu den Hidden Champions. Es überrascht nicht, dass sie Digitalisierung zur Optimierung ihres bestehenden Angebots, der betrieblichen Abläufe und zur Intensivierung von Marketing und Werbung nutzen. Externe Vernetzung und Kooperationen können noch vorangetrieben werden. Um das Potenzial der digitalen Transformation künftig noch stärker auszuschöpfen und den Anforderungen von Innovation und Flexibilität gerecht zu werden, braucht die Region qualifizierte Fachkräfte auf allen Ebenen. Um diese Spezialisten zu halten, müssen die Unternehmen mehr individuelle Entwicklungsperpektiven bieten und sie zum Teil der Organisationskultur machen,“ so Hans-Jürgen Stricker, Niederlassungsleiter Mittelstand Bielefeld der Commerzbank AG.

Die Unternehmen suchen vor allem Auszubildende und Berufseinsteiger; sie fokussieren sich im Recruiting stark auf Professionals mit Berufserfahrung – 66 Prozent melden hier den höchsten Bedarf-, sie sind weniger offen für Quereinsteiger und bemühen sich, obwohl viele von ihnen Global Player sind, selten um Arbeitskräfte aus dem Ausland. Zugleich registrieren sie bei der bestehenden Belegschaft ein ausgeprägtes Interesse an Weiterqualifizierung, aber auch den Wunsch, über die strategische Ausrichtung besser informiert zu werden. „In der Weiterentwicklung des vorhandenen Personals liegt noch viel Potenzial“, kommentiert Stricker weiter.

„Die digitale Transformation erfordert einen Führungsstil, der die Mitarbeiter mitnimmt. Deren Wunsch, beteiligt zu werden, sollte eine Ermutigung sein, neue berufliche Perspektiven, flachere Hierar-

DETEKTEI
Rolf Raschke
gegr. 1968
www.detektei-raschke.de

pietig
...fördert, lagert, hebt und schützt mit Konzept
www.pietig-lagertechnik.de

chien und ein innovativeres Klima im eigenen Unternehmen zu etablieren."

Veränderung in der digitalen Transformation bedeutet mehr Mut zur Kooperation und Vernetzung

Ob die digitale Transformation in Unternehmen gelingt, ist vor allem eine Frage der Einstellung – der Unternehmensführung und der Belegschaft. Aus Sicht der Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe kommt es vor allem auf die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen an (76 Prozent) sowie auf eine innovationsfördernde Fehlerkultur (68 Prozent) und ein gutes Klima für die Entwicklung neuer Ideen (64 Prozent). Einen hohen Stellenwert hat außerdem das Management von Diversität, zum Beispiel bei altersgemischten Teams (71 Prozent). Der digitale Wandel erfordert Offenheit für Expertise von außen und die Bereitschaft zur Kooperation – auch mit Wettbewerbern. Beide Faktoren werden in der Region seltener als erfolgskritisch bewertet als im Bundesdurchschnitt. Innerhalb der Unternehmen steigt die Offenheit für Neues: Dezentrale Projekte zur Entwicklung von Innovationen sind inzwischen weit verbreitet: 65 Prozent der befragten Unternehmen ermöglichen es ihren Mitarbeitern, eigene Projekte selbstständig zu verwirklichen, in 51 Prozent gibt es abteilungsübergreifende Innovations- und Pilotprojekte. Außerhalb der gewachsenen Strukturen sind in der Organisationsstruktur individuelle Entwicklungsperspektiven zu wenig verankert: Lediglich 13 Prozent der Unternehmen bieten spezielle Expertenlaufbahnen, nur 5 Prozent der Unternehmen nutzen eigenständige Gesellschaften zur Entwicklung digitaler Innovationen. Interessant: Unternehmen mit besonders hoher Digitalisierungs-Affinität ermöglichen ihren Mitarbeitern mehr Flexibilität – bei der individuellen Planung des Arbeitstages wie in Bezug auf Lebensarbeitszeitmodelle und betriebliche Auszeiten.

Die Initiative UnternehmerPerspektiven und ihre Studien

Seit zehn Jahren bildet die Mittelstandsinitiative UnternehmerPerspektiven mit ihren Studien und Veranstaltungen ein Forum für Themen, die mittelständische Unternehmen in Deutschland bewegen, und artikuliert Positionen des Mittelstands in der Öffentlichkeit. Regelmäßig fragt sie dazu Einschätzungen mittelständischer Unternehmer aller Größenordnungen und Branchen zu aktuellen Themen ab. Die Datenbasis bilden repräsentative Umfragen mit 4.000 Führungskräften der ersten Ebene. Die Studienergebnisse werden mit Vertretern aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft – auch auf öffentlichen Podien – diskutiert, um gegenseitiges Verständnis zu schaffen und tragfähige Lösungsansätze für die Herausforderungen des Mittelstands zu entwickeln.

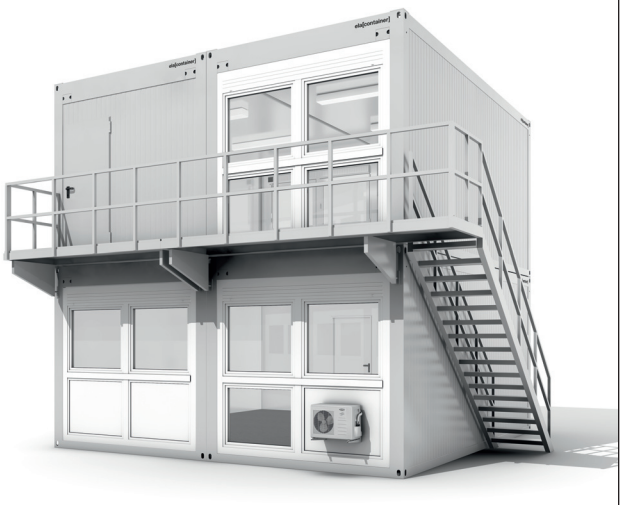
Die kompletten Ergebnisse der aktuellen Studie „Unternehmen Zukunft: Transformation trifft Tradition" finden Sie unter:

▶ www.unternehmerperspektiven.de



HANS-JÜRGEN STRICKER, NIEDERLASSUNGSLEITER MITTELSTAND BIELEFELD DER COMMERZBANK AG
(FOTO: COMMERZBANK)

Mobile Räume mieten.
Flexible Raumlösungen
für jede Branche.



www.container.de

ela[container]

Führen ohne Worte

STELLEN SIE SICH VOR, SIE HÄTTEN DREI WÜNSCHE FREI, UM DIE FÜHRUNGSKRAFT ZU WERDEN, DIE SIE IM BESTEN FALL SEIN KÖNNEN. WAS WÜRDEN SIE SICH WÜNSCHEN?

Souveränes Auftreten, Authentizität, Stärke, Empathie oder alles zusammen?

Diese und weitere Kompetenzen machen aus Führungskräften besondere Führungskräfte, und sie sind erlernbar. Am intensivsten und effektivsten sind Lernerfahrungen, wenn man sie erlebt und spürt. Das alles bietet eine noch weitgehend unbekannte und ungewöhnliche Methode: Das Coaching mit dem Pferd. „Führungskräfte erfahren in einem spannenden Mix aus Theorie rund um das Thema Führung und praktischen Übungen mit dem Pferd, wie sie ihre Performance im Job steigern können“ erklärt Anja Schröer, ausgebildete Partnerin für Horse Assisted Education.

Diese Art des Coachings ermöglicht Führungskräften, Managern und Unternehmern ein ehrliches Feedback, welches sie auf Grund ihrer hierarchischen Position oft nicht erhalten. Es steigert zudem die Klarheit in der Kommunikation, die Präsenz und Durchsetzungskraft als Vorgesetzter. Denn Pferde sind ideale Trainingspartner, da sie vorurteilsfrei und direkt das Verhalten und die Körpersprache des Menschen mit großer Klarheit spiegeln. Um eine herausragende Führungskraft zu sein, brauchen Sie vielfältige Kompetenzen: Vorgesetzte müssen in der Lage sein, die Teamarbeit zu stärken, zielgerichtet im Sinne des Unternehmens zu handeln und durch Überzeugungskraft Kunden zu binden. Dafür braucht es Selbstbewusstsein, Vertrauen in die eigenen Stärken, authentisches Handeln und souveränes Auftreten. Bauen Sie diese Kompetenzen in einem auf ihre persönlichen Führungsziele maßgeschneiderten Coaching auf.

Verlassen Sie Ihre Komfortzone, um sich weiterzuentwickeln. Nutzen Sie die Chancen, die sich durch das Coaching mit Pferden bieten, für Ihren beruflichen Vorteil. Erfahren Sie mehr bei einem ersten Kennenlernen oder rufen Sie uns an. Informieren Sie sich auf unserer Homepage über weitere Angebote mit Pferden für Teams und Gruppen.

▶ www.schroeer-consulting.de



TRAININGSSITUATION MIT DEM PFERD. (FOTO: SCHRÖER CONSULTING)



Nie wieder Kisten schleppen!
Informieren Sie sich jetzt über die neuen Kärcher Wasserspender. Wir beraten Sie gern!

KÄRCHER

CENTER **SIELHORST**
Nickelstraße 5 • 33415 Verl
Telefon 05246 3604
www.kaercher-center-sielhorst.de

TEILZEIT THIELE
Personaldienstleister seit 1969

Es ist Zeit für Teilzeit

www.teilzeitthiele.de



TREU

Virtuelle Realität trifft auf Human Resources

DIE VR-TECHNOLOGIE WIRD ALS „THE NEXT BIG THING" BEZEICHNET, UND VERSCHIEDENE PROGNOSEN SETZEN AUF VIRTUELLE REALITÄT (VR).



Sie ist für zahlreiche Branchen hoch relevant und in vielen Bereichen bald nicht mehr wegzudenken – kein kurzweiliger Trend, der schon bald wieder von der Bildfläche verschwindet, sondern einer mit viel Potenzial: Virtual Reality.

Doch was ist Virtual Reality eigentlich? – Ganz einfach gesagt, transportiert VR die Benutzer an nicht existierende Orte, suggeriert aber, sich wirklich in der virtuellen Welt zu bewegen. Dabei ist VR nicht mit 3D-Kino oder den früheren Flugsimulatoren zu verwechseln. Denn die neueste VR-Hardware füllt das komplette Sichtfeld, und egal in welche Richtung der Benutzer schaut, es gibt immer etwas zu sehen. Die reale Welt wird ausgeblendet und nicht mehr wahrgenommen, das Gehirn wird ausgespielt und glaubt, sich wirklich in der virtuellen Realität zu befinden.



VR zieht in den HR-Bereich ein

Hauptsegment der neuen Technologie ist eindeutig die Gaming-Industrie. Aber auch im Bereich Human Resources hält die neue Technologie Einzug. Zukünftig hat VR, ebenso wie das Bewegtbild derzeit, einen festen Platz im Personalmarketing. Eine Studie von Jobstairs zeigt, dass 63,3 % der Befragten VR-Videos vor allem im Recruiting-Bereich als gewinnbringend einschätzen. 31 % von ihnen planen, in der Zukunft die Technologie in ihrem Unternehmen einzusetzen. Denn in Zeiten von Fachkräftemangel gilt es gerade für den Mittelstand, sich von anderen Unternehmen abzuheben, um interessante Bewerber für sich zu gewinnen. Dafür ist ein Image- oder Recruiting-Film im VR-Stil besonders gut geeignet. Unternehmen heben sich so von der Konkurrenz ab, zeigen, dass sie mit der Zeit gehen oder sogar als Vorreiter neuer Trends agieren. Denn VR spricht jede Altersgruppe an, wichtig ist hier nur eine entsprechende Zuschneidung und Platzierung auf und für die gefragte Zielgruppe.

VR-Videos für Ihre Arbeitgebermarke

Ein interaktives VR-Video macht ein Unternehmen erlebbar, es gibt verschiedene

Einblicke in den Arbeitsalltag und präsentiert auf authentische Weise seine Stärken. Im Zuge von VR können Unternehmen die Kandidaten virtuell durch ihre Büroräume führen und sie sogar mit den zukünftigen Kollegen sprechen lassen. Auch können, dank zeitversetzter Videointerviews, Bewerbungsgespräche schon orts- und zeitunabhängig geführt werden. Stellen Sie sich also darauf ein – in Zukunft werden Interviews mit Hilfe von VR simuliert. Kandidaten und Recruiter sind an verschiedenen Orten, haben aber dank VR-Brille das Gefühl, persönlich miteinander zu sprechen. So können nächst auch Assessments durchgeführt werden, um zu sehen, wie Bewerber sich in kritischen Situationen verhalten.



Doppelte Wirkung – von innen nach außen

Neben der Wirkung nach außen sollte bei einem innovativen VR-Video die Wirkung in den eigenen Reihen nicht unterschätzt werden. Mitarbeiter werden dadurch nachhaltig gestärkt und können sich mit dem Innovationsgedanken des Unternehmens identifizieren – und genau das tragen sie auch nach außen. Hier ist also von einer „doppelten Wirkung" die Rede.

Authentizität durch virtuelle Realität

Die Summe des Gehalts rückt bei Arbeitnehmern immer mehr in den Hintergrund, und die Work-Life-Balance sowie sonstige vom Unternehmen gegebene Flexibilität stehen weit höher im Kurs. Dazu gehören u. a. ein gutes Arbeitsklima, nette Kollegen und individuelle Zeit für Familie und Freizeit. Diese Themen authentisch in einer Stellenanzeige unterzubringen, ist eine besondere Herausforderung. Hier stellt ein gut gemachtes VR-Video all Ihre Vorzüge heraus – authentisch – und vermittelt ein angemessenes Bild des Unternehmens, überzeugt und lockt an.

▶ www.treu.de



PHILIP BUNGART, ANSPRECHPARTNER FÜR HR-PROJEKTE, DIRECTOR OFFICE HAMBURG
(FOTO: TREU)



Mit Dualem Studium punkten

ERWEITERUNG BERUFLICHER KARRIEREPERSPEKTIVEN DURCH BERUFSBEGLEITENDES BACHELOR- UND MASTER-STUDIUM

Die von der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) seit 1993 ausschließlich dual angebotenen Bachelor-Studiengänge in Wirtschaftsinformatik und Betriebswirtschaft stehen in besonderer Weise für eine hohe Beschäftigungsfähigkeit, und so haben über 90 % der FHDW–Studierenden bereits vor Abschluss ihres Studiums den Arbeitgeber für ihren Berufseinstieg gefunden. Ergänzt wird das duale Studienangebot durch berufsbegleitende Bachelor- und Master-Studiengänge. Die Vermittlung anspruchsvoller Studieninhalte erfolgt im Rahmen adäquater Studienorganisationen, sodass das Studium bei intensiver und persönlicher Betreuung erfolgreich neben einer beruflichen Tätigkeit absolviert werden kann. Neben der Vermittlung praxisorientierter Inhalte sind die organisatorischen Rahmenbedingungen an der FHDW wesentliche Erfolgsfaktoren für das Erreichen der angestrebten Studienziele. Die berufsbegleitenden Master-Studiengänge vertiefen konsequent die in den Bachelor-Studiengängen erworbenen methodischen, konzeptionellen und persönlichkeitsorientierten Qualifikationen. Die berufsbegleitenden FHDW-Studiengänge setzen darauf, dass erworbene Kompetenzen im Kontext der eigenen Berufstätigkeit stehen und berufliche Aufgabenstellungen unmittelbar mit Studieninhalten verknüpft werden. Die Zusammensetzung der Studierenden aus unterschiedlichen Branchen und Unternehmen bildet eine weitere Grundlage der Lernumgebung, die neben der Vermittlung berufsfeldspezifischer Inhalte den Austausch eigener beruflicher Erfahrungen und das generelle Networking fördert. Bei Interesse an den Studienangeboten wenden Sie sich bitte an die Verantwortlichen aus dem Bereich Unternehmenskooperationen: in Bielefeld an Christiane Nötzel (+49 521 23842-135) und in Paderborn an Benjamin Meinhardt (+49 5251 301-177).

▶ www.fhdw.de



(FOTO: FHDW)

MIT UNSEREN INTERFACE-LÖSUNGEN WERDEN MESSWERTE ZU ERGEBNISSEN.

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

BOBE INDUSTRIE-ELEKTRONIK

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

Händeringend

IMMER MEHR STELLEN IN DEUTSCHEN FIRMEN BLEIBEN FREI.

Sobald ein Unternehmen eine Position neu besetzen muss, stellt sich die Frage: „Wie können wir die Stelle zügig und erfolgreich besetzen?“

Ganz leicht ist es heutzutage nicht, qualifiziertes Personal zu bekommen, händeringend werden geeignete Bewerber gesucht. Der Druck steigt, und in vielen Arbeitsmärkten entscheiden sich längst nicht mehr Unternehmen für qualifizierte Bewerber, sondern Kandidaten für qualifizierte Unternehmen.

Neue Wege zur Personalbeschaffung werden derzeit von Verantwortlichen beschritten und können auch unter Zuhilfenahme von Personaldienstleistern erbracht werden.

Im Vordergrund jeder Neubesetzung steht ein Konzept. Jedes Unternehmen ist einzigartig. Bei der Stellenbesetzung beginnt der Profi mit der Frage, was ein Unternehmen in den Augen der relevanten Zielgruppe attraktiv macht. Mit betroffenen Mitarbeitern sowie den relevanten Zielgruppen erörtern Personalverantwortliche die Zielsetzung. Damit lassen sich passende Botschaften für Wunschkandidaten entwickeln.

Bei einer Stellenausschreibung ist der Einsatz von Ideen hilfreich. Ein Slogan, eine kreative Aussage in einer Stellenausschreibung hilft häufig weiter, um das Interesse bei Bewerbern zu wecken. Verständlich und überzeugend geschriebene Stellenanzeigen führen zudem dazu, dass sich die richtigen Bewerber angesprochen fühlen.

Es liegt auf der Hand, dass Unternehmen bei der Beschaffung von Fachkräften ihr Suchfeld erweitern müssen. Fundiertes Wissen am Arbeitsplatz ist gefragter denn je, und gut aufgestellte Personaler bieten „auch Quereinsteigern“ aus fachfremden Gebieten eine Chance. Sie entwickeln bereits bei der Personalauswahl eine Vorstellung von den Stärken ihrer Bewerber, entdecken Fähigkeiten und fördern diese gezielt bei Arbeitsaufnahme. So lohnt es sich, mit einer richtigen Stellenausschreibung zu beginnen, damit offene Stellen zügig, passgenau und erfolgreich mit raren Kandidaten schnell besetzt werden können.

Die aussagefähige und interessante Stellenausschreibung hilft Unternehmen weiter, wenn erforderliches Personal händeringend gesucht wird.

▶ www.personalmeyer.de



DER AUTOR VOLKER MEYER SETZT SEIT 1976 AKZENTE IN DER PERSONALREKRUTIERUNG UND ERLEICHTERT UNTERNEHMEN DIE PERSONALBESCHAFFUNG. ICH GEHÖRE IN DEUTSCHLAND ZU DEN PIONIEREN DER DIENSTLEISTUNGSBRANCHE ZEITARBEIT.
(FOTO: PERSONALMEYER)

Bewerber anwerben ✓
Qualifikationen identifizieren ✓
Mitarbeiter gewinnen ✓

personal
meyer

eine passgenaue Personalbesetzung leisten wir gerne für Ihr Unternehmen!

personalmeyer
“flexibel – fleißig – fair”
Telefon: 05231.250 50
www.personalmeyer.de



© WAN GMBH

Von Beate Depping

Marketingtrends 2017

Erfolgreich durch Inhalt und persönliche Begegnung auf allen Kanälen

„Wenn Sie einen Dollar in Ihr Unternehmen stecken wollen, so müssen Sie einen weiteren bereithalten, um das bekannt zu machen.“ Was Henry Ford vor rund 100 Jahren so treffend formulierte, gilt unverändert auch für Unternehmen des 21. Jahrhunderts. Die Methoden, mit denen Unternehmen ihre Produkte bekannt machen, haben sich allerdings gewandelt seit den Zeiten des großen Automobil-Pioniers. Eine ganze Branche entwickelt – gestützt auf intensive universitäre Forschungen - Jahr für Jahr neue Wege und Strategien, um Produkte am Markt zu platzieren und zum Verkaufsschlager zu machen. WIR | WIRTSCHAFT REGIONAL hat mit Experten gesprochen und stellt aktuelle Trends im Marketing vor. Den Anfang macht Peer-Michael Preß, WIR-Herausgeber und geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens Press Medien GmbH & Co. KG mit den Tätigkeitsbereichen Buch- und Zeitschriftenverlag, Druckerei und Medienagentur.



Peer-Michael Preß,
WIR-Herausgeber und geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens Press Medien GmbH & Co. KG

WIR: *Als Verleger eines regionalen Wirtschaftsmagazins und Geschäftsführer einer Medienagentur haben Sie den direkten Draht in die Marketing-Abteilungen der heimischen Wirtschaft. Welche aktuellen Trends beschäftigen die Experten in Sachen Vermarktungsstrategien gerade besonders – auch mit Hinblick auf weitere Entwicklungen im nächsten Jahr?*

Peer-Michael Preß: Alle Fragen zur Digitalisierung stehen nach wie vor ganz oben auf der Agenda. Gerade für viele kleine und mittelständische Unternehmen ist digitales Marketing – vom professionellen interaktiven Internet-Auftritt über YouTube bis hin zur Nutzung der Möglichkeiten von Virtual Reality – immer noch ein relativ neuer Bereich, den sie nach und nach für ihre Geschäftsaktivitäten einsetzen. Und das bei gleichzeitig rasant sich weiterentwickelnden Möglichkeiten, deren Nutzung ja auch für die großen Unternehmen und Konzerne mit ihren vielköpfigen Marketing-Abteilungen ständig neue Herausforderungen bereithalten.

WIR: *Gibt es in diesem Bereich noch einen Unterschied zwischen den großen Unternehmen und den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)?*

Peer-Michael Preß: Ja, es gibt Unterschiede. Die werden mit der Zeit aber deutlich geringer werden. Große Unternehmen haben genügend Kapazitäten, um neue Strategien von Anfang an systematisch neben den bestehenden Strukturen aufzubauen und sie zu integrieren. Die dazu nötige Personalstärke können KMU nicht immer vorhalten. Deshalb sind einige von ihnen zögerlich im Umgang mit digitalen Kanälen und warten ab, welche Lösungen sich durchsetzen. Andere hingegen haben ihre Marketing-Aktivitäten schnell auf diesen Bereich verlegt, und einige meinten sogar ganz auf die klassischen Kommunikations- und Vertriebswege verzichten zu können. Gerade unsere Erfahrungen aus der Arbeit im Agentur-Bereich zeigen uns aber, dass sich die unterschiedlichen Tendenzen jetzt zunehmend annähern: Die anfänglichen Skeptiker erweitern die ihnen vertrauten klassischen Wege wie die Printwerbung zunehmend um digitale Lösungen. Diejenigen hingegen, die die traditionelle Schiene zunächst als womöglich veraltetes Medium angesehen haben und nur noch auf digital gesetzt haben, gleichen diese Einseitigkeit ebenfalls aus. Multichannel-Marketing ist also gerade auch im Bereich KMU ein wichtiger Trend und wird sich auch hier schon bald auf breiter Basis durchgesetzt haben – sowohl als Werbe- und Kommunikations- als auch als Vertriebsstrategie.

WIR: *Und wie sieht es aus mit der Bedeutung des persönlichen Kundenkontakts? Wird er zunehmend weniger – und womöglich irgendwann überflüssig?*

Peer-Michael-Preß: Ganz im Gegenteil. Die persönliche Begegnung ist weiterhin ein entscheidender Faktor – in digitalen Zeiten womöglich noch mehr als bisher. Allerdings wird sie eine neue Qualität annehmen. „Face-to-face-Marketing“ lautet das Schlagwort, wenn es darum geht, Kunden zu exklusiven Inhouse-Veranstaltungen einzuladen. Im Mittelpunkt stehen dabei vordergründig allerdings weniger die Produkte als vielmehr das Ziel, den Kunden Foren zu bieten, in denen sie Netzwerke knüpfen und pflegen können. Bei Einladungen zu Hausmessen oder themenorientierten Events treffen sie nicht nur ihre Ansprechpartner des einladenden Unternehmens, sondern auch Vertreter von anderen Kunden-Unternehmen – Kollegen sozusagen, mit denen sie sich auf Augenhöhe austauschen können. Gerne auf Basis einer Keynote, mit der ein externer Redner Impulse für einen inspirierenden Austausch setzt.

WIR: *Welche weiteren Entwicklungen erwarten Sie?*

Peer-Michael Preß: Meiner Meinung nach wird das Content-Marketing im nächsten Jahr noch einmal deutlich vorangetrieben werden. Das knüpft unmittelbar an die bereits beschriebene neue Kultur der persönlichen Begegnungen an.





© WAN GMBH

Es wird darauf ankommen, die Kunden zu einer Gemeinschaft zusammenwachsen zu lassen. Natürlich sind sie in ihren Geschäftsfeldern Konkurrenten. Es bestehen aber auch Gemeinsamkeiten, die sich unter anderem über den Qualitätsanspruch definieren, der durch die Nutzung der Produkte desselben Anbieters zum Ausdruck kommt. Deshalb muss Marketing auch nicht mehr ausschließlich oder primär das Produkt in den Fokus nehmen, sondern kann Inhalte transportieren, die weit darüber hinaus reichen.

Ich persönlich bin davon überzeugt, dass gerade dem Content-Marketing eine zunehmende Bedeutung zukommen wird. WIR | WIRTSCHAFT REGIONAL hat deshalb in diesem Jahr eine klare Trennung zwischen Redaktion und Vertrieb vorgenommen und die Bearbeitung der Themenschwerpunkte in die Hände einer erfahrenen Redakteurin gelegt. Beate Depping war Redakteurin und Redaktionsleiterin einer großen regionalen Tageszeitung, hat sich später selbstständig gemacht und arbeitet freischaffend für den öffentlich-rechtlichen Hörfunk sowie für Agenturen und Tageszeitungen. Die Schwerpunkte von WIR | WIRTSCHAFT REGIONAL konzipiert und verfasst sie nach journalistischen Grundsätzen und unabhängig vom Vertrieb unseres Hauses. Die Berichterstattung reicht von Interview-basierten Firmen- oder Unternehmerporträts bis hin zu Berichten über neue wissenschaftliche Entwicklungen. Damit setzt WIR | WIRTSCHAFT REGIONAL starke inhaltliche Akzente und bietet unserer Zielgruppe der Führungskräfte kleiner und mittelständischer Unternehmen Informationen von branchenübergreifender Relevanz – unabhängig von Interessen einzelner Verbände oder Firmen.

www.wirtschaft-regional.net



Kai Halter, Vorstandsvorsitzender vom Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) und Director Marketing des Maschinenbau-Unternehmens ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG. (Foto: setphoto Thomas R. Schumann)

Messe und Internet: B2B zwischen persönlichem Kontakt und Digitalisierung

Der Messeauftritt und der persönliche Kontakt zu den Kunden wird auch künftig ein wichtiges Marketinginstrument für B2B-Unternehmen bleiben. Gleichzeitig ist jetzt der Zeitpunkt erreicht, an dem das Internet auch für B2B-Unternehmen Möglichkeiten bietet, neue Geschäftspartner und Kunden zu finden.“ So bringt Kai Halter, Vorstandsvorsitzender vom Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) und Director Marketing des Maschinenbau-Unternehmens ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG., zwei aktuelle Marketing-Trends auf den Punkt.

Messen sind weiterhin das kostenmäßig wichtigste Marketinginstrument von B2B-Unternehmen und bilden den größten Posten im Marketing-Etat. Das ist das Ergebnis der bvik-Studie „B2B-Marketing-Budgets 2015“. Laut der jährlich stattfindenden Erhebung des Verbandes belief sich der Anteil für Messen im Jahr 2015 auf fast 40 Prozent der Marketingausgaben und ist demnach im Vergleich zum Vorjahr nochmals um einige Prozentpunkte angewachsen. „Gerade Unternehmen des klassischen Mittelstandes mit 50 bis 100 Millionen Euro Jahresumsatz sind jedoch mit ihren Messeauftritten viel zu häufig noch nicht so professionell ausgestattet, wie es notwendig wäre, um Marke und Unternehmen effizient zu vermarkten und Erfolge zu generieren“, erläutert Kai Halter.

Der bvik sehe eine seiner Aufgaben darin, die Unternehmen bei der Professionalisierung zu unterstützen, so Halter weiter. Auch deshalb organisiere der Verband für seine Mitglieder seit Jahren Rundgänge über Leitmessen unterschiedlicher Branchen: jährlich auf der Hannover Messe sowie sukzessiv auf anderen Messen wie der Automechanika in Frankfurt oder zuletzt auf

der Chillventa, der Messe für Kältetechnik, Wärmepumpen und Lüftung in Nürnberg. „Unser Messerundgang liefert Marketern Einblicke in verschiedene Messekonzepte. Dadurch erhalten sie die Gelegenheit, sich von unterschiedlichen Darstellungsformen und Markeninszenierungen inspirieren zu lassen, von den Best Playern zu lernen und Erfahrungen mit Marketingkollegen auszutauschen. Dieser Mehrwert ist in unserer Branche unbezahlbar“, erklärt Kai Halter.

Gleichzeitig sieht der Marketingexperte großen Handlungsbedarf auf dem Gebiet der Digitalisierung: „Im B2B-Bereich haben Kanäle wie Social Media bislang keine so große Rolle gespielt. Ich glaube aber, dass jetzt genau der richtige Zeitpunkt gekommen ist, um auch über dieses Medium qualifizierte Kontakte zu knüpfen.“ Dabei denke er weniger an Shoplösungen, wie sie der B2C-Bereich bereits erfolgreich etabliert hat, sondern vielmehr an die Möglichkeiten des Marketing-Controllings, die das Internet bietet. „Die große Chance der Internetauftritte besteht darin, dass große Datenmengen erhoben und gezielt ausgewertet werden können. Die genaue Analyse eröffnet Wege zu potenziellen neuen Kunden, die über die persönlichen Kontakte noch nicht erreicht werden konnten, die man dann aber gezielt ansprechen und für Geschäfte gewinnen kann“, so Halter. Die richtigen Wege zur Nutzung digitaler Marketingstrategien für die B2B-Branche müssten nun entwickelt werden. Um dabei das nötige Maß an Professionalität zu gewährleisten, seien eigene Organisationseinheiten notwendig, die in kleinen und mittelständischen Unternehmen jetzt dringend aufgebaut werden müssten.

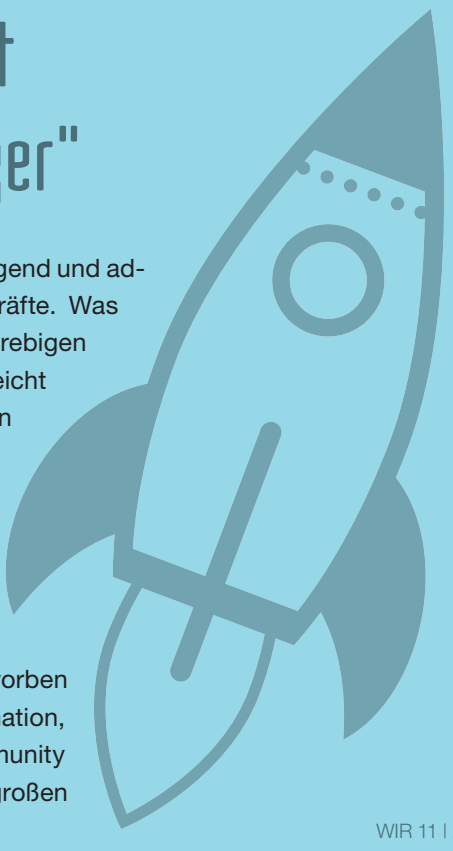


bvik-Messerundgang auf der Automechanika (Foto: bvik)



Thomas Hans: „Jedes KMU braucht einen eigenen Social Media Manager"

Wenn sich der Chef eines Unternehmens für das Thema Digitalisierung nicht begeistern kann, fährt der Marketingleiter mit Projekten, die auf neue Medien setzen, mitunter schlichtweg vor die Wand.“ So bringt Thomas Hans, Präsident des Marketing Clubs Münster/Osnabrück auf den Punkt, was er als Geschäftsführer der Marketing Agentur husare GmbH in seiner täglichen Arbeit nach wie vor erlebt. Gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU) hätten die Potenziale digitaler Kommunikation immer noch nicht flächendeckend erkannt und verfügten oftmals auch noch nicht über genügend und adäquat ausgebildete Fachkräfte. Was hingegen mit dem zielstrebigen Einsatz des Internets erreicht werden kann, das zeigen nach Ansicht des Marketing Club-Präsidenten geradezu beispielhaft die rund 30 Kandidaten, die sich in diesem Jahr um den Marketing-Preis Münster/Osnabrück beworben haben: „Digitale Transformation, Social Media und Community Management sind die großen





© WAN GMBH



**Thomas Hans,
Präsident des Marketing Clubs
Münster/Osnabrück**

Schwerpunkte im Bewerberfeld."
Über die konkreten Bewerbungen kann Thomas Hans noch nicht sprechen. Zunächst müssen sie von der Jury begutachtet und bewertet werden, bevor dann im Januar der 8. Marketing-Preis Münster/Osnabrück verliehen wird. Am Beispiel früherer Preisträger macht er jedoch deutlich, welche Erfolge durch strategisches Marketing generiert werden können.
So berichtet er über den Preisträger 2015, das Unternehmen emco aus Lingen in der Nähe von Meppen, das 2011 mit großem Erfolg einen Elektroroller auf den Markt brachte. „Mit einer 360-Grad-Kommunikation baute die Firma die Marke emco Elektroroller ökologisch und ökonomisch sinnvoll auf: mit Online-Marketing, einer eigenen Internet-Präsenz mit Händler-Online-Shop und mit Integration von kreativen Ideen im Bereich Social Media. So gab es die Facebook-Aktion emco-Super-Heroes, bei der zwei Studenten mit E-Scootern 14 Tage lang 2000 Kilometer durch Deutschland reisten." In nur anderthalb Jahren sei es dem Unternehmen auf Basis seines strategischen Marketingkonzeptes gelungen, ein flächendeckendes Händlernetz aufzubauen und sich zum führenden Anbieter von E-Scootern in Deutschland zu entwickeln.
Solche Erfolgsgeschichten sind heutzutage kaum noch zu erreichen, wenn man nicht professionelle Mitarbeiter im Marketing beschäftigt oder Unterstützung durch Agenturen hinzuzieht. „Auch kleine und mittlere Unternehmen streben zunehmend die Professionalisierung ihres Marketings an. Das Problem ist jedoch, dass dazu häufig immer noch Mitarbeiter aus der Belegschaft genommen werden, die eine ganz andere Ausbildung haben, oder aber auch Marketing-Mitarbeiter, die aus der Zeit der reinen Printmedien kommen und nicht wissen, welche Möglichkeiten in der Digitalisierung stecken." Für den Marketing-Fachmann aus Emsdetten steht hingegen fest, dass Marketing ausschließlich in die Hände von Experten gehört – und dass die sich zudem mit wachsender Bedeutung der Digitalisierung weiter spezialisieren werden: „Jedes KMU wird auf Dauer einen eigenen Social Media Manager brauchen. Und das können nicht nur Leute sein, die noch aus der analogen Welt stammen."

Marketing Club Münster/Osnabrück

Den Marketing Club Münster/Osnabrück gibt es seit 1968. Für 400 Einzelmitglieder und Mitgliedsunternehmen ist er die zentrale Anlaufstelle für Weiterbildung und Wissenstransfer im Marketing-Management und bedeutendes Netzwerk für den Informations- und Erfahrungsaustausch. 16-mal im Jahr bietet der Marketing Club Veranstaltungen wie Fachvorträge von Experten aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Wissenschaft zu relevanten Themen des Marketings sowie Vor-Ort-Treffen in Unternehmen der Region, die Einblick geben in deren Marketingpraxis.

www.marketingclub-ms-os.de/home

Marketing Club OWL Bielefeld – Frank Nientiedt: „Social Media und E-Commerce sind große Trends"

Der Marketing Club OWL Bielefeld hat eine ganz eigene Methode, um den neuesten Trends und erfolgreichsten Entwicklungen im Marketing auf die Spur zu kommen: Seit 1997 vergibt der Verein regelmäßig einen Marketingpreis an ein Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe, das nach Ansicht der Jury die Nase ganz weit vorne hat in Sachen Marketing. Jury-Vorsitzender Frank



Bild links:
Frank Nientiedt, Jury-Vorsitzender Marketingpreis OWL und Leiter des Corporate Marketing der Böllhoff-Gruppe in Bielefeld

Nientiedt ist Leiter des Corporate Marketing der Böllhoff-Gruppe in Bielefeld. Aus seiner Arbeit für den international tätigen Anbieter von Verbindungs-, Montage- und Systemtechnik ebenso wie aus den eingereichten Bewerbungen für den Marketingpreis ergeben sich für ihn zwei große Marketing-Trends:

„Social Media ist eine neue Möglichkeit für Unternehmen, sich als attraktiver Arbeitgeber bekannt zu machen und potenzielle Arbeitnehmer weltweit auf sich aufmerksam zu machen“, erklärt der Marketing-Experte des Familienunternehmens, das in vierter Generation von Wilhelm Alexander und Michael Wolfgang Böllhoff geführt und weltweit an 40 Standorten mit zwölf Produktionsstätten in 24 Ländern präsent ist. „Portale wie Facebook sind vor allem für Unternehmen interessant, die sich mit ihren Produkten direkt an den Endverbraucher wenden. Dort ist die Böllhoff-Gruppe als B2B-Unternehmen nicht vertreten. Aber wir sind seit zwei Jahren auf Xing mit einem Unternehmensprofil vertreten und posten seit einem Jahr aktiv Nachrichten, die relevant sind für unsere eigenen Mitarbeiter, aber auch für potenzielle neue Arbeitnehmer. So können wir uns durch gezieltes Employer Branding als attraktiver Arbeitgeber präsentieren – und das mit großer Geschwindigkeit und Reichweite.“

Den Bereich E-Commerce sieht Frank Nientiedt ebenfalls als großen Trend: „Wir haben deshalb gerade einen Shop mit einem digitalen Katalog neu gelauncht, denn es wird mehr und mehr online bestellt werden. Im Endkundenvertrieb hat das ja zunächst auch eher schleppend angefangen, sich dann aber rasant entwickelt; und heute kaufen Kunden weltweit ganz selbstverständlich via Internet. Und auch der B2B-Bereich erfährt dahingehend gerade eine starke Beschleunigung.“

Der Marketing Club OWL Bielefeld unter seinem Präsidenten Uwe Rössler, Professor für Marketing und Vertriebsmanagement an der Fachhochschule Bielefeld, versteht sich als regionales Netzwerk des Erfahrungsaustausches und der Fachinformation. Hier treffen sich rund 400 Führungskräfte der Wirtschaft in Ostwestfalen-Lippe, die in Marketing und Vertrieb Verantwortung tragen. Außerdem gibt es Firmenmitgliedschaften, die nach Angaben des Clubs immer mehr Unternehmen in der Region nutzen. Der Club ist eingebunden in den Deutschen Marketing Verband (DMV) mit bundesweit 14.000 Mitgliedern in 65 Clubs.

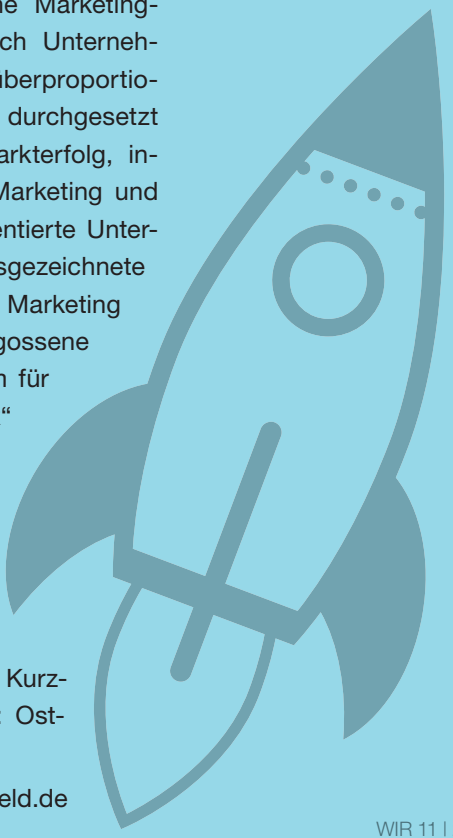
Der Marketing Club OWL Bielefeld wurde 1955 gegründet und umfasst die gesamte Region Ostwestfalen-Lippe bis auf Paderborn, wo es einen eigenen Marketing Club gibt. Die Mitglieder kommen aus vielen Branchen. Innerhalb des Clubs wird eine intensive Nachwuchsförderung betrieben. Zusätzlich zu den Vortragsveranstaltungen und Betriebsbesichtigungen des Hauptclubs treffen sich die Nachwuchsführungskräfte im Marketing. Mitglieder bis 35 Jahre heißen seit 2014 in allen DMV Clubs JuMP, Junior Marketing Professional.

Den Marketingpreis vergibt der Club seit 1997 für erfolgreiche Marketingstrategien, mit denen sich Unternehmen nachweislich und überproportional positiv in ihrem Markt durchgesetzt haben. Kriterien sind Markterfolg, innovative Leistungen im Marketing und eine insgesamt marktorientierte Unternehmensführung. Das ausgezeichnete Unternehmen erhält die Marketing OWL – eine in Bronze gegossene Eule. Sie ist als Synonym für den „geschärften Blick“ zu verstehen, den Unternehmen beweisen müssen, um erfolgreich zu sein. Darüber hinaus ist „OWL“ nicht nur das englische Wort für Eule, sondern auch die Kurzbezeichnung der Region: Ostwestfalen-Lippe – OWL.

www.mc-owl-bielefeld.de

Marketingtrend 2017

Omni-Channel-Kampagnen steigen weiter im Stellenwert!





© WAN GMBH

Marketingpreeis: „Lightpower" aus Paderborn setzt Superstars weltweit ins richtige Licht

Ob Papst Benedikt in Berlin auftritt oder Weltstars wie Adele bei ihren Tourneen die Massen begeistern: Wenn es gilt, große Künstler und Persönlichkeiten von Weltrang ins richtige Licht zu setzen, steckt dahinter zumeist ein Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe. Die Lightpower GmbH aus Paderborn stattet gigantische Bühnenshows ebenso wie große Opernhäuser aus: unter anderem mit Lichtstellpulten, die für die punktgenaue Steuerung der riesigen Lichtanlagen sorgen. Für die Markteinführung eines neuen Lichtstellpultes wurde das Unternehmen jetzt mit dem Marketingpreis 2016 des Marketing Clubs OWL Bielefeld ausgezeichnet.

„Mit unseren Lichtstellpulten der Serie grandMA arbeiten weltweit die Spezialisten ihres Faches. Sie sind sozusagen Virtuosen dieser Hightech-Geräte und dirigieren und steuern mit ihnen das Zusammenspiel von Scheinwerfern, LED-Komponenten, Moving Lights sowie Video- und Medien-Applikationen innerhalb einer komplexen Lichtdramaturgie", erklärt Marketingleiter Ansgar von Garrel den Beitrag der Paderborner an Mega-Events wie der Sarah Connor-Tour, den Salzburger Festspielen oder der Stadionshow des Magier-Duos „Ehrlich Brothers". 2014 seien von den zehn erfolgreichsten Tourneen weltweit neun mit „grandMA" ausgestattet worden, betont der Marketingexperte des Unternehmens mit Tochterunternehmen in Linz, London, Singapur, Sao Paulo, Bogota, Dubai und Helsinki, das insgesamt 115 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

„In diesem Bereich sind wir weltweit führend. Das ist wunderbar. Doch andererseits bedeutete das auch, dass ein weiteres dynamisches Wachstum kaum noch möglich war", erläutert Ansgar von Garrel, warum Lightpower sich mit einem neuen Produkt einen weiteres Marktsegment erschließen wollte und beschloss, ein Lichtstellpult anzubieten, das sich beispielsweise auch Theater und Veranstalter mit kleinerem Budget leisten können. „Da stehen dann Menschen hinter den Pulten, die nicht nur das Licht steuern, sondern auch noch den Ton fahren und sich um das Equipment kümmern müssen. Das neue Pult musste also nicht nur günstiger sein, sondern auch schneller erlernbar – und das auch für Anwender, die zum Beispiel nicht wie die international tätigen Spezialisten allesamt perfekt Englisch sprechen." Deshalb statteten die Paderborner „dot2" nicht nur mit integrierten Hilfen und einer intuitiven Bedienung aus, sondern die Anwender können bei Software, Anleitungen und Support-Foren zwischen fünf unterschiedlichen Sprachen wählen.

Die Tatsache, dass genau diese Mehrsprachigkeit auch in die Strategie zur Markteinführung integriert wurde, gehört zu den Punkten, die auch die Jury des Marketing Clubs OWL Bielefeld beeindruckte. Der offizielle Verkaufsstart der „dot2"-Produkte erfolgte mit Kommunikationsmedien in insgesamt 24 Sprachen. Zudem hebt der Marketing Club den konsequenten Aufbau der Marketingstrategie hervor: „Um einen Monat vor der wichtigsten Branchenmesse eine extreme Spannungskurve zu erzeugen, wurden weltweit alle Vertriebspartner vorab informiert und Pressemitteilungen versendet. Zudem wurden eine Website in fünf Sprachen aufgeschaltet, ein Online-Forum eingerichtet, eine globale Anzeigenkampagne lanciert, und es



Ansgar von Garrel, Marketingleiter Lightpower GmbH aus Paderborn





ADELE-LIVE 2016 in Manchester (Foto: Ralph@Larmann.com)

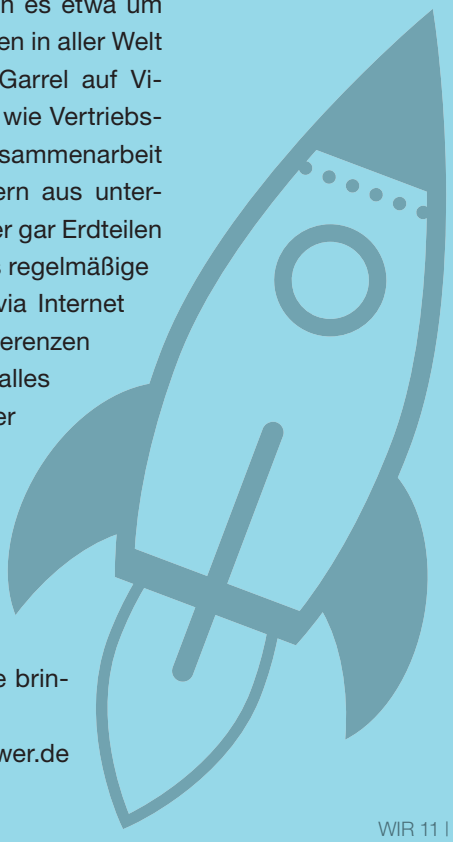
wurde über soziale Medien mit der Zielgruppe kommuniziert“, heißt es in der Begründung zu Preisvergabe.

In der zweiten Stufe sei der Download-Bereich der Website geöffnet und die Funktionalität des neuen Produkts mittels einer 3D-Visualisierung umfänglich dargestellt worden. Geschickt inszenierter Höhepunkt sei schließlich die Live-Präsentation des Produkts auf einem eigens dafür konzipierten Stand der internationalen Leitmesse „Prolight + Sound“ in Frankfurt am Main gewesen. Wobei im Nachgang alle Vertriebspartner Demo-Material erhielten und lokale Markteinführungen flankiert von crossmedialen Anzeigenkampagnen folgten.

„438.000 Aufrufe der Website, weit mehr als 110.000 Klicks auf Videos und 1.500 verkaufte dot2-Konsolen.“ Mit diesen Zahlen belegt Ansgar von Garrel den messbaren Erfolg der Kampagne für das Unternehmen – und verweist damit zugleich auf die für ihn bedeutendsten Marketing-Trends: „Es war noch nie so einfach, mit wenig Aufwand und Kosten maximale Wirkung und Nutzen zu erzielen. Ob Großkonzern, Mittelstand oder die Eisdiele um die Ecke: Das Internet und insbesondere Social Media bieten Unternehmen verschiedener Größen und Backgrounds die Möglichkeit, professionelles Marketing für wenig Geld zu betreiben. Und auch Analyse und Controlling sind einfach ablesbar, als Zahl der User, Klicks oder Downloads. Damit Online-Marketing effizient sein kann, muss man allerdings vorher genau definieren, welche Ziele man erreichen will.“ Wenn es etwa um Kommunikation mit Kunden in aller Welt geht, setzt Ansgar von Garrel auf Videos, die aufgebaut sind wie Vertriebsgespräche. Und die Zusammenarbeit von Kollegen und Partnern aus unterschiedlichen Ländern oder gar Erdteilen wird erleichtert durch das regelmäßige Teilen von Dokumenten via Internet und durch Online-Konferenzen oder Video-Chats. „Das alles sind wichtige Bindeglieder zwischen persönlicher Begegnung und rein digitaler Kommunikation, die noch zu wenig genutzt werden und gerade auch für den Mittelstand große Vorteile bringen.“

www.lightpower.de







© WAN GMBH

Erfolgreiches Standort-Marketing: Wenn die Kampagne zum Selbstläufer wird

Eine Anzeigen-Kampagne wird zum Gesprächsstoff am Kneipentresen oder im Club, und sogar Fernsehsender berichten in launigen Beiträgen darüber – für Marketing-Strategen ist das der Stoff, aus dem die Träume sind. Gelungen ist solch ein Coup der Werbeagentur „Men at Work“ im lippischen Lage. Mit kernigen Sprüchen wie „Lippe liegt am A… der Welt – aber hier riecht's besser als im Ruhrgebiet“ führten sie eine Imagekampagne für den Industriestandort Lippe zum Erfolg.

„Die Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold, die Wirtschaftsjunioren und der Arbeitgeberverband Lippe veranstalteten 2013 ein Pitch für eine Standortkampagne“, berichtet Guido Friedrich, der die Agentur 1997 mit Marek Grittern gründete und mit ihm gemeinsam die Geschäftsführung innehat. Schnell stand fest: Der Vorschlag aus Lage sollte darauf basieren, „dass es oft gerade die Lipper sind, die besonders schlecht über Lippe denken und reden. Wir wollten die negativen Äußerungen der Lipper ins Positive wenden und das Ganze als frechen Spruch mit einer guten Portion Humor präsentieren“, erläutert Guido Friedrich. Die Vorteile lagen für die Marketing-Profis auf der Hand: Die Region steht im Vordergrund, die Kampagne ist offen für künftige Weiterentwicklungen, und da sie ohne Fotografien auskommt und allein auf leuchtende Farben und markige Sprüche setzt, ist sie mit vergleichbar geringen Kosten zu realisieren.

Schnell sei klar gewesen, dass die Idee bei den Auftraggebern ankam: „Am besten zündete wohl der Spruch: Lipper leben auf dem Land, aber nicht hinter dem Mond. Darüber wurde schon während der Präsentation gelacht und diskutiert.“ Am meisten Furore machte aber natürlich die Sache mit dem A… der Welt – bei den Auftraggebern und erst recht später als riesige Plakatwerbung an den Straßen in ganz Lippe und darüber hinaus. Guido Friedrich: „Die IHK bekam einen offenen Brief von einem Politiker aus dem Ruhrgebiet. Er lud Vertreter aus der lippischen Wirtschaft zu einem Besuch ein, damit sie sich vom Gegenteil überzeugen sollten.“ Grund genug für Fernsehsender wie RTL und SAT1, darüber zu berichten. „Und so kam unsere Kampagne und damit Lippe bundesweit ins Fernsehen“, freut sich Guido Friedrich.

Überhaupt nahm die Kampagne zunehmend eine positive Eigendynamik an: „2015 haben wir einen Wettbewerb ausgeschrieben, bei dem die Lipper ihre eigenen Sprüche einsenden sollten. Heraus kamen Slogans wie ‚Lippe ist klein, aber unsere Wirtschaft ganz groß‘, die dann auch plakatiert wurden.“ Inzwischen greifen einzelne Unternehmen Idee und Design auf und nutzen das Konzept mit eigenen Sprüchen für ihr Unternehmens-Marketing, und Postkarten mit den Slogans genießen fast schon Kultstatus. Guido Friedrich ist sicher, dass die Kampagne noch längst nicht ausgereizt ist: „Neben den klassischen Medien setzen wir auch auf Internet und Social Media. Und in beiden Bereichen gibt es für die Zukunft noch genügend Entwicklungspotenzial.“

www.industrie-lippe.de/kampagne

Bild unten:
Men at Work Lippe-Kampagne
links Guido Friedrich
rechts Marek Grittern



www.wan-online.de



Zeit für Veränderung

Frische Ideen und neue Impulse
für 2017

WAN
marketing
kommunikation

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

Strategie · Konzeption · Kreation

Welche TOP-Trends haben die Marketingverantwortlichen kleiner und mittlerer Unternehmen für das nächste Jahr auf der Agenda?

**BERT SCHULTE,
GESCHÄFTSFÜHRER
SCHULTE UND SCHWARZ DRUCK
UND MEDIEN GMBH
AUS MARSBERG/KASSEL**



Unsere Erfahrungen als Druck- und Mediendienstleister für Unternehmen aller Größen und Branchen zeigen, dass klassische Werbe- und Informationsmedien wie Broschüren, Postwurfsendungen und Kataloge, selbst in kleinen Auflagen, eine deutliche Renaissance erleben. Immer mehr Firmen und Organisationen aus der Region erkennen, dass sie mit hochwertig gestalteten und veredelten Printerzeugnissen bei möglichen und bestehenden Kunden erheblich mehr Aufmerksamkeit erzielen als mit Mails und Online-Medien. Die Bereitschaft, Print als zentrales Marketingelement zu sehen, wächst dabei umso mehr, wenn der Medien-Dienstleister die gesamte Planung und Organisation übernimmt und aus einer Hand auch das Adressmanagement mit organisiert, persönliche Anschreiben erstellt und die Logistik verantwortet. Neuen Schwung wird unserer Meinung nach auch das Thema Werbemittel und „Give Aways“ erfahren. Werden internet-basierende Lösungen für die Gestaltung, zur Verfügbarkeitsabfrage oder zum Versand genutzt, wird auch hier die Nachfrage deutlich wachsen.

▶ www.schulte-schwarz.de

**DIRK MARKUS
GESCHÄFTSLEITUNG / MARKETING
CREDITREFORM
HERFORD & MINDEN DORFF KG
AUS LÖHNE**



Wie kann ein mittelständisches Unternehmen heute Marketing betreiben? Mailings? Anzeigen? Veranstaltungen? Google adwords? Radio?

Fragt man den Außendienst/Verkauf, sind die meisten Instrumente wirkungslos.

Ich glaube für 2017 an:

- Eigene kleine Veranstaltungen. Mit den Menschen ins Gespräch kommen hilft immer. Sicher: Das Angebot ist groß heute. Aber gar nichts zu tun, ist auch keine Alternative, und wenn man bei der Durchführung seiner Veranstaltung authentisch ist und freundlich und dabei noch Fachwissen vermittelt – das funktioniert.
- Ergänzen kann man das gut um die Teilnahme in eigenen Netzwerken, Wirtschaftsclubs oder Marketingzirkeln. Auch hier gilt: Alles muss man nicht mitmachen. Aber als Mitglied sich ab und an sehen zu lassen und mit einzubringen, ist wirkungsvoll.
- Da heute die Informationsbeschaffung über das Web erfolgt, sollte natürlich auch hier investiert werden. Nicht nur über die Kampagnen von Google, sondern vor allem über die Veröffentlichung von Fachbeiträgen oder die Nutzung von Printmedien, die mit der Onlinewelt verknüpft sind. Je länger ein Beitrag im Web existiert, desto eher wird man (ohne Bezahlung) über sein Unternehmen „gefunden“.

▶ www.creditreform-herford.de

**DIRK HIRSEKORN
FREIRÄUME COACHING
AUS GESCHER**



Marketing muss überraschend sein. Der Wow-Effekt sollte im Vordergrund stehen. Allerdings nicht einfach auf Show getrimmt und letztlich inhaltsleer. Vom Bedürfnis des Kunden her gedacht, kann eine Kampagne durchaus Nutzen bringen. Als Dienstleister in der Beratung kann das beispielsweise durch provozierende Fragen oder Statements geschehen. Eine Kostprobe gefällig? „Führung braucht Selbst-Zeit und Selbst-Raum! – Wieviel davon nehmen Sie sich? Wie wird das dann für Ihre Führungsaufgabe wirksam?“

▶ www.freiraeume-coaching.de

Onlinemarketing-Aktivitäten verzeichnen die höchsten Zuwächse. Die große Kunst ist es für jedes Unternehmen, die Marketinginhalte und Ziele treffend in relevante Absatzkanäle zu transportieren. Die Möglichkeiten, den Konsumenten zu erreichen, sind unendlich vielfältig geworden. Dazu gehört viel Erfahrung und eine strukturierte und systematische Vorgehensweise. Der stark wachsende Onlinehandel führt zu neuen Käuferschichten, bringt aber auch den stationären Handel in Bedrängnis. Der mächtig im Umbruch befindliche Handel steht vor gewaltigen Herausforderungen. Es wird immer wichtiger, eine ausgefeilte Strategie zu verfolgen, um Unternehmensziele effektiv zu erreichen. Es kommt auf die richtigen Marketing-Mix-Inhalte an.

▶ www.projekt-marketing.info

PETER VENNEBUSCH
PROJEKTMARKETING
AUS BÜNDE



Neben dem noch wichtiger werdenden Content-Marketing und der Vermittlung unserer Expertise im Rahmen von exklusiven Events, z. B. mit unseren Netzwerk-Partnern, hat sich der gezielte Einsatz gedruckter Mailings und Newsletter für uns als extrem wirkungsvoll erwiesen. Damit diese in der Flut der täglichen Post nicht untergehen, ist eine Kombination aus sehr ansprechender Optik durch Veredelung und Personalisierung sowie zielgruppen-optimiertem Content notwendig. Aber die Response rechtfertigt diesen Aufwand. Der Trend zur stark individualisierten Kommunikation spiegelt sich auch in der steigenden Nachfrage nach Web2Print-Systemen und 1:1-Mailings seitens unserer Kunden wider. Big Data ist hier immer öfter nicht mehr nur ein „Buzzword“, sondern zunehmend sehr effektiv und erfolgreich im Einsatz.

▶ www.Laudert.de

ANNE LÜCK
LEITUNG MARKETING + PR
LAUDERT GMBH + CO. KG
AUS VREDEN



KMU müssen sich in den nächsten Jahren noch stärker auf die Kommunikation im Netz konzentrieren. Eine mobiloptimierte, moderne und gut strukturierte Homepage ist Pflicht. Mit Inhalten, die ihre Nutzer begeistern. Die Mehrwert bieten. Die einen Nutzer veranlassen, auf der Seite zu bleiben und wiederzukommen.

Gutes Content Marketing sorgt auch für ein gutes Google-Ranking. Werbung alleine wirkt schon lange nicht mehr. Gut gemachte Inhalte geben den Nutzern einen Mehrwert, Orientierung und damit auch Vertrauen.

Genau in diesem Bereich den richtigen Ton auf den richtigen Kanälen zu treffen, das wird die Herausforderung der Marketingabteilungen in den KMU sein. Unternehmen, die dies erkannt haben, haben die Nase bereits um Längen vorn.

▶ www.medienhaus-emsland.de

STEFANIE KNOBLOCH
GESCHÄFTSFÜHRENDE
GESELLSCHAFTERIN
MEDIENHAUS EMSLAND GMBH
AUS LINGEN



Vielen Menschen wird beim Gedanken an die digitale Zukunft mulmig. Manche fürchten, dass bald Roboter den eigenen Job ausüben. Diese Ausgangssituation ist eine Chance für den REFA-Nordwest-Verband, sich mit seiner Kompetenz für Arbeitsorganisation und Industrial Engineering ins Gespräch zu bringen. Unter dem Motto „Arbeit mit Zukunft“ wurde aktuell eine Kampagne zum Thema „Industrie 4.0“ ins Leben gerufen, die bis Ende 2017 laufen wird. Wie Zahnräder greifen übergeordnete und lokale Maßnahmen der 17 Regional- und Bezirksverbände von REFA Nordwest ineinander. Basis der Kampagne sind ein neues Corporate Design und eine Zusatz-Website (www.zukunft-refa.de). Social-Media-Aktivitäten und Fachbeiträge zur Diskussion um den Wandel 4.0 gehören ebenso dazu wie Messe-Präsenzen und Pressearbeit.

▶ www.refa-owl.de

LINKS: LARS PIELEMEIER, REFA-NORDWEST-ENTWICKLUNGSBEAUFTRAGTER UND PROJEKTLEITER DER KAMPAGNE „ARBEIT MIT ZUKUNFT“ AUS BIELEFELD

RECHTS: DR. BIRGIT LUTZER, PUBLIC RELATIONS





C. CHRISTIAN LEITZ
LEITER MARKETING
AKADEMIE FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE
DER WIRTSCHAFT GMBH
AUS ÜBERLINGEN



Die Marketing Abteilungen kleinerer Unternehmen bedienen einen immer umfangreicheren Marketing-Mix. Automatisierung im Kampagnenmanagement steht daher für eine ressourcenschonende Bearbeitung genauso im Fokus wie der Kunde, um diesen überall optimal zu bedienen. Durch CRM Profiling und Content Marketing werden für Kunden werthaltige und persönlichere Markenerlebnisse geschaffen und nachgehalten, wie gut die Interaktion war. Test and Target gilt es auch im SEM-Bereich zu verfolgen, gerade weil anzunehmen ist, dass Paid Search im Vergleich zu organischen Quellen an Bedeutung gewinnt, seit Google die Werbeflächen neu verteilt hat. Wichtig für alle Print-Marketer: Die Post wartet im Bereich Dialogpost mit einigen Neuerungen auf. Anschauen!

▶ www.die-akademie.de

JÜRGEN HENKE
GESCHÄFTSFÜHRER DER
METALLWERKE RENNER GMBH
AUS AHLEN



Wir spüren die Digitalisierung in unserer Branche und damit auch im Marketing. Unsere Kunden informieren sich im Internet über unsere Produkte und finden unsere Firma über Google. Daher haben wir einige Aktivitäten in den Printmedien zurückgefahren, die Ihre Berechtigung verloren haben. So haben etwa die Gelben Seiten ihre einst zentrale Stellung weitgehend eingebüßt. Das Netz wird in Zukunft der Ort werden, an dem Unternehmen und Kunden zusammenfinden.

Der konsequente Ausbau der digitalen Aktivitäten wird daher für uns das Marketing-Thema des nächsten Jahres werden. Das ist die Pflege der Webseite, aber auch der Aufbau eines PIM oder der Start eines eigenen Onlineshops. Dieser ist zu Beginn des Jahres gestartet (www.renner-shop.eu) und hat uns bereits jetzt neue Kundenkreise erschlossen.

▶ www.metallwerke-renner.eu

FRANK BEUSHAUSEN
PERFECT SOUND PR
AUS BISSENDORF



Angesichts schmaler Budgets sind persönliche Weiterempfehlungen für kleine und mittelständische Unternehmen der erfolgversprechendste Ansatz, um neue Kunden zu gewinnen. Gegenüber teuren Marketing-Kampagnen mit hohen Streuverlusten besitzt die direkte Beziehungspflege zu zufriedenen Kunden und überzeugten Marktpartnern einen besonderen Charme: Es entsteht eine starke Vertrauensbasis, die die Preisdiskussion erübrigt und auf Dauer belastbar bleibt. Wer beispielsweise das Empfehlungs-Netzwerk BNI nutzt, hebt sein Kundenbeziehungs-Management auf ein völlig neues Niveau: So lässt sich die Akquise klar strukturiert angehen. Ob regional oder überregional – wer sich seiner Alleinstellungsmerkmale bewusst ist und sich strategisch aufstellt, erreicht seine Zielgruppen mit maximaler Effizienz.

▶ www.perfectsoundpr.de

HANNA KLEBER
MANAGING DIRECTOR
KPRN NETWORK GMBH
AUS FRANKFURT A.M.

Bewegtbild war lange Zeit für viele Unternehmen als Werbemittel nicht denkbar und nur über teure TV-Projekte umsetzbar. Seit der Digitalisierung ist Bewegtbildwerbung nicht nur realistisch geworden – Video-Advertising im Internet ist sogar wesentlich sinnvoller für viele Unternehmungen als TV. Warum?

Bei exaktem Targeting werden Streuverluste stark minimiert. Im Gegensatz zu TV lässt sich das Video-Advertising in Social Media und Online-Kanälen punktgenau auf eine relevante Zielgruppe ausspielen und über Geomarketing auf definierte Regionen einschränken. Dadurch wird es auch und insbesondere für regional agierende KMUs interessant. Darüber hinaus sind die ausgespielten Videos natürlich am Desktop zu sehen, aber natürlich auch für mobile Endgeräte optimiert, sodass der Trend des Second Screen ebenfalls abgedeckt wird.

Abschließend profitieren werbende Unternehmen von ausführlichen Reportings und tiefgreifenden Erfolgsmessungen. Ein weiterer Vorteil gegenüber TV. Video Advertising im Internet macht nicht nur für emotionale Consumer-Produkte Sinn. Auch im B2B-Bereich lassen sich kostengünstige und spannende Erklärvideos produzieren, um Produkte oder Geschäftsmodelle der Zielgruppe nahezubringen.

▶ www.kprn.de

SUSANNE BECKMANN
BUSINESS-KNIGGE-TRAINERIN
AUS OSNABRÜCK



Schon seit einigen Jahren gibt es einen Trend in der Unternehmenskultur: Business-Knigge-Regeln. Diese Entwicklung geschieht in einem Umfeld mit immer austauschbareren Produkten und Dienstleistungen. Vor diesem Hintergrund bekommen der Mitarbeiter, sein respektvolles Verhalten und seine guten Umgangsformen eine immer größere Bedeutung. Das fängt bei Höflichkeitsformen an, setzt sich über Kleidung und Verhalten bis hin zur Kommunikation fort. Und der Trend verstärkt sich, denn immer mehr Firmenlenker haben erkannt, dass wertschätzendes Verhalten nicht nur im Kundenkontakt gefragt ist, sondern die Motivation der Mitarbeiter durch ein gutes Miteinander wächst. Insgesamt sorgt dies für zufriedenere Kunden und vermehrte Empfehlungen – heute einer der entscheidenden Faktoren für Unternehmenserfolg.

▶ www.susanne-beckmann.de

JULIA CLIFTON
COMPLAC MEDIENSERVICE GMBH
AUS KIRCHLENGERN



Content-, Disruption-, Dialog- und agiles Marketing, IoT, Digitalisierung, Native Advertising – Trends & Entwicklungen beschäftigen die Wirtschaft und damit auch das Marketing. Im Wirrwarr der Trends und vor der Herausforderung, dem Neuen gewachsen zu sein, kommt die Frage des individuellen Nutzens oft zu kurz. Unternehmen müssen erörtern: „Was brauchen wir?“ Im Trend zu sein, nur um im Trend zu sein, ist wenig hilfreich, wenn der relevante Kunde ganz woanders abgeholt werden will! Wir sind uns sicher einig: Produkte & Leistungen sind oft austauschbar; erstklassiger Service & enge Kunden-Beziehungen stehen 2017 im Fokus! Dabei führen viele Trends zu tollen Chancen – es gilt auszuwählen. Als Analogie: Der italienische Koch kauft auch nicht unbedingt die indischen Gewürze. Denken Sie drüber nach.

▶ www.complac.de

KRISTINA SCHÜTZE
DIRECTOR PUBLIC RELATIONS
UNTERNEHMENSGRUPPE GRAF VON OEYNHAUSEN-SIERSTORPFF (GRÄFLICHER PARK, GRÄFLICHE KLINIKEN, BAD DRIBURGER NATURPARKQUELLEN)
AUS BAD DRIBURG



Der Trend in der Kommunikation im Bereich Marketing und PR – inzwischen kaum noch einzeln zu betrachten – heißt auch im Mittelstand eindeutig „online“ und damit hochpersonalisierte Werbung bzw. 1:1-Kommunikation. Neben Google-Adwords-Kampagnen lege ich gemeinsam mit meinen Marketing-Kolleginnen Britta Pollmann (Gräflicher Park), Julia Zelonczewski (Gräfliche Kliniken) und Ina Happe (Bad Driburger Naturparkquellen) den Fokus u. a. auf Content-Marketing. Via Storytelling lassen sich Botschaften crossmedial über die Social-Media-Kanäle spielen. Unsere hohe Expertise in den Bereichen Gesundheit, Wellness, Mineralwasser etc. können wir so unterstreichen und dem Leser/User gleichzeitig einen konkreten Nutzwert bieten. Einen Gesundheitstipp oder ein Video können wir so z. B. auf unserem Blog oder YouTube veröffentlichen, diesen Inhalt dann auf Facebook teilen und auf Instagram anteasern.

▶ www.complac.de

SANDRA WILMS
CORPORATE COMMUNICATION & MARKETING
BEI DER UNTERNEHMENSGRUPPE PRO OFFICE BÜRO + WOHNKULTUR AUS LEMGO



Anforderungen an das Marketing wachsen stetig. Neue Absatz- und Kommunikationskanäle gewinnen an Relevanz. Der Kunde ist anspruchsvoll, mobil, vernetzt. Sein Such-, Informations- und Kaufverhalten hat sich aufgrund der Digitalisierung verändert. Die Wettbewerbssituation wird komplexer, die Auseinandersetzung mit digitalen Märkten daher signifikanter, denn seitens des Kunden besteht mehr Wechselbereitschaft. Zukünftig müssen wir diese Sicht in unsere Vision und Aufgaben mit einbeziehen, wenn wir steigende Kundenerwartungen und -bedürfnisse rechtzeitig erkennen wollen. Themen wie Geschwindigkeit der Digitalisierung, steigende Datenmengen und deren sinnvolle Nutzung sowie personalisierte Kommunikationsstrategien oder Chat-Bots nehmen Fahrt auf. In der B2B/B2C-Kommunikation sind wachsende Kundenkontaktpunkte (Touchpoints) unternehmensrelevant zu identifizieren. In Zukunft ist es wichtig, on- und offline individuellen Service und eine originelle Kundenerfahrung über alle relevanten Interaktionspunkte hinweg zu jeder Zeit zu bieten. Dabei dürfen wir das Web als „öffentliche Podiumsdiskussion“ nicht aus dem Auge verlieren! Eigene Vorsätze, etablierte Prozesse, Denkweisen und Fähigkeiten sollten kontinuierlich hinterfragt werden. Fazit: Nicht nur die Innovation, Markenbotschaft, das Alleinstellungsmerkmal sowie Beratung und Service über alle Kanäle hinweg werden in den nächsten Jahren noch mehr überzeugen müssen. Auch die Kundenbeziehungspflege (CRM), Loyalitätssteigerung und Markentreue sind erstrebenswerte Ziele sowie ein Customer-Experience-Management (CEM) mit bestmöglichem Kundenerlebnis und Kundennutzen.

▶ www.prooffice.de

JÜRGEN RÖNSCH
TEXT PROFESSIONELL AUS MÜNSTER



Als eine auf B2B ausgerichtete Agentur für PR und Kommunikation erwarten wir eine weiter zunehmende Unsicherheit bei kleinen und mittleren Unternehmen, was Marketing und Außendarstellung angeht. Weil in den Betrieben das Tagesgeschäft die Mitarbeiter stark bindet und für Marketing-Themen häufig keine Vollzeit-Kräfte vorhanden sind, lösen die steigende Zahl der Medienkanäle, vor allem aber deren scheinbar komplexe Umsetzung eher Sorge als Optimismus aus. Um das ohnehin knappe Budget nicht falsch zu verwenden, wird lieber gar nichts gemacht. Eingehende Beratung, Erläuterung der Möglichkeiten, vor allem aber die Übersetzung der selbst für Marketing-Erfahrene unverständlichen englischen Agentur-Sprache gewinnt dadurch eine noch größere Bedeutung.

▶ www.text-professionell.de

NADINE FELS
MARKETING SECTOR27 GMBH AUS DORSTEN



Bereits in 2016 standen Mobile Marketing und Network Marketing ganz oben auf der Agenda. Facebook Marketing heißt nicht, einfach nur ein Unternehmensprofil im sozialen Netzwerk anzulegen. Die Kommunikation steht im Vordergrund und untermauert die immer wichtiger werdende stetige Erreichbarkeit. Content ist King! Klare ausdrucksstarke Worte, ein deutliches Ziel der Kampagne und einzigartiger Content sind die Basis im Marketing. Video- & Bildmarketing ersetzen lange und ausführliche Artikel. Das ultimative Zauberwort in der Marketingbranche heißt: Event-Marketing. Wer sich auf Erlebnisse konzentriert und seine Zielgruppe mit echten Events überrascht, wird größte Erfolge haben und ein klares Alleinstellungsmerkmal aufzeigen.

▶ www.sector27.de

AXEL VOSS
GESCHÄFTSFÜHRER
TEAM4MEDIA GMBH
AUS OSNABRÜCK



Dass wir im Informationszeitalter leben, hat sich bereits herumgesprochen. Darum empfiehlt es sich, im Marketing auf die Vermittlung kundenrelevanter Botschaften zu setzen. Klingt so simpel, fällt kleinen und mittleren Unternehmen jedoch häufig schwer. Denn um die für den Kunden interessanten Botschaften zu ermitteln, ist es nötig, den eigenen Standpunkt für einen Moment zu vernachlässigen und sich in die Welt des Kunden zu versetzen. Egal, ob es sich um Personalgewinnung oder Produktwerbung handelt – die Relevanz der Botschaft entscheidet über die Wahrnehmung am Markt. Ist die richtige Botschaft ermittelt, braucht es eine auffindbare und zudem wiedererkennbare Verpackung, die zudem durch großformatige Bilder, Renderings oder Filme unterstützt werden kann. Gerade in der Online-Kommunikation können sich Unternehmen in der Absatzförderung und im Personal-Marketing echte Wettbewerbsvorteile sichern.

▶ www.team4media.net

SASCHA BECKMANN
GESCHÄFTSFÜHRER
MKA GMBH
AUS PORTA WESTFALICA



Sie sind Experte für Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung! Sie beobachten den Markt, erkennen Trends. Sie bewerten Trends und integrieren diese oder Sie versuchen selbst Trends zu setzen. Bei der Marktbeobachtung haben Sie sicherlich auch Marketingtrends entdeckt, die mit großen Schlagwörtern verbunden sind: Big Data, Personalisierung, Marketingintegration, Mobile Marketing. Doch sind diese großen Schlagworte nur etwas für die großen Player?
Nein. Mit dem passenden Experten an der Seite können auch Sie die Marketingtrends 2017 für Ihr Unternehmen nutzen.

▶ www.m-k-a.de

MARILIES RUMPOLD-PREINING
IBM COMMERCE EXECUTIVE DACH



Marketing neu gedacht: 2017 spricht man keine Zielgruppen mehr an, sondern einzelne Personen. Möglich wird das durch passgenaue Realtime Personalization: In Echtzeit erhält der Kunde genau die Information und Beratung, die er im Moment braucht. Kognitive Technologien liefern hierfür die Voraussetzungen. Beispielsweise verknüpfen vorausschauende Analysen Daten aus verschiedenen Quellen, wie etwa dem Kundeninformationssystem oder dem Bestellsystem, mit Daten aus sozialen Netzwerken oder Wetterdaten, und begründen darauf Handlungsempfehlungen. Systeme wie IBM Watson werden dabei zu digitalen Kundenberatern, führen sogar einen natürlich-sprachigen Dialog mit dem Kunden und verhelfen so beispielsweise Outdoor-Fans zur optimalen Ausrüstung für eine Berg- oder Radtour. Mehr Infos zum kognitiven Marketing von morgen gibt es auf dem neuen digitalen Marketing-Hub THINKmarketing.

▶ www.ibm.com/think/marketing

VOLKER MEYER
PERSONALMEYER
AUS DETMOLD



Kennen Sie den Trend, aus einem Personalbetreuer die klangvolle Berufsbezeichnung „Feelgood-Manager“ oder aus dem Gebäudereiniger einen „Environment Improvement Technician“ zu kreieren? Die Arbeitswelt wandelt sich ständig, und falls Arbeitspsychologen recht behalten sollten, wäre mit eigenen zusammengestellten Berufs- und Titelbezeichnungen ein Einfluss auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu erwirken. Um Mitarbeiter kreativer anzusprechen, möchten sie diejenigen ansprechen, die sich auf den Sinn und den Spaß der eigenen Tätigkeit fokussieren. Wohlfühlen im Expertentum mithilfe dieser außergewöhnlichen Titel soll zukünftig die eigene Kultur positiv in Richtung Wohlbefinden prägen.

Ob dieser Wandel Früchte tragen wird und zu einer Aktivierung von Arbeitshandlungen führt, vermag der Verfasser dieser Zeilen bezweifeln, erkennt allerdings an, dass der Technologiekonzern Apple bereits in den 80er-Jahren mit fantasievollen Namen festgefahrene Strukturen veränderte. Nach dem Marketingspezialisten Guy Kawasaki durften sich alle Apple-Mitarbeiter zwei verschiedene Visitenkarten drucken lassen. War auch dies entscheidend, um die wertvollste Marke der Welt zu werden. Möge der Leser sich selbst seiner Kreativität bei kommenden Berufsbezeichnungen überlassen. Es grüßt herzlich „Ihr Feelgood Manager".

▸ www.personalmeyer.de

CARSTEN BÖTTCHER
GESCHÄFTSFÜHRER
SPOT DISPLAY GMBH
AUS OSNABRÜCK



Um auf Wachstumskurs zu bleiben, ist für uns eine effektive Marketingstrategie wichtig. Dabei setzen wir als überregionaler B2B-Anbieter konsequent Online-Marketing ein, von der Websuche bis zur kundenfreundlich gestalteten Website. Das 2. Standbein im Marketing ist für uns der persönliche Kundenkontakt. Wir achten auf eine sehr gute Beratung, bieten Einblick in unsere Produktion vor Ort und schaffen so eine nachhaltige Kundenbindung.

▸ www.spot.de

ERNST VALLANT
GESCHÄFTSFÜHRER
DIE ALPINISTEN
AUS DETMOLD



Es ist wie so oft bei Modewörtern, sie kommen – und gehen meistens schnell wieder. Genau so verhält es sich mit Marketingbegriffen, die einem manchmal um die Ohren fliegen. Branding ist einer davon. Bekannt aus den frühen Cowboyfilmen Hollywoods, bei dem jungen Kälbern ein heißes Eisen ins Fell geknallt wird, hat er es doch tatsächlich auf die Bühne des Marketings geschafft.

Gut, er ist abgeleitet vom englischen Brand: Marke, aber trotzdem, muss so viel von so vielen gebrandet werden?

Heute machen das viele auf Marke komm raus. Vielfach ohne zu wissen, was ihr damit angetan wird. Dabei ist sie das höchste Gut, oder um im Slang zu bleiben, die Cashcow des Unternehmens. Die Frage ist immer, wie gut ihr eine jede Aktion tut. Oder ist es schlichtweg nur kreatives Schaulaufen, das keinen Nutzen erwirtschaftet?

Dazu taucht das Austauschbare leider verstärkt auf. Es gibt viele Kampagnen, bei denen oft ähnliche Lifestylebildwelten erscheinen. Man entferne daraus die Headline und ersetze sie durch eine andere, es funktioniert problemlos. Das heißt für die beworbene Marke nichts Gutes, ist sie doch beliebig geworden. Der Nutzen und das Markenversprechen sind das wichtigste Instrument, um sie zu steuern. Ohne diese beiden irrt sie umher. Auch in 2017.
Alles Gute für Ihr Unternehmen und Ihre Marke.

▸ www.die-alpinisten.de

CHRISTIAN HELMING
MARKETING, PRESSE-/ ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
AVANIS GMBH
AUS BIELEFELD



Als Unternehmen der IT-Branche richtet die Avanis GmbH ihren Fokus auch im Jahr 2017 auf den Bereich Online-Marketing. Als B2B-Anbieter erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen der aktiven Netzwerktechnik steht SEO-konformes Content-Marketing unter Einbeziehung verschiedener Social-Media-Kanäle ganz oben auf der Agenda. Video-Produktschulungen und Anwendungsbeispiele spielen dabei eine wichtige Rolle. Um das anspruchsvolle Produktportfolio auch im Rahmen einer Live-Kommunikation erlebbar zu machen, wird sich das Event-Marketing des Unternehmens im kommenden Jahr durch verstärkte Messeaktivitäten auszeichnen. Ein weiterer Schwerpunkt wird die Weiterentwicklung der etablierten Seminar- und Schulungsangebote der Avanis Academy sein.

▶ www.avanis.de

JAN-GERRIT DICKEBOHM
GESCHÄFTSFÜHRER
BOHMERANG PR
AUS OLDENBURG

Im Online-Marketing ergeben sich häufig neue Trends, die aber oft auch wieder in den Untiefen der gescheiterten Ideen landen. Dass Empfehlungs-Marketing nicht dazu gehört, zeigen Erfolgsgeschichten wie Airbnb, Dropbox oder Paypal. Alle drei Firmen haben ihren zu Beginn kleinen Kundenstamm genutzt und gebeten, den eigenen Service gegen eine Belohnung weiterzuempfehlen. Resultat waren rasante Wachstumszahlen und ansteigende Umsätze. Als Belohnung setzte Dropbox bspw. zusätzlichen Cloudspeicher pro eingebrachten Neukunden ein. Die einzige Hürde, diesen Kanal für sich einzusetzen, war bisher der große Programmieraufwand. Um diesen zu umgehen, gibt es eine neue web-basierte Anwendung mit dem Namen userball. Damit lassen sich Empfehlungs-Marketing-Kampagnen erstellen, umsetzen und auswerten. Mehr Infos auf www.userball.de.

▶ www.bohmerangpr.net

TIMO KAAPKE
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
KAAPKE GMBH
AUS EMSTEK



Dass strategische Markenführung für Konzerne selbstverständlich ist, ist nichts Neues. „Doch auch der Mittelstand entdeckt zunehmend Markenführung für sich – sowohl B2C- als auch B2B-Unternehmen“, weiß Timo Kaapke, geschäftsführender Gesellschafter der KAAPKE GmbH.
Unternehmen aus dem Mittelstand, die sich durch strategische Positionierungsarbeit und ganzheitliche Markenführung einen Vorsprung gegenüber Wettbewerbern erarbeitet haben, sind gut aufgestellt und können in vielen Fällen die kommunikative Marktführerschaft erreichen. Denn gerade im digitalen Zeitalter steigert Marke nicht nur die Attraktivität in Arbeits- und Absatzmärkten, sondern übernimmt eine klare Differenzierungsfunktion. Wie erfolgreich dabei mittelständische Unternehmen sind, beweisen zwei langjährige KAAPKE Kunden, das J. Bünting Teehandelshaus und der Kunststoffspezialist Pöppelmann: Beide wurden jüngst für hervorragende Markenführung mit dem German Brand Award in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy, Management and Creation“ ausgezeichnet.

▶ www.kaapke.com

ROLF TAMMEN
GESCHÄFTSFÜHRER
TAMMEN GMBH
AUS OSNABRÜCK



Die Arbeit an der Kommunikation von B2B-Unternehmen ist nach wie vor auf Themen wie Marke, Content-Marketing, Employer Branding, emotionale Ansprache, digitale Präsenz fokussiert – nach außen und vor allem auch nach innen. Es gilt, den Spirit zu erkennen und zu entwickeln. Die kontinuierliche Fortschreibung der Internetpräsenz ist Pflichtübung. Punktuell gibt es eine Rückbesinnung auf Printmedien. Erfolgsorientierung oder PayBack-Engagements dominieren darüber hinaus die To-do-Listen. Maßnahmen müssen die Zielgruppen nachweislich erreichen und Ergebnisse generieren, gesucht wird nach wie vor die „kreative“ Idee.

▶ www.tammen.de

SVEN NÖCKER
GESCHÄFTSFÜHRER
MEDIUM WERBEAGENTUR GMBH
AUS BIELEFELD



Über Fachkräftemangel und die Folgen demografischer Entwicklung wird schon lange diskutiert. Neu daran ist, dass Kommunikations- und Recruitingmaßnahmen für Mitarbeiter nun auch in kleineren und mittelständischen Unternehmen angekommen sind. Strategisches Arbeitgebermarketing und interne Kommunikation waren dort häufig nicht mehr als Stellenanzeigen und eine Mitarbeiterversammlung. Dabei ist eine Erfolgskontrolle relativ einfach: Die Anzahl von Bewerbungen für eine freie Position ist das Frühwarnsystem für gutes oder schlechtes Arbeitgebermarketing. Und ohne klare Versprechen und Angebote an bestehende oder zukünftige Arbeitnehmer wird in Zukunft jedes Unternehmen zu den Verlierern am Arbeitsmarkt gehören. Damit ist die Aufgabe an die Marketingabteilungen klar definiert: die Formulierung von Zielen, Werten und Leistungen an eine Arbeitgeber-Marke.

▶ www.medium.ag/arbeitergebermarketing

JANUSCH BRODNICKI
JABRO GMBH & CO. KG
AUS GÜTERSLOH

Immer mehr Industriekunden gehen dazu über, das Projektmanagement für technische Dokumentationen auszulagern, denn gute Projektmanager sind heiß begehrt und schwierig zu bekommen. Ein guter Projektmanager ist Gold wert, denn komplexes Fachwissen, Sprachverständnis und IT-Wissen sind gefragt. Neue Technologien wie Translation-Memory-Systems und Terminologiedatenbanken sind der neueste Stand der Technik. Sie heißt es sicher und mit dem richtigen Fachwissen bedienen zu können. JABRO hat seit jeher die neuesten Technologien verwandt und ist mit der Zeit stetig daran gewachsen. Als erster Dienstleister in Deutschland führte JABRO eine digitale zentrale Datenbank mit Terminologie für seine Kunden. Vereinfachen Sie deshalb Ihren Workflow und legen Sie die komplexe Aufgabe des Projektmanagements in unsere Hände. Wir verfügen über Know-how, das wir in 25 Jahren erworben haben.

▶ www.jabro.org

RENÉ VON DER HAAR
GESCHÄFTSFÜHRER
MEDIENWEITE GMBH & CO. KG
AUS OSNABRÜCK



Zu Recht stellen sich Unternehmen verstärkt die Frage, wie sie sich im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung positionieren können. Was bietet ein Film, egal ob Image-, Erklär-, Produktfilm oder ein Making-Of, für Vorteile gegenüber der klassischen Anzeige? Die Kosten hierfür sind längst überschaubar und können weit mehr an Informationen und, was noch viel wichtiger ist: Emotionen vermitteln. Filme bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihre Geschichte zu erzählen, damit nicht nur Kunden auf Sie aufmerksam werden, sondern auch potenzielle Mitarbeiter. Das Beste daran, Ihr individueller Film lässt sich einmal produziert nicht nur für Ihre Webseite verwenden oder über Social Media streuen, sondern auch für Kinospots verwenden. Filme sind somit nicht nur Trend, sondern ein echter Erfolgsgarant.

▶ www.medienweite.de

SWEN GERKE
GESCHÄFTSFÜHRER
TECHNISCHE SIMULATIONEN GMBH
AUS LEMGO



Trotz wachsender Verbreitung computergestützter Simulationstools stellen wir als Simulationsdienstleister, ISF Technische Simulationen GmbH, immer wieder fest, dass gerade kleine und mittlere Unternehmen diesen Werkzeugen oftmals noch kritisch gegenüberstehen. Die Hauptursachen sind fehlende Kenntnis hinsichtlich des individuellen Potenzials, falsche Kosteneinschätzungen und mangelndes Ergebnisvertrauen. Dem wollen wir 2017 noch gezielter entgegensteuern. So können z. B. mittels numerischer Strömungssimulationen einfache Strömungen bis hin zu komplexen Mehrphasen-, Feststoff- oder Wärmetransportphänomenen oder chemische Reaktionen zuverlässig und tiefgehend analysiert werden. Sie bilden damit die Basis für qualitativ hochwertigere Produkte und geringere Entwicklungszeiten und -kosten.

▶ www.isf-simulationen.de

DIRK NIEDERHAUS
INFORMATIONS- /
OMMUNIKATIONSDIENSTLEISTUNGEN
AUS BIELEFELD



Zukunftsorientierte und bodenständige Unternehmen digitalisieren heute insbesondere die Multi-Channel-Prozesse, um gemäß der aktuellen Strategie in den nächsten zwei bis drei Jahren das Maximum „herauszuholen“; gleichzeitig arbeiten sie aber schon an dem Geschäftsmodell der Zukunft, einer Strategie, die nicht vom heutigen Markt, sondern dem Markt der Zukunft ausgeht. Viele der heute von Anbietern getriebenen Trends dienen nur den Anbietern. Deshalb erkennen gerade mittelständische Unternehmen, dass sie ein eigenes „neues Geschäftsmodell“ entwickeln müssen. Das basiert auf den Werten, die das Unternehmen erfolgreich gemacht haben, und auf den Möglichkeiten, die heute bereits und in den nächsten Jahren absehbar entstehen; das kann ein Unternehmen auf ein ganz anderes Level heben.

▶ www.niederhaus.de

VON LINKS: TIM & SVEN MARQUARDT
TEAMFOTO MARQUARDT GMBH
AUS LÜDINGHAUSEN



Mit Weitblick setzen wir die Trends von 2017 schon heute um – dabei geht es bewegt zu: Virtuelle Rundgänge mit 360°-Fotografie sind gefragt. Dicht gefolgt von Bewegtbild-Kurzporträts als Imagefilm – wer ist eigentlich noch nicht auf YouTube? Ein dauer-abgehobener Trend ist die Drohnen-Fotografie, die Blicke aus luftiger Höhe, mit weniger steilen Perspektiven als aus Flugzeugen, ermöglicht. Beim 3D-Druck wird sich noch einiges tun – der Markt kommt gerade erst in Bewegung und bietet spannende Möglichkeiten. Wenige vernünftige Fotos vom Profi statt selbstgemachter Amateurfotos in Massen sind angesagt. Mit ausgeklügelter Blitz-Lichttechnik holen wir durch hochwertige Produkt- und Szene-Fotografie das Beste aus jedem Motiv heraus und entwickeln Leitmotive für Website, Flyer, Social Media und Co.

▶ www.teamfoto.com

KAI VOGELSÄNGER
GESCHÄFTSFÜHRER
VOGELSÄNGER STUDIOS GMBH & CO. KG
AUS LAGE



Bei VOGELSÄNGER arbeiten wir für unsere Kunden trendvorausschauend und sehen für das Jahr 2017 folgende wichtige Trends im Marketing. Der immer weiter steigende Bedarf an Video-Content für das Internet – von Erklärvideos über Kurzportraits und Imagefilme für Unternehmen bis zu Recruitmentunterstützung, Animationen und TV Spots – wird auch im kommenden Jahr eine weitere große Rolle spielen. Denn fast alle Informationen, die in den letzten Jahren noch in Text- oder Bildform veröffentlicht wurden, werden heute durch ein Pendant im Bewegtbild verstärkt. Einen weiteren Trend sehen wir in der unterschiedlichen Bespielung der verschiedenen Kommunikationskanäle mit einer zielgruppengenauen Gestaltung. Die Herausforderung liegt darin, ein und dasselbe Produkt für jeden Kanal separat in Szene zu setzen.

▶ www.vogelsaenger.de

DANIEL WETTERKAMP
NIEDERLASSUNGSLEITER
AMADEUS FIRE AG
AUS BIELEFELD



Wir feiern unser Jubiläum! Der spezialisierte Personaldienstleister Amadeus FiRe, mit Sitz der Konzernzentrale in Frankfurt am Main, feiert im Dezember sein 30-jähriges Bestehen. Anlass genug, die regionale Präsenz in OWL zu untermauern. Der Umzug der Bielefelder Niederlassung in das Lenkwerk hat die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Unternehmen sowie Bewerbern für unsere spezialisierte Zeitarbeit, Personalvermittlung und unser Interim Management im kaufmännischen und IT-Bereich weiter beflügelt. Durch Veranstaltungen mit der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung (MIT), dem „Bundesverbund mittelständische Wirtschaft“ (BVMW) sowie Karrieremessen sieht sich das Team der Amadeus FiRe als erster Ansprechpartner auf dem regionalen Arbeitsmarkt.

▶ www.amadeus-fire.de

IRIS HAGEMANN
MARKETING MANAGER
GRAPHIC COMMUNICATIONS EUROPE,
XEROX GMBH
AUS NEUSS



Für kleine und mittelständische Unternehmen wird es immer wichtiger, ihre Sichtbarkeit signifikant zu erhöhen und sich entsprechend im Wettbewerb zu positionieren. Gerade die USPs müssen entsprechend kommuniziert werden. Zudem erwarten die Kunden inzwischen, dass ein Unternehmen auf allen Kanälen vertreten und ansprechbar ist, insbesondere natürlich in den sozialen Medien. Der Webauftritt sollte als Schaufenster in der virtuellen Welt angesehen werden. Darüber hinaus gilt es, die Visibilität durch eine gezielte Suchmaschinen-Optimierung des Auftritts zu verstärken. Je nach Budget kann hier die Nutzung von Angeboten wie AdWords sinnvoll sein. Hierdurch werden Suchende mit vergleichsweise geringem Aufwand schnell fündig. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass heute etwa 80 % der Recherchen vor der Kontaktaufnahme mit dem Anbieter durchgeführt werden.

▶ www.xerox.de

ALEXANDER BOSE
PR & MARKETING
IT.EMSLAND
AUS LINGEN



Kunden erwarten künftig Unternehmenswebsites, die auf allen Ebenen benutzerfreundlich sind. Der Zugriff mit dem PC oder dem Notebook muss genauso gut funktionieren wie mit dem Smartphone. Weniger Selbstdarstellung der Unternehmen über deren Leistungen, Produkte oder die Leitlinien finden die Kunden gut. Stattdessen suchen sie auf der Internetseite interaktive Funktionen, mit denen sich eigenständig nützliche Produkte oder Dienstleistungen zusammenstellen lassen. Solche Self-Service-Technologien bieten Kunden einen hohen Nutzwert. Für Unternehmen haben die Kunden- und Nutzerdaten, die auf der Internetseite generiert werden, das Potenzial, Produkte und Dienstleistungen kundenorientierter zu gestalten, zu verbessern oder gar neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

▶ www.it-emsland.de

SIBYLLE BROCKBALS
BROCKBALS GMBH
AUS GÜTERSLOH



Die Gewerke Elektro- und Heizungsanlagenbau sind in den letzten Jahren, zum Vorteil für den Kunden, stark zusammengewachsen. Brockbals bietet seinen Kunden die Dienstleistung der Gewerke aus einer Hand. Die Vereinigung von Elektro-, Heizung- und Motorentechnik ist der Firma erfolgreich gelungen. Den Kunden werden effiziente Energieversorgungslösungen angeboten. Insbesondere der Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlagenbau bietet eine der wichtigsten Brückentechnologien zum Erreichen des Klimawandels.

▶ www.brockbals.de

Strompreis wird Festpreis.
Energie wird innogy.

Business Strom garantiert Ihnen Energie zu Festpreisen – über mehrere Jahre. Erhöhen Sie Ihre Planungssicherheit und profitieren Sie von maßgeschneiderten Vertragsmodellen. Jetzt unter **innogy.com/geschaeftskunden**



innogy

RWE GROUP



TORSTEN KRÖNER-JUSSACK GESCHÄFTSFÜHRER DER REISSWOLF GMBH AUS HARSEWINKEL
(FOTO: REISSWOLF)

Kundenorientierte Sicherheitslösungen auf höchstem Niveau

REISSWOLF IST DEUTSCHLANDS MARKTFÜHRER FÜR DIE SICHERE UND STANDARDISIERTE EXTERNE VERNICHTUNG VON AKTEN UND ELEKTRONISCHEN DATENTRÄGERN.

Die Kooperation aus 16 mittelständischen Betrieben arbeitet nach einem einheitlichen Qualitätsmanagement. Jährlich werden mehr als 140.000 Tonnen Papier und Datenträger fachgerecht vernichtet. Darüber hinaus werden in den Archivierungshallen des Netzwerks etwa 10 Millionen Akten sicher aufbewahrt. Damit ist der Zähne zeigende Wolfskopf im Logo von REISSWOLF Sinnbild für den professionellen Umgang bei der Archivierung und Lagerung sowie der Vernichtung von Daten.

Der erste REISSWOLF Betrieb nahm 1985 in Hamburg seine Tätigkeit auf, im Jahr 1989 folgte die Gründung der REISSWOLF Deutschland GmbH. Ihr Geschäft betreiben die Kooperationspartner kundenspezifisch in der Region, jedoch nach einheitlichen Qualitätsgrundsätzen: Alle Betriebe sind nach ISO 9001 und nach EfbV (Entsorgungsfachbetriebeverordnung) zertifiziert. Im Jahr 2014 erwirtschafteten die rund 450 Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 57 Millionen Euro.

Heute ist REISSWOLF in folgenden Geschäftsfeldern aktiv:

- Aktenlagerung und -management
- Aktenrettung
- Aktenvernichtung
- Vernichtung elektronischer Datenträger
- Datenschutzberatung
- Office-Waste-Lösungen
- Gebäudeservice

Dabei ist das Netzwerk längst über Deutschland hinausgewachsen und unter dem Namen REISSWOLF International



„Senken Sie Ihre Strom- u. Gaskosten!“

■ **Tarifberatung** ■ **Energieberatung**

MGR-Energie e.K.

Tel.: 02581-5297044 info@mgrenergie.de
Fax: 02581-5297045 www.mgrenergie.de
Breite Straße 135a, 48231 Warendorf

auch im europäischen Ausland in 25 Ländern erfolgreich tätig. Europaweit lag der Umsatz für das Geschäftsjahr 2014 mit rund 600 Mitarbeitern in 52 Franchise-Betrieben bei etwa 35 Millionen Euro.

Die deutschlandweit rund 50.000 Kunden (in Europa ca. 80.000) kommen aus den Bereichen Banken und Versicherungen, öffentliche Einrichtungen sowie aus der Privatwirtschaft. Sie alle stehen vor der Aufgabe, immer mehr Daten über längere Zeiträume archivieren zu müssen. REISSWOLF hat sich darauf eingestellt und bietet mit einer Barcode-gestützten Erfassung und der Einlagerung nach kundenspezifischen Vorgaben modernste Lösungen. Über einen gesicherten Bereich im Internet haben die Kunden einen Überblick über ihren gesamten Datenbestand und können per Mausklick Akten oder einzelne Dokumente anfordern. Diese werden ihnen innerhalb kürzester Zeit zur Verfügung gestellt und nach der Nutzung wieder eingelagert.

REISSWOLF ist einer der führenden Anbieter von Sicherheitskonzepten für die datenschutzkonforme Aufbewahrung, Verwaltung und Vernichtung von Akten und Datenträgern in Europa.

68 Unternehmen in 26 Ländern gehören zur REISSWOLF Gruppe, davon 16 Kooperationspartner in Deutschland sowie 52 Franchise-Partner im Ausland. Branchen wie Banken und Versicherungen, öffentliche Einrichtungen wie Ministerien, Schulen und Gemeinden, aber auch Krankenhäuser, Rechtsanwälte, Steuerberater, Industrie und Gewerbetreibende vertrauen den hohen Standards und kundenorientierten Sicherheitslösungen von REISSWOLF.

▶ www.reisswolf.de

Stadtwerke Bielefeld



Alle Dienstleistungen unter einem Hut

Wir bieten kompetente Lösungen in allen Fragen Ihrer Energieversorgung: Ob Eigenstromversorgung oder Wärmelieferung per Contracting, Energiemanagement oder Blindleistungsregelanlagen – das alles und weitere effiziente Maßnahmen bekommen Sie von den Stadtwerken Bielefeld.

Besuchen Sie uns auf der FMB Halle 20, Stand C 36

Wir beraten Sie gern:
Ihr Energiedienstleistungsteam
Telefon: 0800-427 55 27
contracting@stadtwerke-bielefeld.de
www.stadtwerke-bielefeld.de

GRUPPE

Tönsmeier mit Azubi-Rekord

44 AUSZUBILDENDE STARTEN IN DER UMWELT- UND RECYCLINGBRANCHE DURCH.

Für viele Schulabgänger war der 1. August ein wichtiger Tag, sie machten sich zum ersten Mal auf den Weg zu ihrem Arbeitgeber, um ihre Ausbildung zu beginnen. Insgesamt 44 von ihnen starteten bei der Tönsmeier Gruppe ins Berufsleben – so viele wie noch nie. Stephan Beckers, Geschäftsführer der Tönsmeier Wertstoffe, Dorina Saeger und Franziska Kottmeier, beide von der zentralen Ausbildungsabteilung der Unternehmensgruppe, begrüßten die neuen Kolleginnen und Kollegen in der Hauptverwaltung des Familienunternehmens in Porta Westfalica und holten sie zu den wichtigen Themen der ersten Tage ab. Bei einer Besichtigung der Sortieranlage erhielten die Auszubildenden zudem einen Einblick in das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe: Durch verschiedene Aufbereitungsschritte werden Wertstoffe für weitere Recyclingprozesse vorbereitet.

„Das große Interesse an den verschiedenen Sachthemen zeigt, dass sich viele der Bewerberinnen und Bewerber gut vorbereitet und sehr bewusst für eine Ausbildung bei Tönsmeier entschieden haben. Sie haben das Zukunftspotenzial der Themen Umwelt- und Ressourcenschutz erkannt und identifizieren sich mit der nachhaltigen Ausrichtung unserer Arbeit“, so Stephan Beckers.

„Hinzu kommt, dass wir in den vergangenen Jahren inhaltlich und strukturell viele attraktive Ausbildungspakete geschnürt haben. Vom Förderprogramm „Dimension 21“, das sich an alle kaufmännischen und gewerblichen Berufseinsteiger richtet, bis zur Vorbereitung unserer „Young Talents“ auf weiterführende Aufgaben – wir können heute in allen Karrierephasen die notwendige Unterstützung anbieten“, ergänzt Personalleiterin Meike Voigt. Ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch zwischen den Ausbilderinnen und Ausbildern sorgt zudem für eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Inhalte.

Für Tönsmeier ist das nochmals gestiegene Interesse – nach dem bisherigen Rekord mit 37 Auszubildenden im Jahr 2014 – Investition und Verpflichtung zugleich: „Unser höchstes Gut sind umfassend ausgebildete, motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unser Anspruch ist es, diese auf die künftigen Herausforderungen im eigenen Unternehmen vorzubereiten“, unterstreicht Meike Voigt. Entsprechend breit ist das Spektrum der Berufsbilder auch in diesem Jahr: Von den 44 Berufsstartern haben 23 eine kaufmännische Ausbildung, 14 eine gewerbliche Ausbildung und 7 ein duales Studium begonnen. Insgesamt bildet Tönsmeier an Standorten in Nordrhein-Westfalen,




(FOTO: TÖNSMEIER)

Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Hessen 116 junge Menschen aus.

Das Familienunternehmen Tönsmeier ist mit einer breiten Leistungspalette europaweit als Umweltdienstleister und Energielieferant tätig. Über 3.500 Mitarbeiter betreuen mit rund 1.100 Fahrzeugen kommunale Auftraggeber, duale Systemträger und Kunden aus Industrie und Gewerbe. Tönsmeier leistet mit über 30 Aufbereitungs-, Sortier- und Recyclinganlagen einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen.

▶ www.toensmeier.de


Wasseraufbereitung Tormöllen
• Enteisenung
• Enthärtung
• Filterung
• Dosierung
Neu- & Gebrauchtanlagen, Reparatur & Wartung aller Gerätetypen
Telefon: 02 51/ 31 10 48 · Fax: 02 51/ 31 10 40 · www.tormoellen.de


KUHFUß Kanalservice
Kuhfuß sorgt für Klarheit
Kanalreinigung | Kanalinspektion | Dichtheitsprüfungen | Klärgrubenabfuhr
Kuhfuß Kanalservice GmbH & Co. KG
Gewerbegebiet Echternhagen 18 | D-32689 Kalletal | Tel.: 05264-6582049 | Fax: 05264-6582053 | E-Mail: info@Kuhfuss-Kanalservice.de
www.Kuhfuss-Kanalservice.de

BERG Abfallbeseitigung
entsorgen & recyclen

Das A&O der Abfallwirtschaft
– zuverlässig und kostengünstig
fon 05223.996633 | www.berg-abfallbeseitigung.de







Unterflurcontainer – die Oberklasse in der Abfallentsorgung

ZUGEGEBEN, ABFALLTONNEN SIND NICHT UNBEDINGT SCHÖN. UND AUCH DIE OFT GEBAUTEN BEHAUSUNGEN ÜBERZEUGEN ÄSTHETISCH NICHT IMMER UND NEHMEN ZUDEM VIEL PLATZ WEG.

Die Abfallwirtschaftsbetriebe Münster (AWM) haben mit sogenannten Unterflurcontainern, kurz UFC, eine attraktive Lösung für Unternehmen und Wohnungsgesellschaften (Großwohnanlagen) geschaffen.

Die UFC werden in den Boden eingelassen und sind so kaum sichtbar. Die Einwurfsäulen, in denen der Müll getrennt entsorgt werden kann, können vom Design her an die Umgebung angepasst werden. Die UFC fassen bis zu fünf Kubikmeter Abfall. Die Vorteile von UFC auf einen Blick:

Platzbedarf: wenige UFC ersetzen viele Einzelcontainer – geringerer Platzbedarf gegenüber Müllgroßbehältern (MGB)

Sicherheit: durch ein Schlosssystem keine Fremdbefüllung möglich

Hygiene: kaum Gerüche oder Ungeziefer

Ästhetik: Plätze sehen besser aus, denn die formschönen Einwurfsäulen passen sich harmonisch in das Gesamtbild der Wohnanlage ein – ein berechtigter Standortvorteil bei Verkauf und Vermietung der Objekte

Geschreddert - nicht gerührt!
Akten- und Datenträgervernichtung vom Profi.
MAMMUT Datenvernichtung
PAROPA Wir holen das Beste raus!
Wir vernichten für Sie:
Akten • CDs • DVDs • Magnetbänder • Mikrofilme
Röntgenfilme • Festplatten • Mobiltelefone u.v.m.
Weitere Dienstleistungen:
Aktenarchivierung • Bürokomplettentsorgung
PAROPA Gesellschaft für Aktenvernichtung mbH
Region H: 0511/9590250
Region BI/GT: 05241/96502 0
paropa@toensmeier.de
WWF
Ein Unternehmen der Tönsmeier Gruppe
www.paropa-aktenvernichtung.de





(FOTOS: AWM)

Benutzung: leicht zu bedienen, barrierefreier Zugang

Einbau:

- maximale Entfernung zur Abfuhrstraße: nicht mehr als neun Meter bei einem Behältergewicht von 1.140 Kilogramm
- Abstand der UFC zur Hauswand: mind. 1,5 Meter
- Untergrund muss an der Einbaustelle frei von Leitungen, Kanalisation sein
- keine Hindernisse (Parkbänke, Autos, Laternen)
- drei Meter rund um den UFC-Standplatz
- Traglast des Untergrundes (Pflasterung) für das Fahrzeug: mind. 26 Tonnen
- Rund um die Unterflurbehälter sollten keine größeren Bäume gepflanzt werden.

Entleerung:

- Das AWM-Entsorgungsfahrzeug muss den UFC leicht erreichen können.
- Der Standplatz muss durchgängig in „Vorwärtsfahrt“ an- und abzufahren sein.
- Lichte Höhe zwischen UFC und Fahrzeug: mindestens acht bis zehn Meter (für den Kran: keine Baumkronen oder Leitungen im Schwenkbereich) – Fahrzeuggesamthöhe: 3,90 m; wichtig bei Durchfahrten und Baumbestand
- Während des Entleerungsvorgangs dürfen keine PKW kreuzen, der Fußweg muss abgesichert werden. Rangier- beziehungsweise Wendefläche: 18 Meter plus einen Meter Sicherheitsstreifen

▶ www.awm.muenster.de





Strautmann Umweltetchnik entsorgt PET-Flaschen

HANSA-HEEMANN VERTRAUT STRAUTMANN BEI DER ENTSORGUNG VON KARTONAGE, FOLIE UND PET-FLASCHEN!



Die Hansa-Heemann AG ist ein Hersteller von alkoholfreien Erfrischungsgetränken mit Produktionsstandorten in Trappenkamp, Lehnin, Löhne und Bruchsal. In Löhne werden im Dreischichtbetrieb rund 400 Mio. Flaschen jährlich abgefüllt.

Bevor sich Hansa-Heemann bei der PET-Flaschen-Entsorgung für Strautmann Umwelttechnik entschieden hat, haben sie vor bereits über 6 Jahren Folie und Kartonage mit Strautmann Pressen verdichtet. Erst später kam dann auch die Entsorgung der PET-Flaschen ins Spiel. In der Produktion schaffen mittlerweile zwei Mehrkammerballenpressen Ordnung und Sauberkeit. Die Pressen ermöglichen eine sortenreine Verdichtung von Kartonage und Folie. Im Lager steht zusätzlich eine Strautmann Einkammerballenpresse, die die anfallenden Folien verdichtet. Die hoch verdichteten Ballen der Pressen werden dann per Stapler nach draußen zu einer Mulde gefahren und vom Entsorger abgeholt.

Nutzen: Die Aufstellung der Pressen unmittelbar am Anfallort reduzierten die Laufwege der Mitarbeiter und machten das Arbeiten für sie effizienter.

- Zeiteinsparung durch kürzere Laufwege
- Logistikvorteile durch kürzere Transportwege und weniger Staplerfahrten
- Hohe Vergütung durch direktvermarktungsfähige Ballen
- Mitarbeiterzufriedenheit
- Ordnung und Sauberkeit

PET-Flaschen schnell und sicher verdichten

„Bei der Herstellung von Mineralwasser und Süßgetränken fallen Restanten an, die ökonomisch und ökologisch entsorgt werden müssen. Unsere PET-Flaschen werden jetzt mit dem Strautmann LiquiDrainer® und BaleTainer® wirtschaftlich entleert und verdichtet“, erklärt Thomas Hartsieker, Werksleiter, Hansa-Heemann AG.

Entsorgungsprozess: Die anfallenden PET-Flaschen werden in Hansa-Heemann Behältern und Gitterboxen gesammelt und dann nach draußen zum Entsorgungsplatz gebracht, wo sich ein Mitarbeiter um die Entsorgung der Flaschen kümmert. Mit einem Stapler werden die Boxen angehoben und dann in den Trichter des LiquiDrainer® gekippt. Von dort aus gelangen die PET-Flaschen über ein Förderband in den LiquiDrainer®, der diese entleert und entwertet. Die entleerten und bereits vorverdichteten PET-Flaschen werden vom LiquiDrainer® direkt in den BaleTainer® befördert und in direktvermarktungsfähige Ballen verdichtet.

Herr Hartsieker berichtet: „Die Gesamtanlage LiquiDrainer® mit nachgeschal-

ZIMMERMANN
Entsorgung Logistik Industriereinigung Sonderanlagenbau Umweltanalytik
Eberhard Zimmermann GmbH & Co. KG
Gottlieb-Daimler-Straße 26 | 33334 Gütersloh | Tel. +49 (0)5241 - 60 06 - 0 | Fax +49 (0)5241 - 60 06 - 100
Gütersloh | Ladeburg | Bitterfeld | Grenzach | Almelo (NL) | Mülheim (Mosel) | Liebenau
www.zimmermann-gruppe.com

tetem BaleTainer® rechnet sich für unser Unternehmen. Hohe Zeit- und Kosteneinsparungen ermöglichen eine schnelle Amortisation der Anlage."

„Ökonomisch und Ökologisch entsorgen"

Wie kamen Sie zu dem Wechsel?

„Unser Ansatzpunkt war es, den innerbetrieblichen Workflow zu verbessern und die Entsorgungskosten zu optimieren."

„Bei der Flaschenabfüllung gibt es in der Produktion Ausschuss, der wirtschaftlich und ökologisch entsorgt werden muss. Volle und leere PET-Flaschen werden am Standort restentleert, verdichtet und dann zum Recycling gegeben. Früher wurde der gesamte Ablauf von einem Entsorgungsdienstleister übernommen. Diese Wertschöpfung wollten wir im eigenen Haus betreiben. Herr Yilmaz, der an unserem Standort für die Entsorgung zuständig ist, hat sich intensiv mit dem Thema „wirtschaftlich entsorgen" beschäftigt, und wir haben uns schlussendlich für das Entsorgungskonzept von Strautmann entschieden. Die Einbringung der Flaschen, die Entleerung und Verdichtung in recyclingfähige Reststoffe macht uns unabhängig vom Entsorger." Thomas Hartsieker, Werksleiter, Hansa Heemann AG.

Einsparung der Logistikaufwendungen

Vorher: Kartonage, Folie und PET wurden in Mulden mit einem Füllvolumen von 7 - 30 m² gespeichert. Bis zu 15 Mulden wurden an unterschiedlichen Stellen in der Fertigung und im Lager aufgestellt. Das anfallende Material wurde dann händisch eingeworfen. Da das Füllvolumen durch das lose Material schnell ausgereizt war, mussten ständig volle Mulden nach draußen zur Abholung bereitgestellt werden.

Ender Yilmaz, Entsorgung, Hansa Heemann AG: „In einer Mulde hatte sich ca. 500 kg lose Folie angesammelt. Mit der Verdichtung der Folien durch die Ballenpressen sind jetzt 8 - 10 t Folie in einer Mulde."

Mit Strautmann wurde das Entsorgungskonzept der anfallenden Wertstoffe Kartonage, Folie und PET-Flaschen wirtschaftlich, effizient und mitarbeiterfreundlich gestaltet und umgesetzt.

▶ www.strautmann-umwelt.de



(FOTOS: STRAUTMANN UMWELTTECHNIK)



Beim Recycling geht noch mehr!

TECHNOLOGISCH IST KUNSTSTOFFRECYCLING HEUTE ÜBERHAUPT KEIN PROBLEM MEHR. INHOUSE-RECYCLING HAT SICH QUER DURCH ALLE BRANCHEN LÄNGST ETABLIERT.

Die abfallfreie Fabrik ist bei Kunststoffverarbeitern, die mit sortenreinen Rohstoffen arbeiten, eine Selbstverständlichkeit geworden. Auch für Post-Consumer-Abfälle gibt es immer ausgereiftere Verwertungskonzepte, wodurch die damit hergestellten Regranulate problemlos anstelle von Neuware eingesetzt werden können.

Der Kunststoffverbrauch lag in der gesamten europäischen Branche laut dem Erzeugerverband Plastics Europe bei 47,8 Millionen Tonnen, wovon mit 25,8 Millionen Tonnen mengenmäßig rund die Hälfte nach Benutzung auch wieder gesammelt wurde. Die Sammelquoten sind in den von Plastics Europe betrachteten 28 EU-Staaten plus Norwegen und der Schweiz weiterhin sehr unterschiedlich.

Zwar wurde in neun Ländern mittlerweile ein Deponie-Verbot für Kunststoffreststoffe ausgesprochen, aber in anderen Ländern liegen die deponierten Anteile mit bis zu 70 Prozent der gesammelten Reststoffe noch immer sehr hoch. In Summe werden von den gesammelten Reststoffen in Europa mittlerweile rund zwei Drittel einer Verwertung zugeführt, während 30,8 Prozent deponiert werden. Von den Kunststoffresten, die verwertet werden, wird mit 7,7 Millionen Tonnen wiederum die Hälfte werkstofflich recycelt und der Rest thermisch verwertet.

Fazit

Obwohl Recycling heute in aller Munde ist und auch in der Kunststoffbranche in vielen Projekten gelebt wird, konstatieren Experten immer wieder, dass im Vergleich zu anderen Branchen zu wenige Altkunststoffe anstelle von Neuware eingesetzt werden.

Es ist also davon auszugehen, dass sich diese Quoten in den kommenden Jahren weiter erhöhen werden, denn der Einsatz von Rezyklaten ist sowohl aus ökologischen als auch aus ökonomischen Gründen sehr gefragt. „Marine Litter“, die Verschmutzung der Meere mit Abfällen, hat den verantwortungslosen Umgang mit Abfällen vor allem in Schwellenländern weltweit sichtbar gemacht und die Forderungen anderer Konsumenten nach einem nachhaltigen Umgang mit Ressourcen befördert.



Wellnessoase für zu Hause

DIE HSS DIETZ GMBH IST KOMPETENTER PARTNER FÜR SAUNAANLAGEN, INFRAROTKABINEN UND DAMPFBÄDER.

Saunieren entspannt, ist gut fürs Immunsystem und fürs Wohlbefinden. Warum also nicht das eigene Zuhause in einen Wellnesstempel verwandeln? Ob Sauna, Dampfbad, Dusche, Solarium oder Infrarotsauna – die HSS Dietz GmbH ist kompetenter und erfahrener Partner rund um Beratung, Planung und Umsetzung der persönlichen Wohlfühloase. Zahlreiche gewerbliche Kunden, darunter Fitnessclubs, Hotels und Wellnessanlagen setzen seit Jahren auf die exzellente Arbeit der HSS Dietz GmbH. Aber auch viele Privatkunden haben sich schon von Geschäftsführer Jürgen Dietz und seinem Team ihren persönlichen Saunatraum erfüllen lassen.

Die HSS Dietz GmbH ist ein Unternehmen, das im Bereich Sauna, Dampfbäder, Infrarotkabinen und Solarien tätig ist und in Verbindung mit der Helo, Viliv und TPIGruppe (Marktführer für Sauna und Dampftechnik) individuelle Saunaanlagen baut, bei Bedarf plant oder die verschiedenen Bauphasen betreut. Des Weiteren werden ebenfalls Dampfbäder und Blockhäuser fachgerecht geplant und erstellt.

„Unser Unternehmen ist bereits seit 2008 in Herten ansässig“, sagt Jürgen Dietz. „Zuvor waren wir als Fachbetrieb in Bochum Wattenscheid zu finden. Neben Sonne und Wärme bieten wir unseren Kunden aber auch vielfältige Anwendungsmöglichkeiten in Verbindung mit Wasser und Dampf an. Vom Abkühlbecken über Erlebnisduschen bis hin zur lichtdurchfluteten Floating Lagune muss kein Wunsch offenbleiben.“ Mit über 35 Jahren Erfahrung auf diesem Gebiet ist Jürgen Dietz ein ausgewiesener Fachmann im Wellnessbereich. Auch bei Sanierungsarbeiten an bestehenden Saunaanlagen sowohl im gewerblichen als auch im privaten Bereich hat sich das Unternehmen einen guten Namen gemacht. Des Weiteren führt das Unternehmen auch die Raumgestaltung – angefangen bei venezianischer Spachteltechnik bis zur feinsten Illusionsmalerei – durch.

Die HSS Dietz GmbH bietet sich auch als Servicebetrieb und Lieferant bei älteren Anlagen an, denn die Mitarbeiter verfügen im gewerblichen Saunabau sowie Service über langjährige Erfahrung. Wartungsverträge mit viertel- oder halbjährlicher Überprüfung runden das umfangreiche Leistungsspektrum des Unternehmens ab.

„Der Servicegedanke wird in unserem Unternehmen besonders groß geschrieben, so wird allen Kunden eine sach- und fachgerechte Kundenbetreuung garantiert“, versichert Jürgen Dietz.

▶ www.hss-dietz.de



konzert theater coesfeld

KONGRESSE SYMPOSIEN
SEMINARE TAGUNGEN
FIRMENVERANSTALTUNGEN
TONAUFNAHMEN





MASSGESCHNEIDERT FÜR IHREN EVENT.



Für Ihren Event bieten wir Ihnen
- unvergleichliches Ambiente
- modernste Ton- und Lichttechnik
- einzigartige Akustik
- vielfältige Bühnenvarianten
- kostenfreie Parkplätze
- Full-Service: Vermittlung von Künstlern, zusätzliche Technikleistung, Cateringberatung

www.konzerttheatercoesfeld.de

Kontakt, Information, Besichtigungstermine:
Tel. 0 25 46 / 93 05 42





(FOTOS: A2 FORUM)

GARANT feiert 60. Gebu

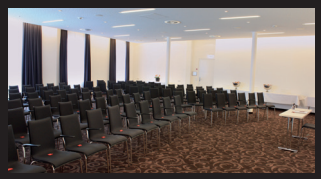
ABGESEHEN VON DEN „EISSPIEL-ZEITEN“ IST TRADITIONELL DIE LETZTE GROSSVERANSTALTUNG EINES JAHRES IM A2 FORUM IN RHEDA-WIEDENBRÜCK DAS GARANT PARTNERFORUM AM ERSTEN NOVEMBER-WOCHENENDE.

In den fünf Messehallen zeigen etwa 180 Aussteller aus dem In- und Ausland ihre Neuheiten auf rund 12.000 m² Ausstellungsfläche. Alljährlich besuchen etwa 1.200 nationale und internationale Einkäufer aus Einrichtungshäusern, Küchenstudios und Bettenfachgeschäften sowie SHK-Betrieben die Veranstaltung. Für A2 Forum-Geschäftsführer Jörg W. Begemann und sein Team stellt diese seit 1998 jährlich im A2 Forum stattfindende Messe immer wieder eine organisatorische und logistische Herausforderung dar. Dagegen schützt auch nicht, dass das Messe- und Kongress-Zentrum zum engen Interessenbereich der GARANT Gruppe gehört. Im Gegenteil: Die Ansprüche an die Veranstaltung wachsen durch die Verbundenheit. So auch in diesem Jahr: Die GARANT Gruppe besteht seit 1956. In diesem Jahr wird mithin der 60. Geburtstag mit den Messe-



Tagungen, Meetings & Businessevents

Modernes Ambiente, klassische Eleganz und beste Konferenztechnologie machen Ihre Veranstaltung zu einem unvergesslichen Ereignis. Unsere insgesamt 10 unterschiedlichen Tagungsräume bilden den perfekten Rahmen für 10 bis 200 Personen. Wir legen größten Wert auf jedes noch so kleine Detail und betreuen Sie von Anfang an individuell und kompetent.



HOTEL BIELEFELDER HOF BIELEFELD

Am Bahnhof 3, D-33602 Bielefeld
Tel.: +49(0)521-5282-620
johanna.wolframm@bielefelder-hof.de



rtstag im A2 Forum

besuchern gefeiert. Eine besondere Eröffnungsveranstaltung widmet sich ebenso diesem Jubiläum wie die GARANT Party mit etwa 700 bis 800 Gästen.

Das A2 Forum löst mit seiner Erfahrung ein Problem, das jeder kennt, der in einem Unternehmen, einer Institution oder einem Verband sich die Organisation einer Veranstaltung zugemutet hat. Das Messezentrum gilt dagegen als Paradebeispiel für gebündelte Dienstleistung. Ob Catering oder Sicherheitsservice, Lichtgestaltung oder Beschallung, ob Shuttle-Service oder Übernachtungsorganisation, ob Familienfeier, Firmenjubiläum oder Parteitag: Das A2 Forum sorgt für Rundum-Betreuung seiner Veranstalter und Gäste. Bei diesem umfassenden Angebot ist nachvollziehbar, dass das kleine Organisationsteam von Geschäftsführer Jörg W. Begemann nicht alle Dienstleistungen selbst vorhalten kann. Begemann: „Wir haben uns auf das Outsourcing spezialisiert, um jedem Veranstalter den zu seinem Event passenden Service mit erfahrenen Partnern bieten zu können."

So wird auch das GARANT Partnerforum perfekt ablaufen und für Veranstalter und Gäste wieder einmal ein unvergessenes Erlebnis sein.

▶ www.a2-forum.de





BETTER. PENSION. SOLUTIONS.

Wir machen Ihre bAV emotional erlebbar, transparent und erfolgreich!

100% DIGITAL
bAV goes online

100% KLARHEIT
endlich Verständlich

100% FÖRDERUNG
faszinierende Zuschussmodelle

100% TEILNAHME
vielseitige Kommunikationskanäle

100% RECHTSSICHER
Haftung endlich abgeben

100% UPTODATE
permanente Verbesserungen

Wie sexy ...
...ist Ihr bAV-System wirklich?

Lernen Sie uns kennen!

(0521) 557 551 -0

EMPLOY AG
Gadderbaumer Str. 14
33602 Bielefeld
Telefon: (0521) 557 551 -0
Telefax: (0521) 557 551 -10
E-Mail: info@employ.ag
www.employ.ag

Geschäftsreisen nach Maß.
Volle Kostenkontrolle zum Top-Preis!



Als Firmenkunde können Sie bei uns auch direkt über unser Online-Tool buchen und erhalten weiterhin unseren persönlichen 24 Std.-Service, wenn es Änderungen gibt!

Kontaktieren Sie mich, gerne erstelle ich Ihnen ein individuelles Angebot!



Exterstraße 1
32756 Detmold
Tel.: +49 (0) 5231-21053
Firmendienst@LRS24.de

Lippe-Reiseservice
Lufthansa
City Center
Ihr Reisebüro. Weltweit.

Oliver.Bierbaum
@LRS24.de

www.LRS24.de



EVENTLOCATION MIT INDUSTRIECHARME: DIE EHEMALIGE DRAHTSEILFABRIK IST HEUTE BÜRGER- UND KULTURZENTRUM IN LENGERICH.
(FOTO: BÜRGERSTIFTUNG GEMPT)

Tagen und Feiern in ehemaliger Drahtseilfabrik

DIE GEMPT-HALLE IN LENGERICH BIETET EINE EINZIGARTIGE LOCATION.

Das hätte sich der Fabrikant Fritz Gempt sicherlich nicht träumen lassen: In der ehemaligen Glühofenhalle von 1916, in der einst in harter Arbeit Drahtseile gezogen und Maschinenteile gegossen wurden, werden heute Veranstaltungen jeglicher Art umgesetzt.

Die alte Gießereihalle ist von 2003 bis 2004 aufwendig zu einer modernen Multifunktionshalle umgebaut worden, die sich ihren industriekulturellen Charme bewahrt hat. Das multivariable Raumkonzept mit einer Fläche von über 1.300 m² ermöglicht unterschiedliche Nutzungsmöglichkeiten mit einer Kapazität von 20 bis 1.000 Personen. Die drei Hallenschiffe lassen sich flexibel aufteilen. „Dadurch können wir unsere Räumlichkeiten je nach Veranstaltungsgröße bzw. Anzahl der Personen individuell anpassen“, erklärt Hallenmanagerin Julia Schröder.

Etwa 170 Veranstaltungen finden jährlich in der Gempt-Halle statt, darunter Konzerte, Theateraufführungen, Märkte und Ausstellungen, Partys und Familienfeiern. Dabei zählen nicht nur Stars aus Musik- und Showbiz wie Justus Frantz, Götz Alsmann, Bernd Stelter, Cindy aus Marzahn und Dieter Hallervorden zu den Gästen. Auch internationale Unternehmen wie Windmöller & Hölscher, Hellmann World Wide, Porsche, Zeppelin und Procter & Gamble (P&G) haben die Räumlichkeiten für Tagungen, Seminare, Hausmessen und exklusive Firmenevents genutzt.

„Auf Wunsch bieten wir unseren Kunden das komplette Eventmanagement aus einer Hand“, sagt Julia Schröder. „Von der Konzeption und der Detailplanung bis hin zur Organisation und optimalen Umsetzung. Wir bieten die passende Location für verschiedene Veranstaltungen.“

▶ www.gempthalle.de



FLEXIBLES RAUMKONZEPT IN DER GEMPT-HALLE BIETET VERSCHIEDENE NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN.
(FOTO: BÜRGERSTIFTUNG GEMPT)

Gempt-Halle Lengerich

Gesamtfläche:	1.300 m²
Kapazitäten:	20 – 1.000 Personen
Technik:	hauseigenes Mobiliar, Licht- u. Tonanlage, Konferenztechnik
Lage:	Stadtzentrum
Autobahn:	4 km bis A 1, Abfahrt Lengerich
Flughafen:	Münster/Osnabrück, 14 km
Kontakt:	info@gempthalle.de, Tel. 05481-30500





(FOTO: BIELEFELDER HOF)

Der Bielefelder Hof – Tradition und Moderne unter einem Dach

ZENTRAL GELEGEN BEGRÜSST SIE STOLZ DIE HISTORISCHE, STRAHLEND WEISSE FASSADE DES EHEMALIGEN GRAND HOTEL GEIST.

In unserem zum Teil denkmalgeschützten 4-Sterne-Hotel empfangen wir Sie mit Professionalität und hoher Servicebereitschaft. Berufsreise, Freizeitvergnügen in der Region oder ein kurzer Stopp zwischendurch - direkt gegenüber des Bielefelder Hauptbahnhofs gelegen, ist das Hotel Bielefelder Hof mit seinen 161 Zimmern und einer ausgezeichneten Gastronomie der richtige Ort, um sich rundum wie zu Hause zu fühlen.

Das Hotel verbindet Historie & Modernität. Im Veranstaltungsbereich befinden sich 10 funktionelle Tagungsräume in verschiedenen Größen mit fortschrittlicher Technologie, W-LAN, Tageslicht und Klimatechnik für 10 - 200 Personen. Glanzlicht ist dabei unser stilvoller, hoch über der Hotelhalle liegende Westfalensaal mit 189 m².

Auch Ihre geschäftlichen Anlässe wie Vorstandssitzungen, internationale Meetings, Konferenzen oder Tagungen bringen unsere gut geschulten Mitarbeiter garantiert zum Erfolg.

Vom ersten Gespräch bis zur Durchführung Ihrer Veranstaltung wird größter Wert auf jedes noch so kleine Detail gelegt, und von Anfang an betreuen wir Sie individuell und kompetent.

Genießen Sie Ihren Aufenthalt in einem der stilvoll ausgestatteten Zimmer, aufgeteilt in vier Kategorien. Entweder in einem unserer komfortablen Business – Zimmer oder einem der hochwertig ausgestatteten Premium-Zimmer. Wohlfühlfaktor garantiert. Für hohe Ansprüche stehen 13 Junior Suiten und 6 großzügige Suiten für Sie bereit. Ganz besonders beeindruckend ist dabei unsere von der Firma Trüggelmann exklusiv ausgestattete Turmsuite mit Luxusbad ensuite.

Starten Sie in den Tag mit einem ersten Highlight, unserem Themen-Frühstücksbuffet im Palmengarten. Bereits über die Stadtgrenzen bekannt, lockt die ungewöhnliche Vielfalt und die liebevolle Präsentation auch die lokale Bevölkerung an und lässt bereits die erste Mahlzeit des Tages zum Erlebnis werden.

Für alle Freunde hochwertiger Kochkunst ist unser Schmuckstück, das Restaurant GeistReich, die richtige Adresse. Das mehrfach ausgezeichnete Restaurant überzeugt mit frischen regionalen und internationalen Köstlichkeiten. Ob Business Lunch, ein stilvolles Gourmet-Menü am Abend oder eine Feierlichkeit am Wochenende – das GeistReich und seine Nebenräume bieten mit der eleganten, aber ungezwungenen Atmosphäre den richtigen Rahmen.

Wir freuen uns auf SIE – Ihre privat geführte Wohlfühladresse in der Ostwestfalenmetropole inmitten des Teutoburger Walds.

▶ www.bielefelder-hof.de



Studie: Lufthansa City Center führend

STUDIE: LUFTHANSA CITY CENTER FÜHREND IN DER BETREUUNG VON MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN







Beim Travel Management vertrauen 45 Prozent der deutschen KMU auf die Services der Geschäftsreisebüros von Lufthansa City Center. Das hat eine aktuelle Umfrage, die im Auftrag der Reisebüroorganisation durchgeführt wurde, ergeben. Insgesamt arbeiten 72 Prozent der befragten Firmen mit einem Geschäftsreisebüro zusammen.

Wie viele mittelständische Unternehmen in der Bundesrepublik lassen sich bei der Planung und Buchung von Geschäftsreisen von einem Reisebüro professionell betreuen? Was spricht für eine solche Zusammenarbeit und welche Anbieter werden hierbei bevorzugt? Zu diesen und weiteren Fragen hat Lufthansa City Center eine Umfrage bei 200 deutschen Firmen mit einem Reiseetat von 100.000 bis 500.000 Euro durchführen lassen. Das Ergebnis: Lufthansa City Center ist bei der Betreuung von Firmenkunden in diesem Segment führend.

Von den befragten Unternehmen lassen sich 72 Prozent professionell in Sachen Geschäftsreisen betreuen. Auf die Frage, mit welchem Anbieter diese Firmen hierbei bevorzugt zusammenarbeiten, antworteten 45 Prozent: Lufthansa City Center. Der nächststärkere Mitbewerber kam gerade einmal auf 23 Prozent. Insgesamt wurde nach neun Geschäftsreiseanbietern (online und stationär) gefragt. Mehrfachantworten waren möglich.

Guter Service und persönliche Beratung ausschlaggebend

Guter Service wird von den Befragten als wichtigster Grund angegeben, warum man sich für den genannten Geschäftsreiseanbieter entschieden hat (69 Prozent). Weitere wichtige Kriterien waren kompetente Ansprechpartner (55 Prozent), persönliche Beratung (46 Prozent) und das Preis-Leistungs-Verhältnis (42



(FOTOS: LRS)



Prozent). Nicht ganz so wichtig waren den Befragten das Image (38 Prozent) des Anbieters, die Produktpalette (37 Prozent) oder maßgeschneiderte Produkte und Services (36 Prozent). Eine untergeordnete Rolle spielen Faktoren wie die lokale Nähe des Reisebüros zum Firmenkunden (20 Prozent), Empfehlungen (12 Prozent), Werbung (8 Prozent) oder die Tatsache, dass ein Unternehmen schon immer mit diesem Reisebüro zusammengearbeitet hat (2 Prozent).

„Der Großteil der KMU in Deutschland weiß um den Mehrwert, den ihnen ein professionelles Travel Management durch ein Geschäftsreisebüro bietet. „Die Gründe für die Wahl eines Anbieters – guter Service, persönliche Beratung, kompetente Ansprechpartner – entsprechen dabei genau dem Mehrwert, mit dem wir werben“, erklärt Oliver Bierbaum, geschäftsführender Gesellschafter des Lufthansa City Center Lippe-Reiseservice.

Die Reisebüros von Lufthansa City Center sind auf das Geschäftsreisemanagement von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) spezialisiert und bieten Firmen persönliche Beratung und umfassende Leistungen. Diese reichen von nutzerfreundlichen Online-Buchungs-Tools und modernen Reise-Apps über zeitsparende Visa Services, Reisekostenabrechnungen und aussagekräftige Reportings bis hin zum 24-Stunden-Service oder Security Management. Somit decken sie den gesamten Prozess vor, während und nach einer Geschäftsreise ab.

Über Lufthansa City Center

Lufthansa City Center ist mit mehr als 650 Büros in über 80 Ländern und einem Gesamtumsatz von rund sechs Milliarden Euro das weltweit größte, unabhängige Franchise System im Reisebüromarkt. Etwa jeweils die Hälfte des Umsatzes wird im Geschäftsreiseverkehr und in der Touristik erzielt. Die Kette inhabergeführter, mittelständischer Reisebüros hat allein in Deutschland 300 Büros mit über 2.500 Mitarbeitern. Weltweit umfasst das Reisebüronetzwerk 5.600 Mitarbeiter. In OWL ist sie mit den vier Reisebüros plus der separaten Geschäftsreisen-Abteilung des Lippe-Reiseservice vertreten.

▶ www.geschaeftsreisen-OWL.de



OLIVER BIERBAUM
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER LIPPE-REISESERVICE
(FOTOS: LRS)







ROMANTICO® GRANITPLATTEN 120/80/4 CM SCHWARZ

Produktpalette erweitert

DAS BETONSTEINWERK SIEKMANN IN BIELEFELD-JÖLLENBECK BIETET 33 SORTEN STANDARD- UND GESTALTUNGSPFLASTER AN.



Immer mehr Eigenheimbesitzer entdecken sie – die „iStones®. „Die Steine, ob rechteckig oder quadratisch, sind durch spezielle Abstandshalter untereinander verzahnt. Der Vorteil: Sie sind wasserdurchlässig, verhindern aber die Moos- und Unkrautbildung. „Die Fugenbreite ermöglicht eine Klassifizierung als Ökopflaster“, sagt Jörg Siekmann. Der Inhaber des gleichnamigen Betonsteinwerks hat die Systeme vor drei Jahren entwickelt und als Warenzeichen beim Patentamt eintragen lassen.

Inzwischen sind vier verschiedene Steinsysteme im Sortiment. Neben Steinen mit einer 21-oder 28-Zentimeter-Rasterung liegen Großflächenplatten im Trend. Mit einer Größe von ein mal ein Meter sind diese nur maschinell verlegbar. Ein Hingucker sind die „Crazy iStones®“, die in polygonaler Form angeboten werden. Erhältlich sind sie in Grau-, Anthrazit-, Graphit- und Cremetönen.

1930 gründete Gustav Siekmann, Großvater des heutigen Inhabers, das Betonsteinwerk. Schon früh wurde in technische Anlagen und Maschinen investiert. 1964 zog das Unternehmen an den Wörheider Weg, wo es bis heute beheimatet ist – auf einer Fläche von 35.000 Quadratmetern.

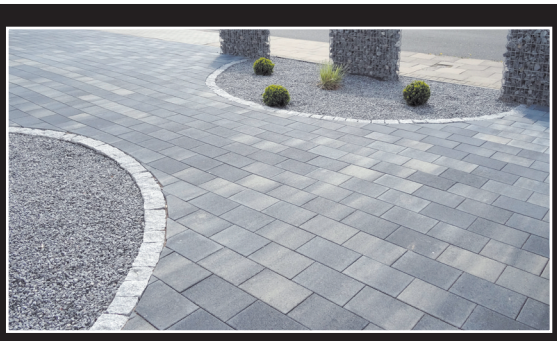


JÖRG SIEKMANN
INHABER DER GUSTAV SIEKMANN GMBH & CO. KG
(FOTOS: SYLVIA TETMEYER)

Immer wieder auf den neuesten Stand gebracht wird die umfangreiche Ausstellung. Seit Mitte der 90er-Jahre sind neben Betonsteinen auch Natursteine wie Granit, Basalt, Sandstein, Blaustein oder Quarzit im Angebot. Außerdem findet der Kunde auf dem Werksgelände Gestaltungspflaster, Trockenmauern und Gabionen.

Auf 3.000 Quadratmetern präsentiert sich hier die gesamte Vielfalt der Produktpalette. Das Betonsteinwerk Siekmann bietet 33 Sorten Standard- und Gestaltungspflaster an. Ein Katalog ist am Firmensitz erhältlich. Auftraggeber sind neben Privatkunden auch Tiefbau-, Garten- und Landschaftsbauunternehmen sowie Kommunen. Wer Probleme mit Moos und Grünbelag auf seinem Pflaster hat, erhält am Wörheider Weg das passende Mittel zur Entfernung. „Wir erfüllen auch Sonderwünsche“, versichert Jörg Siekmann.

▶ www.siekmann-steinsysteme.de



Toskana Pflaster 30/20/8 Color Luna dunkel

Gustav Siekmann GmbH & Co. KG
Wörheider Weg 1–5 | 33739 Bielefeld
Telefon: 0 52 06/91 54-0 | Fax: 0 52 06/91 54 20
Internet: www.siekmann-steinsysteme.de

Siekmann BETONSTEINWERK

STEINSYSTEME



Bad Oeynhausen – interessanter Standort für Gewerbeansiedlungen

BAD OEYNHAUSEN IST SCHNITTPUNKT WICHTIGER SCHIENEN- UND AUTOBAHNACHSEN.

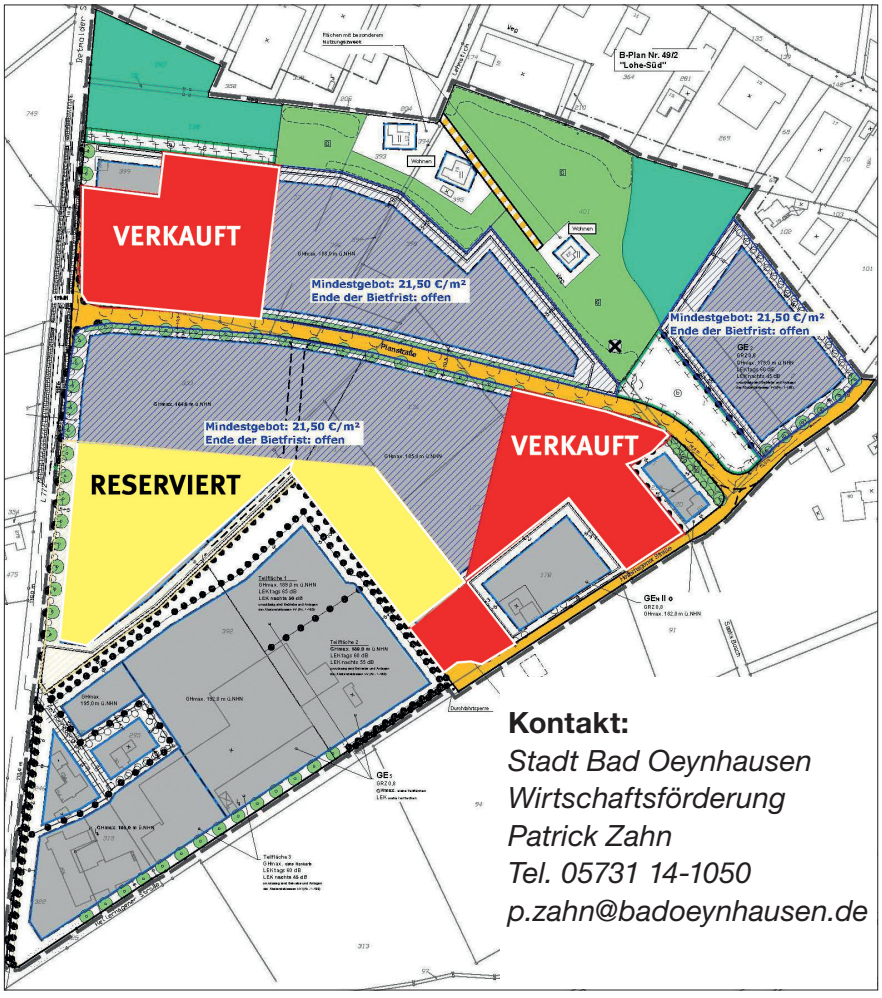
Die international bedeutsame Autobahn A30 wird im Stadtgebiet mit der A2 verknüpft. Der Flughafen Hannover ist über die A2 in ca. 45 Minuten zu erreichen.

Aufgrund dieser exzellenten verkehrlichen Anbindung ist Bad Oeynhausen ein attraktiver Standort für gewerbliche Ansiedlungen. Hierfür hat die Stadt sieben größere Gewerbegebiete in den verschiedenen Stadtteilen ausgewiesen. Da in den meisten Gewerbegebieten keine oder kaum noch Freiflächen zur Verfügung stehen, hat die Stadt vor wenigen Jahren im südlichen Stadtgebiet das neue Gewerbegebiet Lohe-Hellerhagen geschaffen. Die Anbindung ist nicht nur aufgrund ihrer Nähe zur Autobahnabfahrt Exter-Lohe besonders günstig.

Insbesondere kleine Betriebe aus Bad Oeynhausen und der näheren Umgebung haben bislang seit Beginn der Vermarktungsphase großes Interesse an dem Erwerb von Grundstücken gezeigt. Inzwischen sind in dem insgesamt ca. 8 ha großen Gewerbegebiet bereits mehrere Flächen verkauft und einige auch reserviert worden. Aufstrebenden, zumeist jungen Unternehmen aus den verschiedensten Branchen konnten damit gute Entwicklungschancen am heimischen Wirtschaftsstandort geboten werden.

Rund 45.000 m² Gewerbefläche stehen noch zur Ansiedlung zur Verfügung.

Aktuell können ansiedlungsinteressierten Firmen noch auf die unternehmensspezifischen Erfordernisse genau zugeschnittene Freiflächen angeboten werden. Die Grundstücksgrößen reichen von ca. 2.500 bis ca. 20.000 m².



Kontakt:
Stadt Bad Oeynhausen
Wirtschaftsförderung
Patrick Zahn
Tel. 05731 14-1050
p.zahn@badoeynhausen.de

Ihr kompetenter Partner in Sachen Stahlbau.

BISCHOF
STAHL-PROJEKT-BAU

Industrie- und Gewerbehallen in jeder Art, Form und Größe — wirtschaftlich in Stahlbauweise

BISCHOF Stahl-Projekt-Bau GmbH
Industriestraße 36
D-26188 Edewecht
Telefon: 0 44 05 92 86-0
Telefax: 0 44 05 92 86 90
www.bischof-stahlbau.de
info@bischof-stahlbau.de

Sanierungen werden teurer

„JETZT IST ES SO WEIT. DER ENTSORGUNGSNOTSTAND FÜR STYROPORABFÄLLE IST AUF DEN BAUSTELLEN ANGEKOMMEN, WEIL VERBRENNUNGSANLAGEN DIESE ABFÄLLE NICHT MEHR ANNEHMEN.

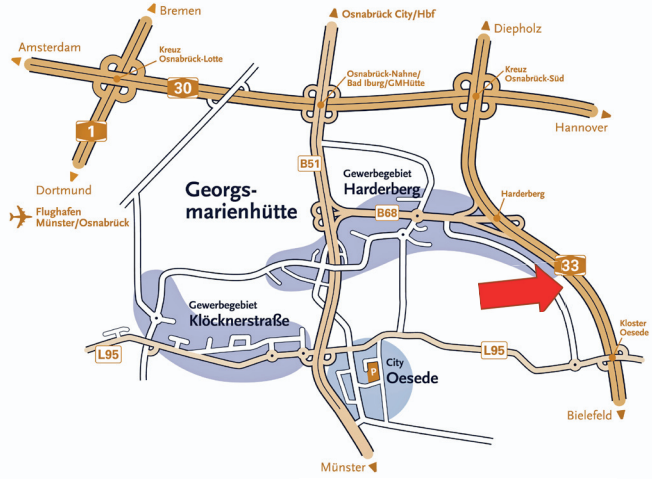
Die Entsorgungsunternehmen holen dieses Material erst gar nicht mehr von den Baustellen ab. Damit droht die gesamte Baustellenlogistik zusammenzubrechen. Zeitliche Verzögerungen und Mehrkosten sind vorprogrammiert, und das in einer Zeit, in der dringend Wohnungen saniert werden müssen.“ Dies erklärte der Hauptgeschäftsführer des Hauptverbandes der Deutschen Bauindustrie, RA Michael Knipper, in Berlin. Hintergrund ist eine Novelle der bundesweit geltenden Abfallverzeichnis-Verordnung (AVV), die zum 1. Oktober 2016 in Kraft tritt und vorschreibt, dass Wärmedämmplatten, die mehr als 0,1 Prozent des Flammschutzmittels Hexabromcyclododecan (HBCD) enthalten, als gefährlicher Abfall gelten. Für dessen Entsorgung fehlenden Verbrennungsanlagen die Genehmigungen oder sie haben die technischen Voraussetzungen nicht.

„Wir fordern die Länder auf, hier über den Bundesrat ein Änderungsverfahren einzuleiten und kurzfristig mittels eines sechsmonatigen Moratoriums den Vollzug der neuen Regelung auszusetzen, sodass die bisherigen Entsorgungswege weiter genutzt werden können und der derzeitigen Kostenexplosion auf dem Markt entgegengewirkt werden kann“, erklärte Knipper. „Bereits jetzt wird von einem Anstieg der Kosten für die Entsorgung dieser Bauabfälle von 200 Euro pro Tonne auf derzeit bis zu 7.000 Euro pro Tonne berichtet“, erläuterte Knipper. „Das ist insbesondere vor dem Hintergrund des großen Wohnraumbedarfes in den Ballungszentren ein herber Rückschlag für die Errichtung kostengünstigen Wohnraums. Zudem konterkariert es die Ziele des von Bundesbauministerin Hendricks ins Leben gerufenen Bündnisses für kostengünstiges Wohnen und Bauen, indem erneut eine Regelung geschaffen wird, deren Folgen nicht in letzter Konsequenz bedacht wurden.“

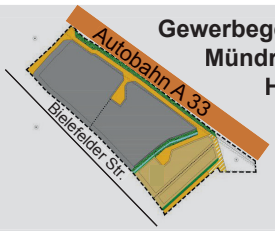
„Zu Buche schlagen jedoch nicht nur die höheren Annahmekosten bei den Verbrennungsanlagen, es kommen auch Transportkosten als Folge weiterer Transportwege, wenn nur einzelne Verbrennungsanlagen über eine entsprechende Anlagengenehmigung verfügen, und höhere logistische Aufwendungen, zum Beispiel durch die Bereitstellung separater Entsorgungscontainer auf der Baustelle, sowie Kosten im Zusammenhang mit dem Nachweis gefährlicher Abfälle hinzu“, erläuterte Knipper.

Stadt Georgsmarienhütte
- **4,5 ha Gewerbegebiet**
- **1,5 ha Mischgebiet**

GEORGS MARIEN HUETTE



- **1. Ausfahrt nach dem Autobahn-Kreuz OS-Süd**
- **10 Min. ins Zentrum OS**
- **Zuschnitt nach Bedarf**



Gewerbegebiet Mündruper Heide

Kontakt: Stadt Georgsmarienhütte, Andreas Wolf, Tel.: 05401 / 850-106, andreas.wolf@georgsmarienhuette.de



Ästhetik und Funktion im Einklang

NEUBAU EINER LAGERHALLE MIT BÜROGEBÄUDE

Das knapp 85 m lange Gebäude besteht aus einer Lagerhalle und einem dreigeschossigen Bürogebäude, welches repräsentativ der Halle vorangestellt wurde. Die Fassade des knapp 11 m hohen Büro- und Verwaltungsgebäudes wurde vor dem massiven Mauerwerk mit einem Mix aus WDVS, Matrix (Designwall Inspiration) und CorTen (im Eingangsbereich) verkleidet. Dem Farbkonzept angepasst, wurden die Fenster als hochwärmegedämmte Aluminium-Konstruktion mit Außenraffstoren ausgeführt. Die drei Geschosse sind im vollverglasten Personenaufzug bequem zu erreichen.

Verbunden mit den neuen Büroflächen, wurde das auf insgesamt ca. 2.220 m² Grundfläche errichtete Hallengebäude mit Zwischenebenen und massiven Einbauten erstellt. Ganz auf die Bedürfnisse abgestimmt, wurde ein Demoakustikraum integriert; hierzu wurden Akustik-Sandwich elemente innenseitig verbaut. Bei den reibungslosen logistischen Abläufen unterstützen sieben elektrisch betriebene Sektionaltore sowie drei Überladebrücken mit Verladungsschleusen. Im optischen Einklang mit dem Verwaltungsgebäude wurde die Fassade mit vertikal verdeckt befestigten Stahlsandwichpaneelen ausgeführt.

▶ www.buehrer-wehling.de





(FOTOS: BÜHRER & WEHLING)

INGENIEURBÜRO 30 SCHLATTNER

30 Jahre *da, wo der Kunde uns braucht.*

Ingenieurbüro Schlattner GbR
Weißenburger Straße 9
49076 Osnabrück

fon +49 (0) 541 9 41 66 - 0
fax +49 (0) 541 9 41 66 - 18
mail info@schlattner.de
web www.schlattner.de



Gewerbebau - Energieeffizient und nachhaltig

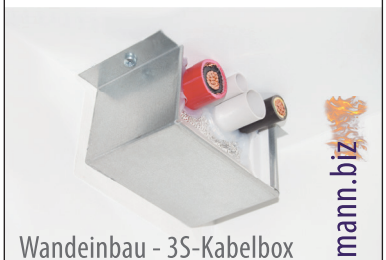




DIPL.-ING. PETER BRENDEL
(FOTOS: MEISTERSTÜCK-HAUS)

WICHMANN
Brandschutz-Systeme

NEU!
Die 3S-Box
Das S90 Brandschott
für Kabel und Leerrohre
Als Wand- und Deckendurchführung
einfach über die Kabel montieren.


Wandeinbau - 3S-Kabelbox


Deckeneinbau - 3S-Kabelbox

www.wichmann.biz

ENERGIEEFFIZIENZ UND NACHHALTIGKEIT – GEHT DENN DAS EINE OHNE DAS ANDERE?

Wir Menschen wirken auf unsere Umwelt wie keine andere Spezies. Mittlerweile sind daher viele Ansätze gemacht, um die negativen Wirkungen unseres Seins zu reduzieren.

In den Achtzigerjahren wurden von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung bei der Definition des Nachhaltigkeitsbegriffes erstmals die ökologischen, die wirtschaftlichen und die sozialen Ziele zueinander in Bezug gebracht. Eine Gesellschaft ist nur dann zukunftsfähig, wenn sie nicht mehr Ressourcen verbraucht, als sie auch wieder regenerieren kann.

Die Energieeffizienz ist damit ein Teil, um unsere Ziele der Nachhaltigkeit zu erreichen. Für das Bauen bedeutet dies, möglichst wenig Energie und Ressourcen zu verbrauchen, um ein Gebäude zu erstellen und zu betreiben. Mit der Holzbauweise lassen sich diese Ziele wesentlich leichter erreichen als mit anderen Bauweisen. Ein Vorteil der Holzbauweise ist zum Beispiel, dass sich ohne wirkliche Mehraufwendungen sehr hohe Dämmstandards erreichen lassen. „Die Hohlräume zwischen den tragenden Hölzern beim Holztafelbau sind einfach mit Dämmstoffen zu füllen, sodass der hohe Dämmstandard ohne zusätzliche Kosten und Raumverbrauch entsteht“, so Dipl.-Ing. Peter Brendel.

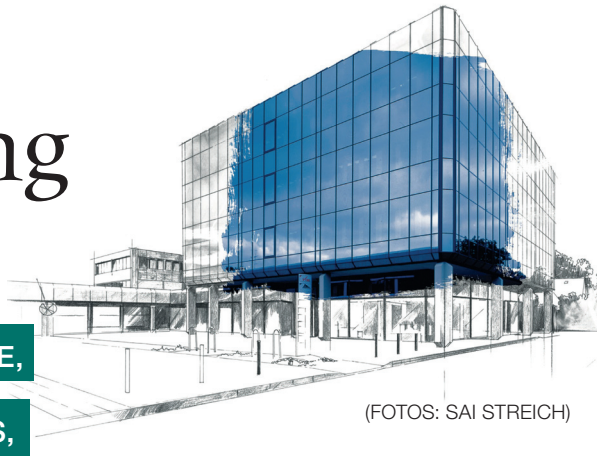
Folgerichtig reduzieren sich die Aufwendungen für das Heizen und Kühlen eines Gebäudes erheblich, da ein gut gedämmtes Gebäude eben weniger Energie benötigt. „Es ist immer besser, Energie erst gar nicht zu verbrauchen, als mit effizienter Technik zu erzeugen“, so Dipl.-Ing. Brendel. Mit einem nachhaltigen Gebäude sind automatisch die Forderungen nach geringen Betriebskosten erfüllt. Die energieeffiziente Bauweise mit Holz schützt die Umwelt, sorgt zusätzlich für positive wirtschaftliche Effekte und für ein gutes Klima im Gebäude.

Die Gebäudetechnik wird im Rahmen der Gesamtplanung festgelegt. Unter Nutzung von regenerativen Energien wird ein perfekt abgestimmtes Technikkonzept für das Gebäude entwickelt. So ist es möglich, unter Einbeziehung aller Gewerke von Anfang an das effizienteste Gesamtkonzept zu entwickeln. „Es ist sehr wichtig, ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, da die einzelnen Gewerke sich gegenseitig beeinflussen“, so Dipl.-Ing. Brendel. Im Ergebnis kann man festhalten, dass die Effizienz einer Baumaßnahme maßgeblich von der Bauweise abhängig ist. Die Firma Meisterstück-HAUS aus Hameln beschäftigt sich seit vielen Jahrzehnten mit der Holzbauweise im Gewerbe- und Wohnungsbau und bietet dem Kunden eine ganzheitliche Beratung von Anfang an.

Investoren setzen immer häufiger auf die Holzbauweise, um diese Vorteile zu nutzen und langfristig davon zu profitieren.

▶ www.meisterstueck.de

Professionelle Immobilienbetreuung aus einer Hand



(FOTOS: SAI STREICH)

ALS ANSPRECHPARTNER RUND UM DIE GEWERBEIMMOBILE, UND DAS ÜBER DIE GESAMTE LEBENSDAUER DES OBJEKTS, VERSTEHT SICH DIE SAI STREICH GMBH IN BIELEFELD.

Seit 1954 am Markt, erbringt SAI Streich alle Dienstleistungen, die Eigentümer von Gewerbeimmobilien während des Lebenszyklus des Gebäudes benötigen, aus einer Hand. Denn bei SAI arbeiten die Bereiche Architektur, Projektentwicklung, Immobilienvermittlung, Energieberatung und Gebäudemanagement vernetzt unter einem Dach. Die Spezialisten von SAI Streich stehen ihren Kunden aktiv zur Seite, ob es nun darum geht, einen Neubau zu planen, ein bestehendes Gebäude effizienter zu betreiben, ein Gebäude anzukaufen oder zu verkaufen, zu sanieren oder zu modernisieren: Für alle Phasen des „Immobilienlebens“ hat SAI die passenden Spezialisten an Bord, die wissen, was ihre Kunden brauchen, denn das oberste Credo des Teams lautet: „Wir behandeln jede Immobilie so, als wäre sie unsere eigene“.

Individuell statt Schema F

Für das Gebäudemanagement versteht sich SAI Streich als regionaler Partner in Ostwestfalen-Lippe, der für seine Kunden strategische Konzepte für das Asset-, Property- und Facility-Management ihrer Immobilien erstellt und umsetzt.

Im Mittelpunkt steht dabei, dass das Konzept so individuell aufgestellt wird, dass es genau den Bedürfnissen des Eigentümers entspricht: „Wir arbeiten nicht nach Schema F, da jedes Immobilienportfolio so einzigartig ist wie der Eigentümer, der dahintersteht, die Gebäude, die es beinhaltet, und die Nutzer, die in den Gebäuden leben und arbeiten“, erklärt Michael Streich, Geschäftsführer.

Strukturierte Prozesse statt teures Durcheinander

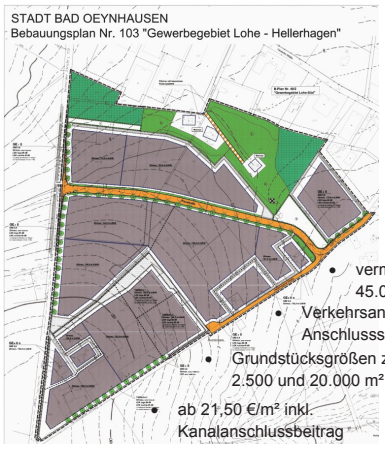
Beim Betreiben von Gewerbeimmobilien kann es an verschiedenen Stellen haken und den Eigentümer im Endeffekt Zeit und Geld kosten: Mängel werden nur schleppend beseitigt, Sachverständigenprüfungen und -abnahmen fehlen, die Dokumentationen sind unvollständig, niemand hat den Überblick über Betreiber- und Verkehrssicherungspflichten, der interne Koordinationsaufwand für die Organisation des Objektbetriebes ist hoch ... SAI Streich macht damit Schluss und organisiert für seine Kunden den Gebäudebetrieb komplett durch. Das Ergebnis sind zufriedene Nutzer, eine funktionierende Gebäudetechnik, moderate Betriebskosten und nicht zuletzt gewonnene Zeit, die der Kunde sinnvoll in die Kernprozesse seines Unternehmens investieren kann.

▶ www.sai-streich.de



Bad Oeynhausen
Wirtschaftsförderung

Gewerbegebiet Lohe-Hellerhagen



- vermarktbare Fläche 45.000 m²
- Verkehrsanbindung: L 772, A 2 Anschlussstelle Exter (ca. 4,5 km)
- Grundstücksgrößen zwischen 2.500 und 20.000 m²
- ab 21,50 €/m² inkl. Kanalanschlussbeitrag

Wirtschaftsförderung Stadt Bad Oeynhausen
Patrick Zahn

Telefon 05731 14-1050
Mail: p.zahn@badoeynhausen.de
Web: www.badoeynhausen.de

Verkehrsflächen: Straßenbau, Asphaltbau, Pflasterarbeiten

IM BEREICH TIEF-, KANAL- UND STRASSENBAU IST DAS FAMILIENUNTERNEHMEN DEPENBROCK BAU GMBH & CO. KG TRADITIONELL GUT AUFGESTELLT.

Depenbrock Bau überzeugt regelmäßig namhafte öffentliche und private Kunden mit wirtschaftlichen Konzepten, präzisen Ausführungen und kurzen Bauzeiten.

Die schlagkräftige Tiefbaumannschaft mit eigenem Fachpersonal ist in der Lage, innerhalb kürzester Zeit nach Auftragsvergabe mit den Arbeiten zu starten und auch komplexe Projekte abzuwickeln. Die eigenen Asphaltkolonnen mit dem entsprechenden leistungsstarken Maschinenpark sind für den Einbau von Walzasphalt zuständig. „Es ist ein zentraler Vorteil, dass die Unternehmensgruppe sich nicht auf die qualitativen Leistungen der Nachunternehmer verlassen muss, sondern den hohen Qualitätsanspruch mit einem eigenen Team in die Tat umsetzen kann“, erklärt Karl-Heinrich Depenbrock, Gesellschafter-Geschäftsführer.

Nicht zuletzt der große Maschinenpark mit diversen GPS-gesteuerten Baggern, Raupen, Walzen und Vermessungsgeräten sowie auch erfahrene Führungskräfte und fachlich fortlaufend ausgebildete Mitarbeiter gewährleisten mit hoher Eigenfertigungstiefe für den Kunden ein Rund-um-Sorglos-Leistungspaket. Zahlreiche Zertifikate beweisen den gesicherten Qualitätsstandard.

IHRE WEGE SAHEN LANGE GENUG AUS WIE KRAUT UND RÜBEN.
bema Wildkrautbeseitigung
Umweltschonend.
Mechanisch.
Effektiv durch Flächenleistung.
bema
Recker Str. 16 | 49599 Voltlage
Tel.: (0 54 67)-92 09 0 | www.kehrmaschine.de

Premium-Banner!
Jetzt unser sensationelles Angebot nutzen!
- Maß auf mehrere Banner aufteilbar
- frei gestaltbar
- verschiedene Stoffe z.B. Premium-Banner (510 g/m²) oder Premium-Mesh-Banner (300 g/m²)
- randverstärkt
- inkl. Metallösen
- Angebot gültig bis 31.12.2016

30 m² jetzt nur 240 Euro*
*alle Preise Netto ab Werk. Preis gilt bei Anlieferung druckfertiger Daten.
Planung · Neuanlage · Umgestaltung · Pflege ...alles aus einer Hand!
Loevenich
· Garten- und Landschaftsgestaltung · Sportplatzbau · Grünanlagenerrichtung und -pflege · Teich-, Zaun- und Wegebau · Baumschnitt- und Fällarbeiten
Haarweg 99 • 49479 Ibbenbüren
Telefon: (0 54 51) 89 68 00
www.loevenich-galabau.de
Direkt vom Hof!
Frische Erdbee
Ponyreiten und
Elektronische Sicherheitssysteme:
Einbruchmeldetechnik • Brandmeldetechnik
Videoüberwachung • Zutrittskontrolle
Gildestraße 35 • 49477 Ibbenbüren
Tel.: 0 54 51 - 94 74-0 • www.sonax-alarm.de
SONAX ALARM
BW BLEKER WERBUNG
Zum Esch 21
49479 Ibbenbüren
Tel.: 0 54 51 / 54 59 06 6
www.bleker.de



(FOTO: DEPENBROCK)

Viele private Bestandskunden, nicht nur aus Ostwestfalen und dem benachbarten Niedersachsen, sind der beste Beweis für Kundenzufriedenheit.

Auch bei öffentlichen Kunden wie dem Landesbetrieb Straßenbau NRW stehen die Zeichen gut: Der erste Bauabschnitt für die B611 zwischen Vlotho-Exter und Löhne wurde kürzlich, trotz widriger Witterungsumstände, ganze vier Monate früher fertig gestellt als geplant.

Aktuell realisiert Depenbrock in Arbeitsgemeinschaft den Ausbau eines Teilabschnittes der A33 zwischen Osnabrück und Bielefeld. Hier müssen ca. eine Million Tonnen Oberboden, Erdreich oder Schüttgüter gelöst, transportiert, umgeschlagen und eingebaut werden. Dies stellt eine logistische Herausforderung dar, die Depenbrock mit Hilfe moderner Satellitentechnik meistert. Hohe Anforderungen an zentimetergenaue Höhen- und Richtungsvorgaben werden so problemlos zur Zufriedenheit des Bauherrn erfüllt.

Eine weitere Besonderheit auf dieser Baustelle ist der Einsatz eines alternativen Materials zur Herstellung der Schottertragschicht. Dadurch werden wichtige Umweltressourcen geschont. Depenbrocks Leistungsstärke und besonderes Know-how sind auch auf dieser Baustelle wieder Garanten dafür, dass die Arbeiten bereits jetzt deutlich vor dem Terminplan liegen.

▶ www.depenbrock.de

Was geht noch ?

Wie kann ich mein Gebäude besser ausnutzen?

An-, Um- und Neubauten, Dachbelastung durch Solar, Kältetechnik usw.

Wir beraten Sie gerne

Büro für Hochbaustatik

Dipl.-Ing.
Wilhelm Meyer
Wahnerstrasse 24, 49751 Sögel
Tel:05952/98978,Fax:-/98977
e-mail:powie-soegel@t-online.de

Maaß INDUSTRIEBAU
• Lagerhallen
• Produktionshallen
• Bürogebäude
• Hallensanierungen



www.maass-industriebau.de

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

Wenn das Feuer keine Luft bekommt





BRANDVORBEUGUNG MITTELS SAUERSTOFFREDUKTION

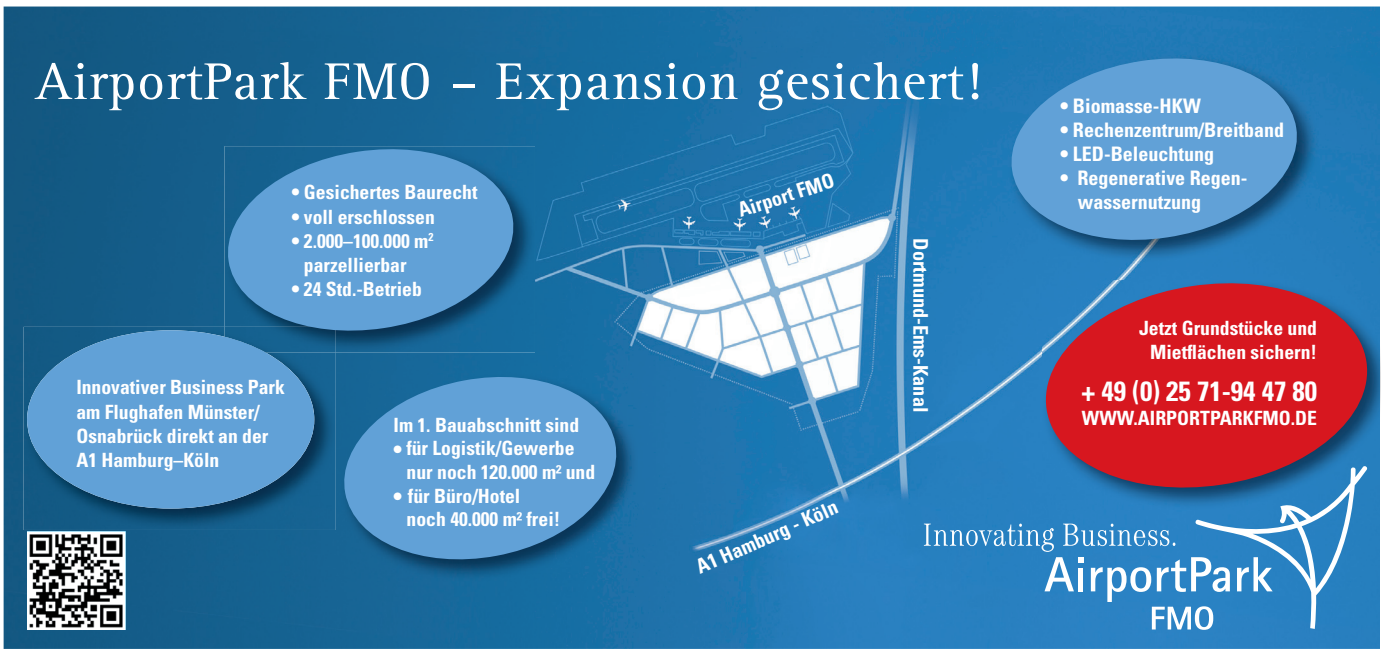
In vielen öffentlichen Gebäuden bekämpfen herkömmliche Löschanlagen ausbrechende Brände. Oft sieht man z. B. Sprinkleranlagen, die Brände zwar löschen, dabei jedoch durch den Einsatz von Wasser zusätzliche Schäden verursachen. Die Experten der Wichmann Brandschutzsysteme GmbH & Co. KG setzen daher auf eine direkte Brandvorbeugung: Der N2 FireFighter von Vertriebspartner Isolcell erzeugt eine sauerstoffreduzierte Atmosphäre, die eine Flammenbildung gar nicht erst zulässt.

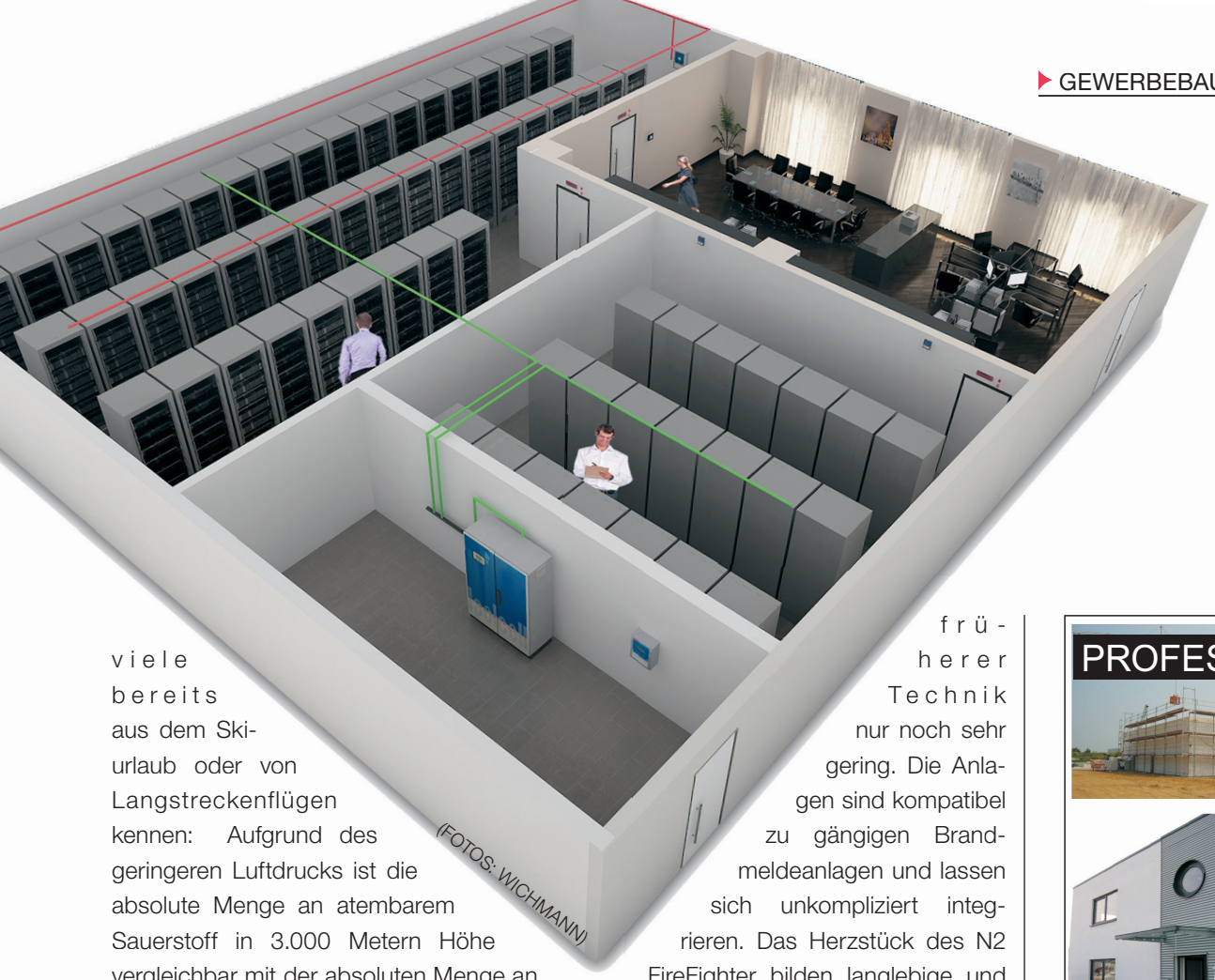
Objekte können nicht immer sicher und wirkungsvoll mit herkömmlichen Feuerlöschanlagen geschützt werden. Beispielsweise ist der Einsatz von Sprinkleranlagen meistens nur sehr eingeschränkt möglich. Man stelle sich vor, dass eine solche Anlage in einem Technikraum einen Brand mit Wasser löscht. Ein Großteil der IT-Komponenten würde zerstört. Objekte wie Kühlhäuser, Archive, IT-Anlagen etc. können daher nur dann effektiv gegen Brände geschützt werden, wenn alternative Löschtechniken zum Einsatz kommen.

Hier empfehlen sich beispielsweise Sauerstoffreduktionsanlagen wie der N2 FireFighter. Wichmann ermöglicht mit der Technik des Weltmarktführers Isolcell aus Südtirol eine moderne Brandvorbeugung. Die Anlage senkt den Sauerstoffgehalt im Raum auf ein vorher berechnetes Niveau herab, wodurch eine brandhemmende Atmosphäre entsteht, die Verbrennungsprozesse unterbindet.

Keine Atmosphäre für Brände

Da der N2 FireFighter Brände gar nicht erst entstehen lässt, unterscheidet sich der Effekt der Sauerstoffreduktionsanlage gänzlich von herkömmlichen Löschanlagen. Die Isolcell-Methode ist dabei für den menschlichen Organismus absolut verträglich. Luft besteht aus ca. 21 Vol.-% Sauerstoff, 78 Vol.-% Stickstoff und zu ca. 1 Vol.-% aus anderen Gasen und Edelgasen. Im zu schützenden Raum wird der Sauerstoffgehalt zu Gunsten des Stickstoffs auf ein Niveau herabgesetzt, das





(FOTOS: WICHMANN)

viele bereits aus dem Skiurlaub oder von Langstreckenflügen kennen: Aufgrund des geringeren Luftdrucks ist die absolute Menge an atembarem Sauerstoff in 3.000 Metern Höhe vergleichbar mit der absoluten Menge an Sauerstoff in einem sauerstoffreduzierten Raum bei höherem Druck. Aufgrund des anderen Verhältnisses zwischen Sauerstoff und Stickstoff ist eine Brandentstehung aber nicht mehr möglich.

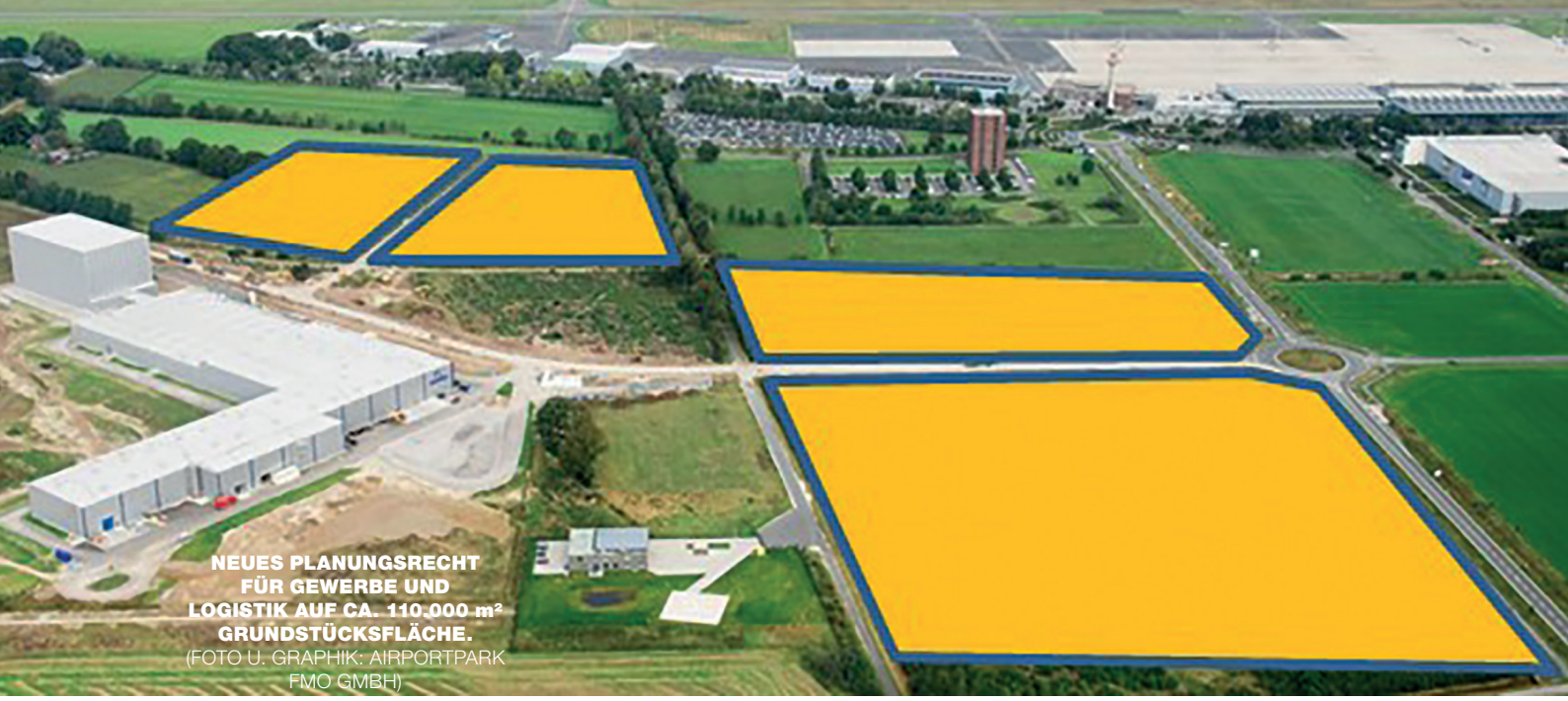
Die Sauerstoffreduktionsanlage wird elektrisch betrieben und erzeugt keine Schadstoffe und Gerüche. Die modernen und platzsparenden Aggregate von Isolcell können für kleinere Schutzbereiche an der normalen Haushaltssteckdose betrieben werden und laufen bei ausreichend dichten Räumen nur wenige Stunden pro Tag. Der Stromverbrauch ist gegenüber früherer Technik nur noch sehr gering. Die Anlagen sind kompatibel zu gängigen Brandmeldeanlagen und lassen sich unkompliziert integrieren. Das Herzstück des N2 FireFighter bilden langlebige und robuste Komponenten, die Stickstoffmoleküle direkt aus der Umgebungsluft gewinnen. Somit eignet sich diese ökologische Lösung nicht nur für Kühlhäuser, Archive und IT-Anlagen, sondern auch für Bibliotheken, Museen, Rechenzentren oder große Lagerhallen.

Weitere Informationen zur Sauerstoffreduktionsanlage N2 FireFighter sind unter www.wichmann.biz/de/brandschutz/sauerstoffreduktionsanlage/ zu finden.

▶ www.wichmann.biz







NEUES PLANUNGSRECHT FÜR GEWERBE UND LOGISTIK AUF CA. 110.000 m² GRUNDSTÜCKSFLÄCHE.
(FOTO U. GRAPHIK: AIRPORTPARK FMO GMBH)

AirportPark FMO

Innovating Business. AirportPark FMO



UDO SCHRÖER, GESCHÄFTSFÜHRER AIRPORTPARK FMO GMBH
(FOTO: AIRPORTPARK FMO GMBH)

LOGISTIK UND GEWERBE IN BESTER LAGE IM MÜNSTERLAND

Neues Baurecht für Logistikgrundstücke

Zwischen Münster und Osnabrück, direkt an der A1 Hamburg-Köln und vor dem Flughafen, bietet der AirportPark FMO expandierenden Logistik- und Gewerbeunternehmen auf insgesamt rund 200 Hektar beste Standortbedingungen. Aufgrund der regen Nachfrage von Logistikern sind rund 110.000 m² Bauland für die Logistikbranche neu im Angebot.

Schumacher Packaging plant 2. Bauabschnitt

Der Verpackungshersteller Schumacher Packaging hat im AirportPark FMO bereits über 50 Mio. EURO investiert und mehr als 120 neue Arbeitsplätze geschaffen. Zum weiteren Ausbau der europäischen Präsenz in Märkten wie den Niederlanden, Belgien und den skandinavischen Ländern plant Schumacher bereits den 2. Bauabschnitt für weitere 80 Arbeitsplätze. Das schnelle Wachstum auf dem über 100.000 m² großen Grundstück ist auch ein Resultat der besonderen Standortvorzüge des AirportPark FMO.

Dream Tec feiert Richtfest

Zurzeit errichtet die Dream Tec GmbH einen Büro- und Hallenkomplex im AirportPark FMO. Im 1. Bauabschnitt ent-

SAI STREICH Architektur & Immobilien



Alle Dienstleistungen rund um die Gewerbeimmobilie aus einer Hand.

- Architektur
- Immobilienvermittlung
- Gebäudemanagement
- Energieberatung

SAI Streich GmbH | 0521 – 299 00 0 | www.sai-streich.de

GREEN BUILDINGS FÜR IHR BUSINESS



energieeffizient. nachhaltig. smart.
Meisterstück-Gewerbebau
Otto-Körting-Str. 3 · 31789 Hameln
Tel. 05151/953895

Meisterstück HAUS

www.meisterstueck.de · gewerbebau@meisterstueck.de



NEUER BÜRO- UND HALLENKOMPLEX VON DREAM TEC IM BAU
(©AIRPORTPARK FMO GMBH)

stehen 650 m² Büro- und 1.350 m² Hallenfläche für das IT-Handelsunternehmen Trade X-Networking aus München und die Münsteraner Medizintechnik-Firma cibX. Das technische Baukonzept erfüllt höchste Ansprüche. So werden die kompletten Büroräume über eine Betonkernaktivierung gekühlt. Zudem ist die Decke auch für die Grundheizung des Gebäudes zuständig. Ergänzend wird in der angeschlossenen Halle eine besondere Industriefußbodenheizung installiert. Die Mieter profitieren hierbei von der lukrativen Fernwärmeversorgung über ein Biomasse-Heizkraftwerk. Am 7. Oktober 2016 hatte der Geschäftsführer der Dream Tec GmbH, Ralf Drüge, zum Richtfest geladen. Unter der Teilnahme u. a. von Grevens Bürgermeister Peter Vennemeyer und AirportPark FMO-Geschäftsführer Udo Schröer wurde das attraktive Bauvorhaben nach der Richtzeremonie gebührend gefeiert.

Überzeugendes Standortpaket

- Direkter Autobahnanschluss an die A1 Hamburg-Köln
- Linienflugverkehr an die Drehkreuze Frankfurt, München und Istanbul
- 24/7-Betrieb
- Effiziente Grundstückszuschnitte mit Erweiterungsoption
- Leistungsstarker Breitbandanschluss via Glasfaser
- Lukrative Fernwärmeversorgung zusätzlich zum Gasanschluss
- Kosten sparende Versickerung des Regenwassers
- LED-Straßenbeleuchtung

Gerne überzeugen wir auch Sie!

▶ www.airportparkfmo.de

Statische Kantprofile für den Metallleichtbau



CE
EN 1090

Wir fertigen Pfetten und Riegel (C- und Z-Profile) nach Ihren Anforderungen – natürlich in geprüfter Qualität und zu einem fairen Preis. Auch online bestellbar (www.kantprofil24.de).

RUDOLF Wiegmann
UMFORMTECHNIK GMBH
An der Schulenburg 1 · 49593 Bersenbrück
Tel. 05439/950-222 · Fax 05439/950-100
Gucken Sie mal: www.wiegmann-gruppe.de

immoPROjEKT
WOHN- UND GEWERBEOBJEKTE GMBH seit 1995

Stahlbau – flexibel und elegant
Stahlbeton – stabil und sicher


Neubau Carwash Premium Center


Errichtung einer Halle mit Büro

Wir bauen heute für die Zukunft

- Ingenieurleistungen
- Lager-, Verkaufs- und Fertigungshallen
- Auto- und Ausstellungshäuser
- Industriebauten
- Verwaltungsgebäude
- Anlagenbau
- Landwirtschaftliche Hallen
- Sonderbauten

ImmoProjekt
Wohn- und Gewerbeobjekte GmbH
Dieselstraße 2a
33378 Rheda-Wiedenbrück
Telefon +49 5242 3791-0
Telefax +49 5242 3791-19
E-Mail: info@immoprojekt.com
www.immoprojekt.com

STOLL
Gebäude-Service
Bergstr. 24-26, 33803 Steinhagen,
Tel.: 05204-91470

Stoll Gebäude-Service bietet Dienstleistungen rund um das Gebäude -von der Reinigung bis zu Sicherheits- und Pförtnerdiensten sowie weiteren infrastrukturellen Aufgaben.



www.stoll-gebaeudeservice.de



Und jährlich grüßt das wilde Kraut …

HARTNÄCKIGES WILDKRAUT EFFEKTIV UND UMWELTSCHONEND

OHNE CHEMIE ENTFERNEN

Unermüdlich bahnt es sich jedes Jahr aufs Neue seinen Weg zwischen Bodenplatten und Randsteinen, verunstaltet Gehwege und lässt sich nur schwer wieder loswerden: lästiges Wildkraut. Um den unerwünschten Pflanzen Herr zu werden, gibt es verschiedene Methoden in der Wildkrautbeseitigung: mechanische, thermische und chemische Verfahren.

Die Behandlung mit thermischen Verfahren wie dem Abflammen oder die Behandlung mit Heißwasser, -dampf oder -schaum ist eine sehr energieaufwendige und zudem witterungsabhängige Methode der Wildkrautbeseitigung. Außerdem beansprucht dieses Vorgehen relativ viel Zeit, da sich die Ergebnisse erst verzögert nach der jeweiligen Einwirkzeit zeigen. Darüber hinaus ist zumeist ein zweiter Arbeitsgang erforderlich, um die abgestorbenen, braunen Pflanzenreste vollständig aufzunehmen.

Aus wirtschaftlichen Gründen greifen viele Kommunen und Dienstleister zu chemischen Pflanzenschutzmitteln wie Herbiziden in der Bekämpfung von Unkraut. Allerdings unterliegt dieser Einsatz strengen gesetzlichen Vorgaben. So ist der Einsatz solcher Mittel auf befestigten Flächen wie Wegen, Straßen, Fußgängerzonen oder Parkplätzen gemäß dem Pflanzenschutzgesetz verboten. Grund dafür ist, dass die chemischen Mittel leicht abgeschwemmt werden und ungefiltert ins Grundwasser gelangen können und so Umwelt und Mensch gesundheitlich gefährden können.

Aus diesem Grund steigt im kommunalen Einsatz, der Landwirtschaft sowie dem Garten- und Landschaftsbau die Nachfrage nach umweltfreundlicheren Methoden in der Wildkrautbeseitigung. Mechanische Verfahren entfernen hartnäckiges Wildkraut mithilfe spezieller Bürsten oder Besen, ohne schädliche Chemie anzuwenden. Der Einsatz mechanischer





Methoden zur Wildkrautbeseitigung bietet den Vorteil, dass wetterunabhängig und im Vergleich zu thermischen Verfahren zeitsparend gearbeitet werden kann. Außerdem kann unmittelbar ein sichtbares Ergebnis erzielt werden.

Bei großflächigen und stark bewachsenen Flächen bieten sich motorgetriebene Anbaugeräte an, die an verschiedenen Trägerfahrzeugen montiert werden können. Mithilfe spezieller Wildkrautbürsten werden die Pflanzen in Fugen und an Randsteinen entfernt.

Die Firma bema GmbH Maschinenfabrik aus Voltlage stellt robuste und hochwertige Kehrmaschinen und Schneeschilder her und fertigt in den eigenen Produktionshallen individuelle Sonderlösungen nach Kundenwunsch. Mit den Produkten wie der bema Wildkrautbürste, dem bema Groby sowie dem bema Groby light bietet der deutsche Hersteller eine einfache, zeitsparende und vor allem umweltschonende Lösung in der Wildkrautbeseitigung. Die bema Wildkrautbürste ist besonders für den harten Einsatz gegen Wildkraut auf großen Flächen geeignet. Sie entfernt zuverlässig und gründlich Gräser, Moos und Wildkraut auf Wegen und anderen bewachsenen Flächen – vollkommen umweltschonend. Mit ihrer Arbeitsbreite von ca. 1.250 mm bis 2.050 mm und ihrem Kehrwalzendurchmesser von 580 mm bzw. 510 mm garantiert die bema Wildkrautbürste eine große Flächenleistung und eine hohe Standzeit.

Für den einfachen Gebrauch im Straßenbau, im kommunalen Einsatz oder in der Landwirtschaft beweist der bema Groby seine Stärke durch seine unkomplizierte Konstruktion. Er entfernt gründlich Wildkraut sowie Kies und Sand zwischen Bodenplatten, an Randsteinen und Gehwegen. Ebenso wie die bema Wildkrautbürste kann der bema Groby mit unterschiedlichen, optionalen Besätzen ausgestattet werden, sodass er unterschiedlichsten Bodenverhältnissen gewachsen ist und auch an schwer zugänglichen Stellen einwandfreie Kehrergebnisse gewährleisten kann. Der bema Groby ist darüber hinaus in einer noch kompakteren Ausführung als bema Groby light erhältlich und für den einfachen Gebrauch an kleinen Trägerfahrzeugen geeignet.



(FOTOS: BEMA)

▶ www.kehrmaschine.de

Optisch anspruchsvoll.
Technisch durchdacht.
Wirtschaftlich optimiert.

Als Ihr kompetenter Partner für Planung, Konstruktion, Fertigung und Montage im Stahlbau planen und realisieren wir nach Ihren Vorgaben und Wünschen.
Wir stehen für Qualität, Kostenoptimierung und Termintreue in der Abwicklung Ihres Bauvorhabens.

Produktions- und Lagerhallen
Stahl-, Dach- & Fassadenkonstruktionen
Büro- und Verwaltungsgebäude
Verkaufs- und Ausstellungsgebäude
Landwirtschaftliche Gebäude

Schlüsselfertiger Industrie- und Gewerbebau
www.koenning-stahlbau.de



IG KÖNNING GmbH ⌟ Landwehr 61 ⌟ 46325 Borken
Telefon 0 28 61 / 90 820-0 ⌟ Fax 0 28 61 / 90 820-10 ⌟ info@ig-koenning.de

IGK
INDUSTRIE- UND GEWERBEBAU
KÖNNING GmbH



4,5 ha Gewerbegebiet und 1,5 ha Mischgebiet

GEORGSMARIENHÜTTE HAT VIEL ZU BIETEN

Gewerbegebiet in Georgsmarienhütte – werthaltig und hervorragend erreichbar: Das garantiert die Lage im städtischen Verdichtungsraum Osnabrück – das Zentrum Osnabrück ist gerade einmal 7 km entfernt - und die unmittelbare Nähe zum Autobahnkreuz Osnabrück-Süd.

- Zielgruppe für das Gewerbegebiet: Verarbeitendes Gewerbe und Dienstleister B2B.
- Zielgruppe für das Mischgebiet: Dienstleister B2B sowie wenig lärmintensive Betriebe des verarbeitenden Gewerbes, bei denen z. B. die Montage bei den Kunden erfolgt; betriebsbezogenes Wohnen möglich

Mittelständische Wirtschaftsstruktur: Das Erscheinungsbild der Stadt hat sich in den letzten 20 Jahren radikal geändert. Der gläserne Schornstein des Stahlwerks der Georgsmarienhütte GmbH steht für ökologische Verantwortung und moderne Produktionstechnologien. Junge Unternehmen prägen das Bild in den neuen Gewerbegebieten und bieten mit ihren rund 14.000 sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten einen vielseitigen Branchenmix.

Uni, Hochschulen, Theater, Museen: sind mit Bus, Bahn oder PKW in kurzer Entfernung in Osnabrück erreichbar.

Vitales Zentrum: Das Zentrum im Stadtteil Oesede ist ein lebendiger Einkaufsstandort mit inhabergeführten Geschäften, Filialisten, unternehmensnahen Dienstleistern und öffentlichen Einrichtungen. Events und Veranstaltungen für Jung und Alt runden das Angebot ab.

Gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie: Wohnortnahe Kinderbetreuung, wie Kindertagesstätten und offene Ganztagsschulen – von hoher Qualität – erleichtern jungen Familien die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Gewerbestandort mit hohem Freizeitwert: Eingebettet in die hüglige Waldlandschaft des Teutoburger Waldes, bietet die Stadt einen ausgezeichneten Wohn- und Freizeitwert. Grünzüge trennen die Stadtteile, und die Naherholung beginnt vor der Haustür. Das schätzen Unternehmer und Mitarbeiter.

www.gewerbeimmobilien-georgsmarienhuette.de

Kontakt:
Andreas Wolf
Wirtschaftsförderung
Stadt Georgsmarienhütte
Tel.: 05401/850-106
andreas.wolf@georgsmarienhuette.de

IHR PARTNER FÜR KORROSIONSSCHUTZ UND BESCHICHTUNGEN IM STAHLHALLENBAU!

Nietiedt

Zertifizierter Korrosionsschutz nach DIN EN 1090-2
Epoxidharz- und Polyurethan-Verlaufbeschichtungen für Industriehallen
Boden- und Wannenbeschichtungen nach dem WHG § 19L

NIETIEDT GMBH OBERFLÄCHENTECHNIK- UND MALERBETRIEBE
Hohenpfortenweg 15 · 49808 Lingen · Tel. 0591/966414-0 · lingen-oft@nietiedt.com · www.nietiedt.com

Wandelbare Optik

ELA CONTAINER ERFÜLLEN HÖCHSTE DESIGNANSPRÜCHE.

Die meisten ELA Container kommen in einem auffälligen Gelb oder aber dezenten Grau daher. Doch mit ELA Modulen kann man noch viel mehr gestalten: Das Außendesign der ELA Container ist extrem wandelbar und lässt sich den Kundenansprüchen entsprechend anpassen, von der Farbe bis zur Verkleidung.

Für die Außenlackierung kann der Kunde aus einer großen Palette aus RAL-Farben wählen. Von unauffälligem Grau bis zu einem kräftigen Rot ist unter den rund 213 Farbtönen alles dabei. Wem die Farbanpassung allein noch nicht ausreicht, hat die Möglichkeit einer individuellen Außenverkleidung. Im Trend sind neben Paneelen aus unterschiedlichen Werkstoffen auch Aluminium-Wellprofile, die horizontal, vertikal oder gar diagonal an die Fassade montiert werden. Die weichen Wellen lösen die starre und gradlinige Architektur, hervorgerufen durch die standardisierte Containerform, geschickt auf und lassen die Anlage aus Einzelmodulen als Einheit erscheinen.

Einen ganz besonderen Reiz haben Containerverkleidungen aus Holz. Mit ihnen fügen sich die Anlagen perfekt ins Landschaftsbild ein – so auch im Park der Gärten in Bad Zwischenahn. Hier hat der Raumspezialist ELA Container ein Sanitärmodul bereitgestellt, das sich innen wie außen sehen lassen kann. Der Park der Gärten in Bad Zwischenahn ist die größte Gartenschau Deutschlands. Auf mehr als 140.000 Quadratmetern finden Besucher vielfältige Anregungen zur Gartengestaltung. In einer solchen Umgebung sind optisch passende Sanitärräume ein absolutes Muss. ELA Container entwickelte gemeinsam mit dem Kunden eine passende Lösung: Von innen ein funktionales Sanitärmodul, von außen ein schönes Holzhaus. So wurde der Vorteil einer schnellen Errichtung von Sanitärräumen in Modulform mit der Möglichkeit einer optischen Individualisierung clever kombiniert. Das Ergebnis ist ein stimmiges Bild von Garten und Sanitäranlage.

„Der Kunde hat sich zum Kauf dieser Anlage samt Ausstattung entschieden“, erklärt ELA Sales Manager Ralf Neelen. Ein langfristiger Einsatz der Module sei kein Problem. „Ich freue mich, dass wir eine praktische Lösung finden konnten, die sich nun wunderbar in unsere Schau einfügt“, sagt Lennart Böhlje vom Park der Gärten.

▶ www.container.de.



KAUM ZU ERKENNEN, DASS ES SICH BEI DEM TOILETTEN-HÄUSCHEN IM INNEREN UM EINEN ELA SANITÄRCONTAINER HANDELT. (FOTO: ELA)



SCHLÜSSELFERTIGER
EFFIZIENZBAU

- Industrie- und Gewerbebau
- Verwaltung, Produktion und Lager
- eigene Stahlbauproduktion
- Stahlbetonskelettbau
- Brandschutzfachplanung

www.rrr-bau.de/referenzen

RRR Stahlbau GmbH
Im Seelenkamp 15 • 32791 Lage
T 05232 979890 • F 05232 9798970
info@rrr-bau.de • www.rrr-bau.de

INDUSTRIEBAU

WAS BEDEUTET KOMPETENZ?

www.buehrer-wehling.de



BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung

Realität übertrifft Erwartungen

BAUINDUSTRIE HEBT PROGNOSE 2016 AN

Die Bauwirtschaft erweist sich 2016 als starke Stütze der Konjunktur in Deutschland. Wir heben deshalb unsere Umsatzprognose gegenüber dem Frühsommer von 3,5 auf nominal 5 % an. Bei einer moderaten Preissteigerung von 1,5 % bleibt ein reales Umsatzplus von 3,5 %.“ Dies erklärte in Berlin der Präsident des Hauptverbandes der Deutschen Bauindustrie, Dipl.-Ing. Peter Hübner, anläßlich der Woche der Industrie in Berlin. „Wir reagieren damit auf das ausgesprochen gute erste Halbjahr mit einem unerwartet hohen Umsatzplus von 8,4 %. Zu dieser Entwicklung hat nicht nur der milde Winter zu Jahresbeginn beigetragen, es war vor allem eine starke Nachfrage über alle Bausparten, die den Bau angetrieben hat“, kommentierte Hübner die aktuelle Lage am Bau.

„Die Befürchtung, dass ein Großteil der Aufträge zu Beginn des 2. Halbjahres bereits abgearbeitet sein könnte, hat sich nicht bestätigt“, erläuterte Hübner. Im Gegenteil, ein Auftragsplus von 18,1 % im 1. Halbjahr habe die Auftragsbücher der Bauunternehmen weiter gefüllt. Die Auftragsbestände hätten Ende Juni ein Niveau erreicht, das die Branche zuletzt zum Ende des Aufschwungs Ost im Jahr 1995 gesehen habe. Von der guten Konjunktur werde auch die Beschäftigung profitieren; die Branche erwarte für 2016 im Jahresdurchschnitt einen Beschäftigungsstand von 775.000 Erwerbstätigen, 1,5 % mehr als im Vorjahr. Damit hätte die Branche in diesem Jahr über 10.000 zusätzliche Stellen geschaffen. 2016 seien es nun 10 % bzw. 70.000 Beschäftigte mehr als zum Tiefpunkt der Beschäftigtenentwicklung im Jahr 2009.

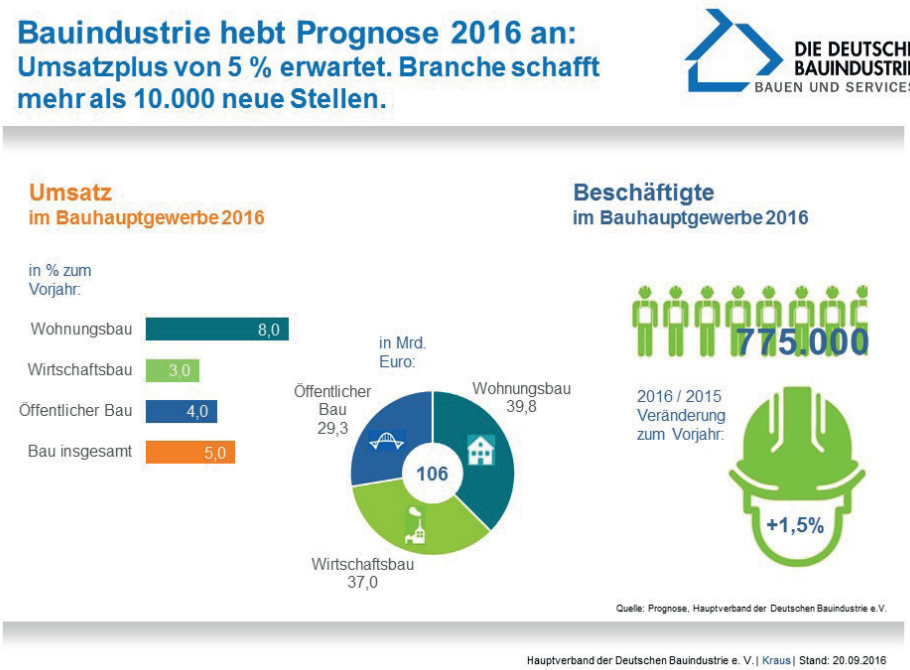
Die stärkste Korrektur hat der Hauptverband im Wohnungsbau mit einer Anhebung der Umsatzprognose von 6 auf 8 % vorgenommen. Hübner: „Vor allem die Wanderungsbewegungen innerhalb Deutschlands in die Ballungszentren, aber auch die niedrigen Zinsen und die Zuwanderung haben den Wohnungsbau beflügelt. Wir erwarten, dass die Fertigstellungszahlen in diesem Jahr – im Vergleich zum vergangenen Jahr – deutlich zulegen werden. Wir gehen für 2016 von rund 270.000 fertiggestellten Wohnungen aus, das sind 9 % mehr als 2015.“

Hallenkonstruktionen mit Holzleimbinder F-30 B

Typen o. angepasst mit Dacheindeckung + Rinnenanlage, prüffähiger Statik, mit + ohne Montage. Absolut preiswert! Reithallentypen 20 / 40 m + 20 / 60 m besonders preiswert! *1000-fach bewährt, montagefreundlich, feuerhemmend F-30 B
Timmermann GmbH – Hallenbau & Holzleimbau
59174 Kamen | Tel. 02307-4484 | Fax 02307-40308
www.hallenbau-timmermann.de | E-Mail: info@hallenbau-timmermann.de

EITING Stahlbau GmbH
www.eiting-stahlbau.de
Ideen aus Stahl
Ihr Partner für Stahl- und Hallenbau
Edewechter Str. 15 | 26160 Bad Zwischenahn | Tel. (04403) 97970 | Fax 979747

MB BLOMS STAHLBAU + LAGERTECHNIK
Am Zirkel 35, 49757 Werlte
TEL +49 (0) 5951 / 46197-0
FAX +49 (0) 5951 / 46197-29
MAIL stahl@mb-bloms.de
WEB www.mb-bloms.de
Stahlhallen
Kragarmregale



Beim Öffentlichen Bau hält der Verband an seiner ursprünglichen Prognose fest. Dazu Hübner: „Wir bleiben bei unserer Einschätzung von 4 % Umsatzwachstum. Der von Bundesverkehrsminister Dobrindt eingeleitete ‚Investitionshochlauf' wirkt sich zwar positiv auf den Bundesfernstraßenbau aus, allerdings ist die Entwicklung bei den Kommunen – auf die immer noch 55 % der öffentlichen Bauausgaben entfallen – schwer einzuschätzen. Die hohen Sozialausgaben und die damit oft einhergehende angespannte Haushaltslage vieler Gemeinden lassen steigende Investitionen gerade in strukturschwachen Regionen nicht zu."

„Der Wirtschaftsbau läuft hingegen besser als erwartet", fährt Hübner fort. „Wir heben deshalb unsere Prognose von nominal 1 % auf 3 % an." Im 1. Halbjahr habe sich insbesondere der Umsatz im Wirtschaftstiefbau erfreulich entwickelt. Die Deutsche Bahn nutze ihre zusätzlichen Mittel, um ihre Infrastruktur „auf Vordermann" zu bringen. Hübner befürchtet allerdings, dass die Bahn damit bald an ihre Grenzen stoßen könnte. „Zu viele Baustellen behindern den Fahrplan, man möchte nicht noch mehr Kunden an die Busunternehmen verlieren." Aber auch der Wirtschaftshochbau laufe gut: Zweistellige Zuwächse bei den Auftragseingängen im 1. Halbjahr ließen ein deutliches Umsatzplus im 2. Halbjahr erwarten. Hübner: „Die Unternehmen haben ihre Investitionen unerwartet stark erhöht, trotz skeptischer Töne über die gesamtwirtschaftlichen Perspektiven."

INDUSTRIEBAU
KOMPETENZ BEDEUTET, DAS BAUEN DEN FACHLEUTEN ZU ÜBERLASSEN.
www.buehrer-wehling.de

BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung

StahlhochBAU
Stahl | Fassade | Dach
Stahl- und Industriebau
Breite Str. 25
32257 Bünde
Tel.: 05223 - 4809 - 0
Ihr Partner für individuelle Industrieobjekte
Möller GlasMetall
GmbH & Co. KG
www.moeller-glasmetall.de

20 Jahre Arbeitsschutzgesetz

VOR GENAU 20 JAHREN TRAT DAS ARBEITSSCHUTZGESETZ (ARBSCHG) IN KRAFT. ES SCHUF ERSTMALS EIN EINHEITLICHES ARBEITSSCHUTZRECHT, DAS FÜR NAHEZU ALLE TÄTIGKEITS-BEREICHE UND BESCHÄFTIGTEN IN DEUTSCHLAND GILT.

Zugleich regelt es die grundlegenden Arbeitsschutzpflichten des Arbeitgebers, die Pflichten und die Rechte der Beschäftigten sowie die Überwachung des Arbeitsschutzes. Vor allem durch die Einführung der Gefährdungsbeurteilung wurden mit dem Gesetz neue Maßstäbe gesetzt. Ganzheitliche und präventive Lösungsansätze sind seither noch stärker in den Fokus des Arbeitsschutzes gerückt.

Am 21. August 1996 wurde die Europäische Rahmenrichtlinie Arbeitsschutz (89/391/EWG) als Arbeitsschutzgesetz





THORSTEN HERBRÜGGEN, EOQ-AUDITOR/ SICHERHEITSINGENIEUR UND GESCHÄFTSFÜHRER TERNION MANAGEMENT SYSTEME
(FOTO: TERNION)

in deutsches Recht umgesetzt. Eine der wichtigsten Neuerungen war die Einführung der Gefährdungsbeurteilung, die die Grundvoraussetzung für zielgerichtete, wirksame und kostengünstige Arbeitsschutzmaßnahmen ist. Sie verpflichtet die Arbeitgeber dazu, die potenziellen Gefährdungen für alle Tätigkeitsbereiche und Beschäftigten abzuschätzen und zu dokumentieren sowie arbeitsschutzfördernde Maßnahmen durchzuführen.

Das Arbeitsschutzgesetz wurde in den folgenden Jahren nach seinem Erscheinen kontinuierlich weiterentwickelt und an die neuen Gegebenheiten und Anforderungen der Arbeitswelt angepasst. Unter Berücksichtigung der Entwicklung des Arbeitsausfallgeschehens wurde in 2013 der Bereich der psychischen Belastung explizit aufgenommen. Auch die Themen der Ergonomie und des demografischen Wandels werden erfasst. So heißt es in § 4 unter den allgemeinen Grundsätzen, das Arbeit so zu gestalten ist, dass eine Gefährdung für das Leben sowie die physische und die psychische Gesundheit möglichst vermieden und die verbleibende Gefährdung möglichst gering gehalten wird.

Damit wird auch der Fokus erweitert. Arbeitsschutz ist nicht mehr nur die Vermeidung von Arbeitsunfällen, sondern auch die Vermeidung arbeitsbedingter Erkrankungen. Das betriebliche Gesundheitsmanagement ist eine konsequente Weiterentwicklung des Arbeitsschutzes.

Das Arbeitsschutzgesetz ist ein Meilenstein für ein modernes, präventiv ausgerichtetes Arbeitsschutzrecht. Die Gefährdungsbeurteilung hat sich bis heute bewährt und dazu beigetragen, dass die Zahl der Arbeitsunfälle seit Jahren sinkt. Hiervon profitieren neben den Mitarbeitern auch die Betriebe: Weniger Arbeitsunfälle und Erkrankungen der Mitarbeiter tragen zu einer besseren Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit bei. Leider werden die Potenziale von einigen Unternehmen bis heute nicht hinreichend genutzt. Neben den Chancen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen stellt die fehlende Gefährdungsbeurteilung, insbesondere bei Unfällen, ein Organisationsverschulden der Geschäftsführung dar.

Das Arbeitsschutzgesetz geht mit der Zeit und wird so auch in der Arbeitswelt der Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Die vergangenen 20 Jahre haben gezeigt, dass die Gefährdungsbeurteilung flexibel und anpassungsfähig und damit bestens geeignet ist, um auf die Besonderheiten und die Veränderungen der Betriebe einzugehen. Dieser Ansatz ist nach wie vor hochmodern und bietet auch mit Blick auf die gesunde Gestaltung der digitalen Arbeitswelt viel Potenzial. Im nächsten Schritt wird es darum gehen, den vorausschauenden Arbeitsschutz zu einer echten Präventionskultur weiterzuentwickeln. Eines der nächsten Themen für das Arbeitsschutzgesetz wird sein, sich den Herausforderungen der Arbeitswelt 4.0 zu stellen.

▶ www.ternion.de

FIRMENKONTAKTE

REGIONAL VERNETZT - HIER FINDEN SIE SCHNELL, UNKOMPLIZIERT UND KOSTENFREI DEN PASSENDEN EXPERTEN UND PARTNER AUS DER REGION.

Abfallentsorgung

Abfallwirtschaftsbetriebe Münster
Rösnerstraße 10 48155 Münster
+49 251 6052 -53 +49 251 6052 -63
awm@stadt-muenster.de
www.awm.muenster.de

Banken

Commerzbank AG Mittelstandsbank Gebiet West
www.commerzbank.de/mittelstandsbank
https://blog.commerzbank.de

Druckerei

Press Medien GmbH & Co. KG
Richthofenstr. 96 32756 Detmold
+49 5231 98100 -0 +49 5231 98100 -33
info@press-medien.de
www.press-medien.de

Energiemanagement

msab - Managementsystem- Ausbildungs- und Beratungsgesellschaft mbH
Am Holzbach 10 48231 Warendorf
+49 2581 91030 -0 +49 2581 91030 -9
info@ms-abc.de
www.ms-abc.de

Entsorgungsdienstleistungen

Tönsmeier Service GmbH & Co. KG
An der Pforte 2 32457 Porta Westfalica
+49 571 9744 -123 +49 571 9744 -208
info@toensmeier.de
www.toensmeier.de

Event- und Kongresslocations

Kultur Räume Gütersloh -Stahdthalle und Theater-
Friedrichstr. 10 33330 Gütersloh
+49 5241 864 -209 +49 5241 864 -220
info.stadthalle@gt-net.de
www.kulturraeume-gt.de

Eventlocation

Konzert Theater Coesfeld Ernsting's real estate GmbH & Co. KG
Industriestr. 1 48653 Coesfeld
+49 2546 930 -544 +49 2546 930 -540
info@konzerttheatercoesfeld.de
www.konzerttheatercoesfeld.de

Fachhochschule

FHDW Fachhochschule der Wirtschaft Nordrhein-Westfalen gGmbH
Fürstenallee 3-5 33102 Paderborn
+49 5251 301 -02 +49 5251 301114
info-gf@bib.de
www.fhdw.de

Freigeländeschutz (Perimeterschutz)

Berlemann Torbau GmbH
Ulmenstr. 3 48485 Neuenkirchen
+49 5973 9481 -0 +49 5973 9481-50
info@berlemann.de
www.berlemann.de

Gewerbegebiete

AirportPark FMO GmbH Airportcenter 1
Airportallee 1 48268 Greven
+49 2571 944 -786 +49 2571 944 -789
info@airportparkfmo.de
www.airportparkfmo.de

Stadt Bad Oeynhausen Wirtschaftsförderung
Ostkorso 8 32545 Bad Oeynhausen
+49 5731 1410 -50
p.zahn@badoeynhausen.de
www.badoeynhausen.de

Stadt Georgsmarienhütte
Referat Wirtschaftsförderung
Oeseder Str. 85 49124 Georgsmarienhütte
+49 5401 850-0 +49 5401 850-444
info@georgsmarienhuette.de
www.georgsmarienhuette.de

Hallenbau

Metallbau Bloms GmbH & Co.KG
Am Zirkel 35 49757 Werlte
+49 5951 46197 -0 +49 5951 46197 -29
stahl@mb-bloms.de
www.mb-bloms.de

Stahlhallen Janneck GmbH
Zum Gewerbegebiet 23 49696 Molbergen
+49 4475 92930 -0 +49 4475 92930 -99
info@stahlhallen-janneck.de
www.stahlhallen-janneck.de

Industriebau

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

Industriebau

Depenbrock Bau GmbH & Co. KG
Blumenhorst 6 32351 Stemwede
+49 5474 68 -0 +49 5474 68-175
info@depenbrock.de
www.depenbrock.de

Deutsche Industriebau Gesellschaft für schlüsselfertigen Industriebau Lippstadt + Geseke mbH
Am Siek 24-26 59557 Lippstadt
+49 2941 9765 -0 +49 2941 9765 -111
info@deu-bau.de
www.deu-bau.de

Maaß Industriebau GmbH
Richthofenstr. 107 32756 Detmold
+49 5231 91025 -0 +49 5231 91025 -20
info@maass-industriebau.de
www.maass-industriebau.de

IT- Lösungen

Systemhaus Krick GmbH & Co. KG
Osterweg 2 32549 Bad Oeynhausen
+49 5731 1502 -0 +49 5731 1502 -19
info@krick.net
www.krick.net

Lagertechnik

PIETIG Lagertechnik GmbH
Samtholzstr. 11 33442 Herzebrock-Clarholz
+49 5245 86080 -8 +49 5245 8608 -88
info@pietig-lagertechnik.de
www.pietig-lagertechnik.de

Mobile Räume

ELA Container GmbH
Zeppelinstr. 19-21 49733 Haren (Ems)
+49 5932 506-0 +49 5932 506-10
info@container.de
www.container.de

Personaldienstleistung

Teilzeit Thiele Personal GmbH
Hauptsitz
Lindenstr. 68 32423 Minden
+49 571 82879 -0 +49 571 82879 -25
info@teilzeitthiele.de
www.teilzeitthiele.de

Personalmanagement

pd - Personaldienst in Minden GmbH & Co. KG
Kleiner Domhof 2-4 32423 Minden
+49 571 88602 -0 +49 571 88602 -22
info-pdmi@personaldienst.de
www.personaldienst.de

ZEITARBEIT
PERSONALVERMITTLUNG
PROFESSIONELLE
PERSONALBERATUNG

personal meyer

personalmeyer Human Resource Managment & Consulting
Bielefelder Straße 8 32756 Detmold
+49 5231 2505 -0 +49 5231 2505 -2
info@personalmeyer.de
www.personalmeyer.de

Planungsbüro

Ingenieurbüro Schlattner GBR Johann und Cornelius Schlattner
Weißenburger Str. 9 49076 Osnabrück
+49 541 9416611 +49 541 94166-18
info@schlattner.de
www.schlattner.de

Qualitätssicherung

BOBE Industrie-Elektronik
Sylbacher Str. 3 32791 Lage
+49 5232 95108 -0 +49 5232 64494
info@bobe-i-e.de
www.bobe-i-e.de

Recycling

Drekopf Recyclingzentrum Bünde GmbH
Engerstr. 259 32257 Bünde
+49 5223 1771 -10 +49 5223 1771 -21
info@drekopf.de
www.drekopf.de

Reiling Unternehmensgruppe

Reiling GmbH & Co. KG
Bussemasstraße 49 33428 Marienfeld
+49 5247 9803 -0 +49 5247 9803 -44
info@reiling.de
www.reiling.de

Schlüsselfertiger Industrie- und Gewerbebau

Industrie- und Gewerbebau Könning GmbH
Landwehr 61 46325 Borken
+49 2861 90820 -0 +49 2861 90820 -10
info@koenning-stahlbau.de
www.koenning-stahlbau.de

Stadtwerke

Stadtwerke Bielefeld

Stadtwerke Bielefeld GmbH
Schildescher Str. 16 33611 Bielefeld
+49 521 51 -90 +49 521 514337
info@stadtwerke-bielefeld.de
www.stadtwerke-bielefeld.de

Steinsysteme

Gustav Siekmann GmbH & Co. KG
Wörheider Weg 1-5 33739 Bielefeld
+49 5206 9154 -0 +49 5206 9154 -20
info@siekmann-steinsysteme.de
www.siekmann-steinsysteme.de

Tagungshotel

Hotel Bielefelder Hof
Am Bahnhof 3 33602 Bielefeld
+49 521 5282 -0 +49 521 5282 -100
info@bielefelder-hof.de
www.bielefelder-hof.de

Technische Übersetzungen

JABRO TECHNICAL TRANSLATION SERVICE

JABRO GmbH & Co. KG
Johann-Kuhlo-Str. 10 33330 Gütersloh
+49 5241 902 -00 +49 5241 9020-41
post@jabro.de
www.jabro.de

Tresore

HARTMANN TRESORE AG
Pamplonastr. 2 33106 Paderborn
+49 5251 1744 -0 +49 5251 1744 -999
info@hartmann-tresore.de
www.hartmann-tresore.de

Veranstaltungstechnik

D.D.S-Show-Technik Veranstaltungslogistik GmbH
Wierlings Hook 21 48249 Dülmen
+49 2594 78310 -6 +49 2594 78310 -80
info@dds-show-technik.de
www.dds-show-technik.de

Videoproduktionen

Press Medien GmbH & Co. KG
Richthofenstr. 96 32756 Detmold
05231/98100-0 05231/98100-33
info@press-medien.de
www.press-medien.de

Wellness- / Saunabau

H-S-S Dietz GmbH
Hospitalstr. 52 45699 Herten
+49 2366 8876 -76 +49 2366 887678
info@hss-dietz.de
www.hss-dietz.de

Werbeagenturen

Bleker Werbung
Zur Post 15 49479 Ibbenbüren
+49 5451 545906 -6 +49 5451 545906-5
j.bleker@bleker-werbung.de
www.bleker-werbung.de

WAN Gesellschaft für Werbung mbH
Büssingstr. 52-54 32257 Bünde
+49 5223 68686 -0 +49 5223 68686 -10
info@wan-online.de
www.wan-online.de

Denken Sie schon jetzt an den nächsten WIR | Seminarkalender

Erscheinungstermin: 01.02.2017 • Anzeigenschluss: 11.01.2017

Weitere Informationen unter

05231 98100-0

Innovativer **HALLEN- & MODULBAU** vom Großflächen-*Profi*

HALLENBAU MODULBAU BÜROCONTAINER PAVILLONS SEECONTAINER



DEUTSCHE INDUSTRIEBAU | GROUP

Besuchen Sie uns auf 100.000 m² Ausstellungsfläche:
TOP JAHRES-MIETRÜCKLÄUFER 40% unter NP!

Standort Geseke: B1/Hansestraße 4, 59590 Geseke
Tel.: 0 29 42 / 98 80 0 - www.deu-bau.de

Musterausstellungen + Showroom Design & Ambiente im Modulabau!





EVENTVERSTEHER

Kongresse, Messen, Tagungen, Feiern +++ bis 3.000 Personen +++ 3.000 m² Ausstellungsfläche +++ modernste Technik +++ erstklassige Gastronomie

KULTUR RÄUME GÜTERSLOH

Theater Gütersloh
Stadthalle Gütersloh

www.kulturraeume-gt.de

Unsere Gastronomie-Partner:

GASTICO FOOD EVENT LOCATION CATERING

GOURMET SERVICE UND ALLES ISST GUT

