



Unternehmertum Südwestfalen

Das regionale Fachmagazin für
Unternehmertum, Wirtschaft & Wissenschaft

MENSCHEN

KÖPFE DER WIRTSCHAFT:
MAXIMILIAN HELL

SERIE FRAUENPOWER:
DORIS KORTHAUS

MACHER DES MONATS:
TIM WUTTKE

ZU TISCH MIT ...
JANA LEWE

UNTERNEHMER IM PORTRÄT:
HORST-WERNER MAIER-HUNKE

MEHRWERTE

TOUR DURCH SÜDWESTFALEN:
LERNEN VON DEN BESTEN

5 TIPPS IN 5 MINUTEN:
E-MAIL MARKETING

TITELPORTRÄT

J. LEHDE GMBH:
KUNDENBINDUNG IM
GEWERBLICHEN HOCHBAU

Johannes Lehde (l.) und
Martin Butz sind die
Geschäftsführer der
J. Lehde GmbH.

Auf zu neuen Ufern.

Wir begleiten Sie. NH – Immer an Ihrer Seite.

ISERLOHN ▪ Lange Straße 19 ▪ D-58636 Iserlohn ▪ Telefon +49 (0) 23 71 / 77 46 0
 HAGEN ▪ Elbersufer 1 ▪ D-58095 Hagen ▪ Telefon +49 (0) 23 31 / 37 607 0
 ATTENDORN ▪ Röntgenstraße 33 ▪ D-57439 Attendorn ▪ Telefon +49 (0) 27 22 / 95 52 0
 WITTEN ▪ Sprockhöveler Straße 4 ▪ D-58455 Witten ▪ Telefon +49 (0) 23 02 / 28 26 00
 SIEGEN ▪ Rosterstraße 37 ▪ D-57074 Siegen ▪ Telefon +49 (0) 2 71 / 33 58 30
 NH GRUPPE ▪ info@nhup.de ▪ www.nhup.de



Lernen von den Besten

➔ Auf unserer „Tour durch Südwestfalen“ haben wir wieder hautnah spannende Unternehmer und Unternehmerinnen besucht, die mit Mut und Innovationsgeist ihr eigenes Ding machen



„Lernen von den Besten“ – das ist das Motto, unter dem wir in diesem Sommer bereits zum zehnten Mal Unternehmerinnen und Unternehmer auf unserer „Tour durch Südwestfalen“ besucht haben.

Individuelle Kekse in Brilon, eine urban anmutende Ausflugslocation in Kallenhardt, Muldenkipper in Warstein und Einblicke in das Gebäudereiniger-Handwerk. Unterschiedlicher hätten die vier Stationen auf unserem alljährlich stattfindenden Roadtrip durch Südwestfalen nicht sein können. An diesem Tag trafen wir sowohl auf gestandene Unternehmer, die mit ihren Unternehmen seit Jahrzehnten erfolgreich sind und eine lange

Tradition pflegen. Und wir trafen auf junge Unternehmer bzw. Gründer, die mit viel Elan und Leidenschaft für ihre Sache kämpfen.

Es ist immer wieder inspirierend, einen Blick hinter die Kulissen der südwestfälischen Wirtschaft zu werfen. Warum sind Unternehmen erfolgreich? Welche Idee steckt hinter einem Produkt? Wie ist die Gründungsstory? Antworten auf viele dieser Fragen haben wir direkt vor Ort von den Machern bekommen. Welche Unternehmen wir im Einzelnen besucht haben und was diese Unternehmen so besonders macht, das lesen Sie in unserem „Tour-Tagebuch“ ab Seite 22.

Bei der Tour durch Südwestfalen stehen die heimischen Unternehmen, aber vor allem die Menschen dahinter im Fokus. Denn das zeichnet eine starke Wirtschaftsregion aus. Die Menschen sind es, die machen und nicht zuschauen. Und getreu dem Mottos „Menschen & Mehrwerte“ (siehe Cover!) sind es in jeder Ausgabe dieses Magazins die Menschen, die jedes Magazin so lesenswert machen. Neben den Tour-Protagonisten sind es in dieser Ausgabe Tim Wuttke von Monumentable aus Balve (S. 44-45), Doris Korthaus von Korthaus Pumpen, ebenfalls aus Balve (S. 48-49), Horst-Werner Maier-Hunke aus Iserlohn (S. 52-54) und Jana Lewe, Mit-Initiatorin des Paula-Netzwerks (S. 72-73).

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Freude beim Lesen, reichlich Inspirationen für erfolgreiches Unternehmertum und lesenswerte Geschichten über tolle Menschen aus Südwestfalen!

Torben K. Feil
Herausgeber



Unsere Leistungen im Überblick

- Gebäudereinigung
- Gebäudedienste
- Hygienesdienste
- Hausmeisterdienste

Vier Generationen – ein Ziel: die langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Kunden

Unternehmerpreis Südwestfalen

GEBÄUDEREINIGUNG ZIEGENHIRT

1. Platz
Kategorie
Unternehmer/in 2022

Gebäudereinigung Ziegenhirt GmbH
 Ringstraße 1 · 58708 Menden
 Tel. 02373 / 17500 20 · Fax 02373 / 17500 29
 info@ziegenhirt.com · www.ziegenhirt.com

Standort Dortmund
 Gebäudereinigung Ziegenhirt GmbH
 Auf dem Brümmer 4 · 44149 Dortmund
 Tel. 0231 / 7248851

AUFTAKT

- 06 Bild des Monats**
Gradierwerk Bad Sassendorf
- 08 Gründerszene Südwestfalen**
Neuigkeiten aus der Gründerszene: Gründerstories, Tipps und Informationen für Gründer
- 10 Start-up Slam**
Gründerstories hautnah: Beim 10. Start-up-Slam im M12 in Hagen standen wieder spannende Gründerpersönlichkeiten auf der Bühne
- 12 Köpfe der Wirtschaft**
Maximilian Hell
- 13 Das würde ich heute anders machen**
Was Voty-Gründer Jan Krämer aus heutiger Sicht anders machen würde
- 14 Nachrichten**
Meldungen aus der heimischen Wirtschaft
- 19 Pro & Contra**
Quereinsteiger einstellen: Ja oder Nein?
- 20 Frage des Monats**
Welche Herausforderungen ergeben sich für den Industriestandort Deutschland durch den Wandel der Energiemärkte?
- 21 Zitate**
Das musste mal gesagt werden – die besten Zitate dieser Ausgabe



TITELTHEMA

22 Auf Tour durch Südwestfalen
Auch in diesem Jahr war unser Redaktionsteam wieder auf Tour und hat an einem Tag vier spannende Unternehmen in Südwestfalen besucht

TITELPORTRÄT

32 J. Lehde GmbH
Kundenbindung im gewerblichen Hochbau: Wie die J. Lehde GmbH Emotionalität und Digitalisierung im B2B-Bereich einsetzt

WIRTSCHAFT IN SÜDWESTFALEN

- 36 Branchenreport Bauunternehmen**
Ein Blick auf die aktuellen Trends und Herausforderungen der Branche
- 40 Otto Quast Bau AG**
Am Puls der Zeit die Zukunft aufbauen: Kostengünstig und multimodular bauen mit Otto Quast
- 42 Gründer-Reportage**
Gründer Simon Sack vom Start-up Neurologiq hat im September 2022 den Unternehmerpreis in der Kategorie „Gründung“ gewonnen – und damit ein kostenloses einjähriges Coachingprogramm

52

Unternehmer im Porträt
In dieser Ausgabe:
Horst-Werner Maier-Hunke

32

J. Lehde GmbH
Kundenbindung im gewerblichen Hochbau

22

Auf Tour durch Südwestfalen
Lernen von den Besten: Spannende Einblicke in heimische Unternehmensgeschichten

- 44 Serie: Macher des Monats**
In dieser Ausgabe: Tim Wuttke
- 46 L & R Kältetechnik**
Kältetechnik – im Klimawandel ein heißes Thema
- 48 Serie Frauenpower**
In dieser Ausgabe: Doris Korthaus
- 50 connect Systemhaus AG**
„Unsere Kultur ist unser Diamant“ – Interview mit Vorstand Sebastian Plumhof
- 52 Unternehmer im Porträt**
In dieser Ausgabe: Horst-Werner Maier-Hunke

WISSENSWERT

- 56 5 Tipps in 5 Minuten**
In dieser Ausgabe: E-Mail-Newsletter
- 58 Unternehmensplanung**
Unsichere Zeiten: Macht eine Unternehmensplanung heute noch Sinn?
- 59 Berater-Lexikon**
Schutz von Whistleblowern ab dem 02.07.2023
- 60 Energetische Sanierung**
Steuerlich kommt es auf den richtigen Zeitpunkt an



- 62 Marketing und Vertrieb**
Marketing und Vertrieb: geht das noch ohne einander?
- 64 Kurz & Gut**
In aller Kürze: Wissen und Anregungen für Unternehmer
- 65 Unternehmensnachfolge**
So klappt es besser mit der Unternehmensnachfolge
- 67 Künstliche Intelligenz I**
Klaut die künstliche Intelligenz Kreativen ihre Jobs?
- 68 Gesellschaftsregister**
Neues Gesellschaftsregister für GbR ab 01.01.2024
- 69 Künstliche Intelligenz II**
Wie KI unseren Büroalltag verändern wird
- 70 Regionalmarketing**
Infos und Tipps rund um das Regionalmarketing für Südwestfalen



44

Serie: Macher des Monats
In dieser Ausgabe: Tim Wuttke

48

Serie: Frauenpower
In dieser Ausgabe: Doris Korthaus



ZU TISCH MIT...

72 Jana Lewe
Jana Lewe hatte schon immer den Drang, Ideen in die Tat umzusetzen, etwas zu reparieren, bauen, verwirklichen und erschaffen. Sie ist eine echte Handwerkerin, die aus einem Job in einer wahren Männerdomäne heraus ihr eigenes Start-up gegründet hat. Beim „Zu Tisch“-Gespräch erzählt die 42-Jährige von ihrer Leidenschaft für Möbel aus Weinfässern

RUBRIKEN

- 03 Editorial**
- 04 Inhaltsverzeichnis**
- 74 Impressum**
- 74 Kolumne „Der ganz normale Wahnsinn“**

72

Zu Tisch mit...
Wir trafen die Unternehmerin Jana Lewe zum Abendessen in Hagen

NOCH STURM-FREI?



Mit guten Strategien und einem passgenauen, crossmedialen Mix aus Print- und Onlinemaßnahmen erobern wir jede Marketingparty im Sturm. **WANN SOLLEN WIR VORBEIKOMMEN?**



T +49 (0) 271 68193-260
E info@markenstuermer.de

Teichmann Marketingservice GmbH
Papierfabrik 9
57072 Siegen
www.markenstuermer.de

Mitten im Kurpark in Bad Sassendorf liegt das eindrucksvolle Gradierwerk der Stadt, welches für seine beeindruckende Architektur bekannt ist. Das Erlebnisgradierwerk wurde 2019 fertiggestellt und ersetzt das im Jahr 2018 abgerissene und in die Jahre gekommene alte Gradierwerk. Das neue Holzkonstrukt ist 73 Meter lang, 10 Meter hoch und knapp 13 Meter breit. Die Wände des Gradierwerks sind mit mehr als 15.000 Schwarzdornbündeln befüllt, an denen eine Sole, also eine Salz-Wasser-Lösung, hinab tropft. Während dieses Prozesses wird nicht nur die Salzkonzentration erhöht, auch die Qualität der Sole wird durch die Ablagerung unerwünschter Mineralien am Schwarzdorn verbessert. Aus der herab getropften Sole kann schnell und effektiv Salz gewonnen werden. Die Salzproduktion begleitet die Menschen in Bad Sassendorf bereits seit dem 12. Jahrhundert. Heute zieht das Erlebnisgradierwerk Besucher aus verschiedenen Regionen an. Die Architektur des Bauwerks kann auf verschiedenen Wandelgängen über drei Ebenen hinweg bestaunt werden. Auf der zweiten Ebene befindet sich eine Aussichtsplattform, die den Besuchern des Gradierwerks einen Ausblick auf den umliegenden Kurpark bietet. Neben seiner eindrucksvollen Bauweise bietet das Gradierwerk einen weiteren wertvollen Mehrwert für seine Besucher: Während des Gradierungsprozesses gelangen kleinste Salzteilchen in die Luft. Das sorgt dafür, dass die Luft im und um das Gradierwerk mit Salz angereichert ist und Seeluft ähnelt. Diese Luft ist für ihre heilende Wirkung bekannt und die zahlreichen Sitzgelegenheiten des Gradierwerks laden Besucher auf eine wohlthuende Auszeit ein.

Text: Carolin Krick Foto: Gäste Information & Marketing Bad Sassendorf

SALZLUFT IN SÜDWESTFALEN

GRÜNDER DES MONATS



Das Team rund um Marie Wehrich, Geschäftsführerin von Dazyero Design, etabliert Marken visuell und konzeptionell am Markt. Mit viel Liebe zum Detail entwickeln sie kreative Konzepte und innovative Kampagnen für ihre Kunden. Dabei stimmen sie ihre Konzepte stets individuell auf die Besonderheiten, den Unique Selling Point und die gewünschte Zielgruppe ihrer Kunden ab. Für Dayzero stellt der visuelle Auftritt einer Marke eines der wichtigsten Merkmale für den ersten Eindruck dar und hilft so dabei, dass eine Marke nachhaltig im Gedächtnis bleibt. „Visuelle Kommunikation ist direkte, effektive und schnelle Kommunikation. Illustrationen brennen sich ein, Bilder entfesseln Emotionen und

kontrastreiche Farben lassen die Synapsen funken“, so Wehrich. Das entwickelte Design soll ein Feuerwerk vor dem geistigen Auge auslösen und nachhaltig aus der Masse herausstechen. Zum Dayzero Geschäftsmodell gehört nicht nur die Entwicklung von Design-Konzepten, sondern auch die Visualisierung und die schlussendliche Umsetzung. Die fertigen Kampagnen können dabei multimedial umgesetzt werden, um jede Zielgruppe effektiv erreichen zu können. Der Name des Unternehmens spiegelt die Motivation des Teams wider: Sie starten mit ihren Projekten nicht an Tag eins, sondern am Dayzero.

WARUM UNTERNEHMERTUM?

Marie Wehrich: „Ein Motiv, um Dazyero zu gründen war für mich meine eigenen Vorstellungen von innovativem Design umzusetzen und an den Markt zu bringen.“

NAME
Dayzero Design GmbH

IDEE
Dayzero Design bietet Dienstleistungen im Bereich Grafikdesign und Marketing

WER
Marie Wehrich (Foto)
Sören Duschek
Nigel Kober

WOHER
Brilon

START-UP-GRÜNDUNGEN IM ERSTEN HALBJAHR 2023

Deutsche Start-up-Gründungen nehmen zu: Das vermeldet der Bundesverband Deutsche Startups mit Sitz in Berlin. Demnach ist die Zahl der Startup-Gründungen in Deutschland im ersten Halbjahr 2023 um 16 Prozent gestiegen. Insgesamt wurden demnach rund 1.300 neue Start-ups gegründet. Vorreiter hierbei ist Berlin mit einem Plus von 40 Prozent, das sind bis einschließlich Juni 2023 insgesamt 262 Neugründungen. Auch Hamburg legte mit 90 Gründungen kräftig zu. In München lag der Zuwachs bei 95 Start-up-Gründungen. Bezogen auf die Einwohnerzahl liegt die bayerische Metropole mit 12,6 Gründungen pro 100.000 Einwohner weiterhin an der Spitze. In Berlin waren es 12,3, gefolgt von Karlsruhe, Darmstadt und Heidelberg. Im Vergleich zum starken ersten Halbjahr 2022 mit über 1.500 Gründungen bleiben die Neugründungen in den ersten sechs Monaten 2023 aber auf einem niedrigeren Niveau.

EVENT „FEMALE FOUNDERS“ AM 28.09.23 IM WELTENRAUM IN ISERLOHN



Am 28. September 2023 findet im Weltenraum in Iserlohn die zweite Auflage des Event-Formats „Female Founders“ statt. Organisiert vom Gründernetzwerk Südwestfalen, bietet das Event inspirierenden Gründerinnen und Unternehmerinnen eine einzigartige Plattform, um ihre Geschichten und Erfahrungen mit dem Publikum zu teilen. Bei Female Founders, in Zusammenarbeit mit dem Paula Netzwerk, stehen mutige Vorbilder für weibliches Unternehmertum im Mittelpunkt. Das Event verspricht einen kurzweiligen Nachmittag voller spannender Geschichten über die Herausforderungen von Gründerinnen sowie einen regen Austausch zu Themen rund um weibliches Unternehmertum. Bereits im letzten Jahr erwies sich das Event als großer Erfolg. Nach dem Bühnenprogramm haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihr Netzwerk bei erfrischenden Getränken und schmackhaften Häppchen zu erweitern und neue Kontakte zu knüpfen. Female Founders bietet somit eine einzigartige Gelegenheit, von erfolgreichen Gründerinnen zu lernen und sich inspirieren zu lassen. Weitere Infos & Anmeldung über evenbrite.de oder unter info@gruendernetzwerk-suedwestfalen.de.

DIGITALE WOCHE DORTMUND

Follow us:



Sei dabei: www.diwodo.de

METaverse

INTERNET OF EVERYTHING

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

U.V.M.

KEYNOTES

WORKSHOPS

MEETUPS

FÜR DICH

ÜBER 200 EVENTS

25.–30.09.23

Finde dein Event:



www.diwodo.de

Initiiert von der Wirtschaftsförderung Dortmund

Eine Bühne für Start-up-Stories

➔ Beim START-UP SLAM Vol. 10 im M12 in Hagen traten wieder vier Gründerinnen und Gründer mit ihren Geschichten gegeneinander an. Dabei ging es um Erfolge, Rückschläge, Unwägbarkeiten, Probleme und Glück – also alles das, was in einem Gründerleben so passiert. Obwohl es einen Gewinner gab, sind grundsätzlich alle Antretenden Gewinner – einschließlich des Publikums, denn die Geschichten haben neben Witz noch einen zusätzlichen Mehrwert für Gründer und Interessierte

Text: Kristian Hanses Fotos: Katrin Kaiser



Die Gründer Jan Krämer von Voty, Katja Schlingermann von Katier, Matteo Erroi von der Why Not Winebar und Dennis Czeka von Berghaus Tiny House waren die Teilnehmer des 10. Start-up Slams. Mit auf dem Bild: Tim Häfferer und Torben K. Feil vom Gründernetzwerk Südwestfalen, Tobias Prinz von der SIHK sowie Dennis Rafalski und Dr. Christopher Schmitt von der Hagen. Wirtschaftsentwicklung.

Moderator Tobias Beitzel.



eines Gründers heranzuführen“, sagt der Veranstalter und Gründer des Gründernetzwerks Südwestfalen, Torben K. Feil. „Denn das Gründerleben findet Abseits von Theorie und Businessplänen statt. Damit möchten wir junge Menschen dafür sensibilisieren, was auf sie zukommt, wenn sie den Weg in die Existenzgründung einschlagen. Und diese Themen können am besten Menschen vermitteln, die selbst bereits gegründet haben.“

Vier Gründergeschichten auf der Bühne

In der Hagerer Innenstadt duellierten sich an diesem Abend Gründer/innen und Start-ups aus Hagen und dem Märkischen Kreis. Die cozy Atmosphäre und ein durch Moderator Sebastian Beitzel aufgeheiztes Publikum sorgten auch bei den Protagonisten für beste Stimmung. Auf der Bühne präsentierten Jan Krämer von Voty, Katja Schlingermann von Katier, Matteo Erroi von

der Why Not Winebar und Dennis Czeka von Berghaus Tiny House ihre spannenden und authentischen Gründergeschichten.

Dabei ging es um Höhen und Tiefen und die Anekdoten, die ein Gründerleben schreibt. Denn keine Gründungsgeschichte läuft gradlinig nur nach oben. Jeder hat Rückschläge zu verkraften, die es zu bewältigen gilt. Aber auch Momente des Glücks und des Zufalls wurden thematisiert. Insofern war der zehnte Slam in Hagen wieder ein Inspirator und Mutmacher für diejenigen, die bereits gegründet haben oder ein solches Vorhaben noch umsetzen wollen.

Beim endgültigen Abstimmungsapplaus hatte es Moderator Sebastian Beitzel dieses Mal recht leicht: Mit großem Applaus wurde Jan Krämer vom Start-up Voty zum Gewinner des Abends gewählt. Beim abschließenden Networking tauschen sich alle bei Kaltgetränken und Fingerfood weiter darüber aus, mit welchen Hürden sie zu kämpfen hatten und welche Höhenflüge sie erleben durften.

Start-up Slam – Die Eventreihe

Beim „Start-up Slam“ treten Gründer aus der Region gegeneinander an und erzählen dem Publikum ihre Gründerstory oder einzelne Anekdoten, die sie in ihrem Gründerleben bisher erlebt haben. Das Ganze authentisch und ungeschminkt, und abseits von Zahlenkolonnen und Businessplänen – echtes Gründerleben halt. Das Publikum wählt dann die „beste“ Präsentation. Derjenige, der den lautesten Applaus bekommt, gewinnt diesen Slam. Ziel dieser Event-Reihe ist es, eine öffentliche Plattform zu schaffen und Gründern eine Bühne zu bieten, auf welcher sie sich und ihre Stories präsentieren können. Gründertum soll auf eine außergewöhnliche Art und Weise präsentiert werden. Nach dem Bühnenprogramm gibt es noch die Möglichkeit, bei Getränken und Häppchen sein Netzwerk zu erweitern und neue Kontakte zu knüpfen.

Rund 50 Besucher lauschten Ende Juni wieder spannenden und authentischen Start-up-Geschichten. Die Event-Reihe START-UP SLAM, organisiert vom Gründernetzwerk Südwestfalen, war dieses Mal im M12 in Hagen zu Gast. Als Co-Veranstalter waren die SIHK Hagen und die Hagen. Wirtschaftsentwicklung mit an Bord. Das spannende an diesem Event-Format: Beim „Start-up Slam“ treten Gründerinnen und Gründer aus der Region Südwestfalen „gegeneinander“ an und erzählen dem Publikum ihre jeweilige Gründerstory oder einzelne Anekdoten, die sie in ihrem Gründerleben bisher er-

lebt haben. Das Ganze authentisch und ungeschminkt, und abseits von Zahlenkolonnen und Businessplänen – echtes Gründerleben halt. Das Publikum wählt dann über den Applaus die „beste“ Präsentation, ähnlich wie bei einem Poetry Slam. Derjenige, der den lautesten Applaus bekommt, gewinnt diesen Slam. Ziel dieser Event-Reihe ist es, eine öffentliche Plattform zu schaffen und Gründern eine Bühne zu bieten, auf welcher sie sich und ihre Stories präsentieren können. „Wir wollen das Thema der Existenzgründung auf eine witzige und authentische Art präsentieren und junge Menschen an den Alltag

Über das Gründernetzwerk Südwestfalen

Das Gründernetzwerk Südwestfalen ist ein Zusammenschluss von rund 100 Start-ups, Institutionen, Unternehmen und Menschen, die Südwestfalen als Start-up-Region weiter vorantreiben wollen. Neben der Event-Reihe START-UP SLAM veranstaltet das Gründernetzwerk weitere Event-Formate und bietet viele weitere spannende Angebote. Für 2023 sind unter anderem weitere Slams, das Gründernetzwerk-Tischtennisturnier und das Event-Format „Female Founders“ geplant. Weitere Infos unter www.gruendernetzwerk-swf.de.

Beste Stimmung bei den Besuchern: Beim 10. START-UP SLAM in Hagen präsentierten vier Gründer und Gründerinnen ihre Gründergeschichten – Höhen und Tiefen inklusive.



Dr.-Ing. Ulrich Kötter Dipl.-Ing. Martin Dörner

„Wer nicht erfindet, verschwindet.“

Wer nicht patentiert, verliert.“

Erich Otto Haußer
ehem. Präsident Deutsches Patentamt
von 1976-1995

Vorsprung durch Innovationsschutz:

www.doerner-koetter.de

HAGEN · LÜDENSCHIED · BASEL



Die Nerds aus dem Sauerland

Webdesign
SEO
Cyber Security

www.gda.technology



KÖPFE DER WIRTSCHAFT

Maximilian Hell ist Geschäftsführer der praedata GmbH, einem mittelständischen Handels- und Dienstleistungsunternehmen für die Optimierung von Dokumentenprozessen. Zu seinen wichtigsten beruflichen Stationen zählen unter anderem sein Bachelorabschluss im Bereich General Management sowie seine Tätigkeit als Consultant bei einem mittelständischen Softwareunternehmen. Dort war er viel auf Reisen, lernte einige Kundenprojekte und verschiedene Prozesse kennen und konnte so wichtige branchenübergreifende Einblicke gewinnen. Außerdem war Hell in der Partnerbetreuung des Unternehmens tätig und erhielt so bereits früh Eindrücke in die Vertriebs- und Managementsprozesse, die für eine erfolgreiche Unternehmens- und Vertriebsstrategie wichtig sind. Die Art und Weise, wie sein damaliger Vorgesetzter mit negativen und positiven Dingen umgegangen ist, stellt noch immer einen wichtigen Erfahrungswert für Hell dar. Den reflektierten Umgang mit den negativen Seiten des Berufslebens hat Hell sich bis heute beibehalten und verbucht diese als Erfahrungen, aus denen man lernen kann. Passend zu dieser Einstellung sind Hell Werte wie Aufrichtigkeit, Verbindlichkeit, Ehrlichkeit und Vertrauen besonders wichtig. Neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer der praedata GmbH ist der 31-jährige Vorsitzender des Kreises Junger Unternehmer (KJU) Iserlohn. Gemeinsam mit dem KJU unterstützt Hell ehrenamtlich verschiedene Einrichtungen wie die Tafel oder karitative Institutionen, aber auch Sportvereine, Schützenvereine und lokale Veranstaltungen wie beispielsweise das Karrierenetzwerk Lenne.



Das würde ich heute anders machen

➔ Gemeinsam mit seinen zwei Gründerkollegen hat Jan Krämer im Sommer 2021 die Zusage für das NRW-Gründerstipendium erhalten. In unserem Format „Das würde ich heute anders machen“, berichtet Krämer über die Zeit vor der Gründung des Unternehmens Voty und macht deutlich, dass Hindernissen auf dem Weg nicht automatisch zum Scheitern führen müssen



Jan Krämer ist einer von drei Gründern der Voty GmbH, einer App zur Durchführung von 1-zu-1 Abstimmungen und Bewertungen.

Nach der Zusage für das NRW Gründerstipendium haben wir überlegt, welche Schritte nun folgen könnten. Der Kontakt zu anderen Startups brachte uns schließlich auf die Idee, an verschiedenen Gründerwettbewerben teilzunehmen. Zwar konnten wir keinen von diesen Wettbewerben für uns entscheiden, allerdings wurde durch die Teilnahme ein Business Angel auf uns und unsere Idee aufmerksam. Wir waren überrascht und positiv gestimmt, die Gespräche liefen super. Wir kamen gemeinsam zu dem Schluss, noch ein bis zwei weitere Investoren zu suchen und Voty anschließend gemeinsam an den Start zu bringen. Tatsächlich haben wir es geschafft, in wenigen Monaten zwei weitere interessierte Partner zu suchen und von unserer Idee zu überzeugen. Der Gründung der GmbH im September 2022 schien nichts mehr im Wege zu stehen. Kurz vor der Bestätigung der Gründung stellte sich allerdings heraus, dass in der Kommunikation Missverständnisse aufgetreten sind und wir trennten uns vor der letzten Unterschrift. Daraufhin haben wir den

gesamten Ablauf hinterfragt, um festzustellen, wo die Missverständnisse entstanden sein könnten. Obwohl wir trotz der Unstimmigkeiten vernünftig auseinandergesprochen sind, waren meine Gründerkollegen und ich uns sicher: Das Startup wird scheitern, durch das Missverständnis mit einem Partner werden wohl auch die anderen Investoren abspringen. Diese Gedanken waren glücklicherweise falsch, denn unsere anderen beiden Partner haben uns den Rücken gestärkt und gemeinsam konnten wir Voty zum Jahreswechsel 2022/2023 gründen. Aus heutiger Sicht sind wir uns einig, dass die Situation gut ausgefallen ist. Jede Seite hat fair gehandelt und niemandem Steine in den Weg gelegt. Sicher war auch unsere Unerfahrenheit ein entscheidender Punkt, denn wir hatten zuvor noch nicht wirklich mit Investoren verhandelt. Wir haben gelernt, uns in solchen Gesprächen mehr Zeit zu nehmen und viele Dinge rückabsichern zu lassen. Mittlerweile haben wir unsere ersten Kunden gewinnen können und blicken mit einem guten Gefühl in die Zukunft.

SÜDWESTFALEN AGENTUR: BEWERBUNG FÜR ARBEITGEBERMARKETING-AWARD NOCH MÖGLICH



Marie Ting (l.) und Maria Arens von der Südwestfalen Agentur freuen sich auf viele Bewerbungen von Unternehmen mit einem starken Arbeitgebermarketing.

Jedes Jahr zeichnet die Südwestfalen Agentur ein Unternehmen mit besonders vorbildlichen Strategien und Maßnahmen im Bereich des Arbeitgebermarketings mit dem Arbeitgebermarketing-Award aus. Eine starke Arbeitgebermarke hilft den Unternehmen bei der Entwicklung und Darstellung einer klaren Identität und trägt dazu bei, passende Mitarbeiter zu finden und langfristig zu halten. Um gute Beispiele hervorzuheben, ist die Südwestfalen Agentur auch in diesem Jahr wieder auf der Suche nach Unternehmen, die zeigen möchten, wofür sie stehen und was sie potenziellen neuen Mitarbeitern bieten. „Besonders in Zeiten des Fachkräftemangels ist die Arbeitgeberpositionierung wichtig; die Unternehmenskultur und -werte spielen heutzutage sowohl für Bewerber als auch für Mitarbeiter eine sehr große Rolle“, so Maria Arens aus dem Team des Regionalmarketings Südwestfalen. Die Größe des Unternehmens spielt für die Bewerbung keine Rolle, allerdings muss der Firmensitz in Südwestfalen liegen. Aus allen teilnehmenden Unternehmen wählt eine Jury die drei überzeugendsten Bewerbungen, welche anschließend auf den Kanälen des Regionalmarketings Südwestfalen präsentiert werden. Das Gewinner-Unternehmen wird öffentlichkeitswirksam ausgezeichnet, erhält ein offizielles Siegel und steht anschließend auf den Kanälen des Regionalmarketings im Fokus. Der Bewerbungsschluss für den Arbeitgebermarketing-Award ist der 25. August 2023.

HANDWERKSKAMMER SÜDWESTFALEN: WECHSEL IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Bei der Vollversammlung der Handwerkskammer Südwestfalen wurden mit Fabian Bräutigam und Sabine Blume einstimmig zwei neue Mitglieder in die Geschäftsführung der Kammer gewählt. Ab dem 1. Juli übernimmt Bräutigam das Amt als stellvertretender Hauptgeschäftsführer und Blume übernimmt das Amt der Geschäftsführerin. Mit Sabine Blume wurde zum ersten Mal eine Frau in die Geschäftsführung der Handwerkskammer Südwestfalen gewählt. Bisher leitete sie die Abteilung Haushalt und Finanzen und war seit Anfang des Jahres zusätzlich für das Berufsbildungszentrum der Kammer verantwortlich. Mit ihrem neuen Amt übernimmt sie den Geschäftsbereich Finanzen und Bildungszentrum. Bräutigam wurde bereits 2015 zum Geschäftsführer der Kammer gewählt und war bisher für den Geschäftsbereich II des Hauses – Handwerksrolle und Beitrag, Betriebsberatung, Recht, Berufsbildung und IT zuständig. Die Vollversammlung der Handwerkskammer Südwestfalen tagt zweimal im Jahr, besteht aus 30 Mitgliedern und vertritt als höchstes Entscheidungsgremium der Kammer ihre Mitgliedsbetriebe sowie deren Beschäftigte und Auszubildende. 20 von den 30 Mitgliedern setzen sich aus Arbeitgebern zusammen, zehn aus Arbeitnehmern. Aus den Mitgliedern der Vollversammlung werden das Präsidium und der Vorstand der Handwerkskammer gewählt.

KIRCHHOFF AUTOMOTIVE: AUSZEICHNUNG FÜR HERAUSRAGENDE QUALITÄT



Kirchhoff Automotive erhält die Auszeichnung für herausragende Qualität (v. l. n. r.): Gunnar Güthenke (Vice President Procurement & Supplier Quality Mercedes-Benz), J. Wolfgang Kirchhoff (CEO Kirchhoff Automotive), Henrik Ljungström (Head of Business Unit Germany Capgemini) und Andreas Burkhardt (Vice President International Procurement Services Mercedes-Benz).

Im Rahmen des Mercedes-Benz Supplier Circles wurde der südwestfälische Automobilzulieferer Kirchhoff als eines von nur zwei Unternehmen für herausragende Qualität ausgezeichnet. Jedes Jahr werden bei der Veranstaltung die besten Lieferanten von Mercedes-Benz in den Kategorien Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit geehrt. Das Familienunternehmen mit Sitz in Iserlohn konnte sich für den Einkaufsbereich „Produktionsmaterial“ die Auszeichnung für außerordentlich gute Leistung im Bereich Qualität sichern. „Wir haben uns sehr über die Preisverleihung und die damit verbundene Anerkennung für unsere Leistungen in den vergangenen Jahren gefreut. Die Auszeichnung ist für uns zugleich auch ein Ansporn, zukünftige Herausforderungen mit unserem Kunden Mercedes-Benz erfolgreich zu meistern“, so Christian Arens, Sales Director bei Kirchhoff. Auch CEO J. Wolfgang Kirchhoff schätzt die Auszeichnung seines Kunden: „Diese Auszeichnung ist für uns eine große Ehre und Verpflichtung zugleich, unsere Kunden weiterhin mit Produkten höchster Qualität zu beliefern. Ein herzliches Dankeschön allen Kollegen in den Zentralbereichen und den Produktionswerken, die in Teamwork und mit hohem persönlichen Engagement diesen Erfolg ermöglicht haben.“ Kirchhoff Automotive beliefert die Automobilindustrie mit Karosserielösungen aus komplexen Metall- und Hybridstrukturen für Rohkarosserie und Fahrwerk.

FACHKRÄFTEMANGEL: „ARBEITGEBER-SCHMIEDE SÜDWESTFALEN“ SOLL WIRTSCHAFTSREGION STÄRKEN



Marie Ting (Leiterin Regionalmarketing, l.) und Saskia Haardt-Cerff (Projektmanagerin Regionalmarketing) von der Südwestfalen Agentur freuen sich über die Förderung des Projekts.

Der Fachkräftemangel ist eines der größten Risiken für die Wirtschaftskraft der Region Südwestfalen. Daher hat sich die Südwestfalen Agentur gemeinsam mit sechs weiteren Partnern ein Programm überlegt, mit dessen Hilfe Südwestfalen als attraktive Arbeitgeberregion bekannt gemacht und Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung neuer Mitarbeiter unterstützt werden sollen. Das Projekt mit dem Namen „Arbeitgeber-Schmiede Südwestfalen“ hat sich für eine Finanzierung im Rahmen des Programms „Regio.NRW-Transformation“ des NRW-Wirtschaftsministeriums qualifiziert. Hinter dem Projekt stehen einige Maßnahmen, die Südwestfalen als Top-Arbeitgeber-Region bekannt machen und stärken soll. Um dieses Ziel zu erreichen, soll unter anderem ein überregionales „Transformations- und Change-Netzwerk“ aufgebaut werden sowie eine Online-Plattform als Anlaufstelle für die Unternehmen entwickelt werden. Zusätzlich sollen „Impuls-Labore“ eingerichtet werden, in welchen Modelle für mehr Arbeitgeberattraktivität entwickelt, erprobt und umgesetzt werden sollen. Im Projektverlauf sollen den Unternehmen nicht nur moderne Arbeitsformen näher gebracht und wertvolle Hinweise zum Arbeitgebermarketing gegeben werden, sondern gleichzeitig Südwestfalen als attraktive Wirtschaftsregion dargestellt werden. Neben der Südwestfalen Agentur wird die Arbeitgeber-Schmiede von der Wirtschaftsförderung des Kreises Siegen-Wittgenstein sowie des Kreises Soest, der FH Südwestfalen, der Hochschule Hamm-Lippstadt, der Universität Siegen sowie der Agentur mark koordiniert. Das Projekt ist auf drei Jahre angesetzt und erhält über die Förderung ein Finanzierungsvolumen von 3,5 Millionen Euro.

GERMAN BRAND AWARD: SCHMALLENBERGER KREATIVAGENTUR VIEREINHALB GEWINNT AUSZEICHNUNG



Freude über den German Brand Award: Georg Voss von Maredo (l.) und das Team von Viereinhalb um Geschäftsführer Sebastian Uting (3. v. l.).

Für das umfangreiche Rebranding der Marke Maredo nahm das Team der Schmallenberger Agentur Viereinhalb in Berlin den German Brand Award entgegen. Die kreativen Köpfe überzeugen die Fachjury in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation“.

Die Herausforderung der Kampagne war vor allem die Ausgangslage, in der sich Maredo befand, als Viereinhalb die Markenführung vor mehr als zwei Jahren übernimmt. Denn 2020 machte das Steakhaus mit der Bekanntgabe seiner Insolvenz Schlagzeilen. Nach der Übernahme durch einen neuen Investor kommt das Schmallenberger Agentur-Team ins Spiel und verschafft der Marke ein modernes Auftreten – ohne dabei die Tradition, die Historie und natürlich die ehemaligen Mitarbeitenden sowie Stammkundinnen und -kunden aus den Augen zu verlieren.

Für den Re-Start brauchte es eine gestalterische Neuausrichtung, die von einer starken und konsistenten Unternehmenskommunikation gestützt wird. Die Website, der Social Media Auftritt, die Speisekarten, das Interieur, die interne und externe Kommunikation – all das wurde von Viereinhalb überarbeitet und neu aufgebaut. Dafür wurde die Agentur aus dem Herzen Schmallenbergs nun mit dem German Brand Award ausgezeichnet.

„Wir sind unglaublich stolz auf diese Auszeichnung. Dass wir den German Brand Award mit nach Hause bringen dürfen, ist der perfekte Abschluss für dieses besondere Projekt. Die gesamte Crew hat mit so viel Herzblut am Markenrelaunch gearbeitet und trägt den Award jetzt umso glücklicher ins Sauerland“, sagt Sebastian Uting, einer der Geschäftsführer und Gründer von Viereinhalb.

DIGITALE WOCHE DORTMUND VOM 25. BIS 30. SEPTEMBER



Foto: Ludger Staudinger

Wovon lebt die Digitalisierung? Vom Innovationen entdecken, greifbar machen und kreative Umsetzer kennenlernen. Genau das bündelt die Digitale Woche Dortmund – kurz #diwodo. Vom 25. bis 30. September wird zu über 200 Workshops, Keynotes und Networking-Events zu allen Zukunftsthemen eingeladen – unkompliziert, offen für alle und kostenfrei.

Mit der #diwodo gibt die Dortmunder Digitalbranche entscheidende Impulse in Zukunftsfragen und schafft neue Synergien zwischen Akteuren, egal ob Start-up oder KMU – jeder findet in der #diwodo die passenden Ideen und Lösungen. Deshalb steht die #diwodo23 unter dem Motto „Für dich“.

Wir alle sind gleichermaßen von einem Thema angetrieben: der digitalen Zukunft! Wie kann Künstliche Intelligenz sinnvoll genutzt werden? Welche Chancen bietet uns das Metaverse? Wie kann Robotik den Betriebsalltag erleichtern? Antworten dazu werden in der #diwodo diskutiert und demonstriert.

Der Besuch der #diwodo ist jetzt noch einfacher: die Events sind an jedem Wochentag in einem anderen Stadtteil gebündelt. Kurze Wege sorgen in diesem Jahr für noch mehr Festival-Fever.

Über 100 Unternehmen und Institutionen aus der Region zeigen und präsentieren an den sechs Tagen ihre Digitallösungen.

Das Programm wächst fortan bis September kontinuierlich. Die zahlreichen Eventveranstalter zeigen: Dortmund ist einer der führenden IT-Hotspots Deutschlands und daher nicht zu Unrecht "Innovationshauptstadt Europas", sowie ein European Digital Innovation Hub. Weitere Infos zum Programm gibt es ab dem 22. August unter www.diwodo.de. Die #diwodo ist eine Initiative der Wirtschaftsförderung Dortmund.

UNTERNEHMENSVERBAND VERLEIHT FÖRDERPREISE



Dr. Volker Verch (Geschäftsführer des Unternehmensverbandes), Lucas Timmermann, Laura Maria Middrup, Annika Kirchhoff, Mika Burczik, Egbert Neuhaus (Vorsitzender des Unternehmensverbandes).

Im Rahmen seiner jährlichen Vortragsveranstaltung verlieh der Unternehmensverband Westfalen-Mitte wieder insgesamt vier Förderpreise für herausragende Abschlussarbeiten mit besonderem Praxisbezug an Absolventinnen und Absolventen der Fachhochschule Südwestfalen und der Hochschule Hamm-Lippstadt. Alle Arbeiten wurden gemeinsam mit einem Kooperationsunternehmen erstellt und die Ergebnisse zeichnen sich durch eine besondere Praxisrelevanz aus.

Mit diesen Preisen verfolgt der Unternehmensverband zwei Ziele: Zum einen soll das besondere Engagement der Absolventen gewürdigt werden. Zum anderen soll aber auch der Kontakt zwischen den heimischen Unternehmen und den Hochschulen gefördert werden. Egbert Neuhaus, Vorsitzender des Verbandes: „Wir möchten den Technologie-Transfer in unserer Region ankurbeln, denn der regelmäßige und intensive Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft ist für die Entwicklung unseres Standortes sehr bedeutsam. Und die Erfahrungen, die wir bislang in dieser Hinsicht machen durften, haben gezeigt, dass die Kooperation eines Studierenden mit einem unserer heimischen Unternehmen sehr lohnend für beide Seiten ist.“

Der erste Preis, dotiert mit 2.500 Euro, wurde in diesem Jahr an Lucas Timmermann aus Geseke verliehen für seine hervorragende Masterarbeit mit dem Titel „Parametrische Konstruktion von Kettenrädern“, die er gemeinsam mit der HEKO Ketten GmbH realisierte.

Der zweite Förderpreis, dotiert mit 2.000 Euro, ging an Laura Maria Middrup aus Ahlen für ihre sehr gute Abschlussarbeit mit dem Titel „Reduzierung des Gesamt-Energieverbrauchs durch den Einsatz regenerativer Energien und die Implementierung neuer und effizienterer Technologien“, die sie in Kooperation mit der IMI Hydronic verfasste.

Der dritte Förderpreis, der mit 1.500 Euro dotiert ist, wurde an Annika Kirchhoff aus Soest verliehen, die an der FH Südwestfalen, Soest, im Fachbereich Elektrische Energietechnik studiert hat. Gemeinsam mit ihrem Partnerunternehmen Knauf Interfer Aluminium GmbH verfasste sie eine sehr gute Bachelorarbeit mit dem Titel: „Möglichkeiten zur Steigerung der Energieeffizienz im Aluminiumstrangpressprozess – eine empirische Untersuchung“.

Der vierte Förderpreis, dotiert mit 1.000 Euro, ging an Mika Burczik aus Castrop-Rauxel. Mit dem Leibniz-Institut für Verbundwerkstoffe GmbH aus Karlsruhe verfasste seine Bachelorarbeit mit dem Titel: „Faserverbundwerkstoffe aus modifiziertem Holz und biobasierten Epoxidharz-Nanocomposites“.

28.09.2023

**>> 14 UHR
>> WELTENRAUM
>> ISERLOHN**

female founders

FEMALE FOUNDERS – das sind inspirierende Gründerinnen und Unternehmerinnen, die mutige Vorbilder für weibliches Unternehmertum sind und spannende Stories erzählen können. Beim gleichnamigen Event geben wir diesen Female Founders eine Bühne!

**Weitere Infos und Anmeldung:
info@gruendernetzwerk-swf.de**

Veranstalter in Kooperation mit Förderer/Unterstützer



JETZT ABSTIMMEN FÜR DEN „KRACHER DES JAHRES 2023“ AUS SÜDWESTFALEN!



Foto: Südwestfalen Agentur GmbH

Im Rahmen eines interaktiven Wettbewerbs können Unternehmen und Verbände aus Südwestfalen ihre „Kracher“-Produkte und Ideen per Kurzvideo vorstellen und damit gleichzeitig die Vielfalt der regionalen Wirtschaft einem großen Publikum bekannt machen.

Zum zweiten Mal nach 2021 kürt die Südwestfalen Agentur zusammen mit den regionalen Kammern, Arbeitgeberverbänden und Wirtschaftsförderungen den „Kracher des Jahres“. Ziel der Aktion ist, die Stärke und Innovationskraft der südwestfälischen Wirtschaft auf anschauliche Weise bewusst und bekannt zu machen. „Die tollen Beiträge zeigen einmal mehr, wie viel Fortschritt, Kreativität und Ideenreichtum ihren Ursprung in dieser Region haben und teils sogar weltweit zum Einsatz kommen“, erklärt Marie Ting, Leiterin des Regionalmarketings der Südwestfalen Agentur. Zahlreiche Unternehmen der Region haben sich am Wettbewerb der Südwestfalen Agentur GmbH beteiligt und in einem 90-Sekunden-Video ein Produkt oder eine Dienstleistung präsentiert, auf die sie besonders stolz sind. Alle „Kracher“-Videos stehen jetzt online über den YouTube-Kanal „Südwestfalen - Alles Echt“ der Südwestfalen Agentur zum Anschauen, Staunen und Teilen bereit. Für den Lieblings-Kracher kann man unter www.jetzt-zusammenstehen.de/kracher-abstimmen. Die abgegebenen Online-Stimmen fließen mit 50 Prozent in die Gesamtbewertung ein; eine Jury mit Vertretern der beteiligten Wirtschaftsinstitutionen steuert die anderen 50 Prozent bei. Bis zum 20. August kann jetzt die Öffentlichkeit mitentscheiden, wer das Rennen macht und den absoluten „Kracher des Jahres 2023 – made in Südwestfalen“ entwickelt hat.

TALENTSTORM GEWINNT HR-SOFTWARE-AWARD

Das Bewerbermanagementsystem talentstorm von der ontavio GmbH aus Lennestadt hat den HR-Software-Award in der Kategorie E-Recruiting und Bewerbermanagement gewonnen! 2.300 HR-Manager und -Managerinnen haben über 80 Software-Lösungen bewertet. Mit glatten 5 von 5 möglichen Punkten steht talentstorm in dieser Kategorie in den Bereichen Kundenzufriedenheit, Bedienbarkeit und Preis-Leistungs-Verhältnis unangefochten an der Spitze. Der Funktionsumfang des Bewerbermanagementsystems fokussiert die Bedürfnisse von Personalverantwortlichen in kleinen und mittelständischen Unternehmen: talentstorm wird von einer schlanken Struktur bestimmt, die eine komfortable Bewerberauswahl im Team und einen reibungslosen Stellenbesetzungsprozess ermöglicht. Bewerber können sich bequem mobil bewerben. Während des Auswahlprozesses hält talentstorm die Kommunikation zwischen den Kandidaten und Arbeitgeber aufrecht. Bei Aktivierung der Tracking-Funktion können Unternehmen ihren Bewerber ermöglichen, den Auswahlprozess live mitzuerfolgen. Dieser flüssige Prozess ermöglicht Personalern eine deutliche Verkürzung der Time-to-Hire und die Chance, die besten Kandidaten für sich zu gewinnen.

YELLOW TREE: SIEGENER MARKEN- UND DIGITALAGENTUR MEHRFACH AUSGEZEICHNET



Sebastian Bieler und Heiko Rafflenbeul bei der Verleihung des German Brand Awards in Berlin.

Beim German Brand Award wurde die Agentur Yellow Tree aus Siegen direkt zweimal für ihre kreative Arbeit ausgezeichnet. Die Agentur erhielt in der Hauptkategorie Excellent Brands die Auszeichnung Gold und in der Kategorie Fast Moving Consumer Goods die Auszeichnung Winner – jeweils für Markenstrategie und Corporate Design für ihre Kunden Franz Hof GmbH aus Haiger und das Hofgut Stöcken aus Freudenberg. Der German Brand Award wird für erfolgreiche Markenführung verliehen und stellt die Design- und Markeninstanz Deutschlands dar. Juriert wird der Award von einem hochkarätigen Expertengremium aus Markenwirtschaft und Markenwissenschaft.

Eine besondere Auszeichnung konnte Yellow Tree bei der Award-Gala des Art Directors Club in Hamburg entgegennehmen: Den begehrten Nagel in Bronze, der für herausragende kreative Leistungen verliehen wird. Ausgezeichnet wurde das Markendesign für die Franz Hof GmbH aus Haiger, welches auf innovative Art und Weise die Werte des Unternehmens in Szene setzt. Der ADC sieht sich als Maßstab der kreativen Exzellenz und zeichnet herausragende Kommunikation aus. Der diesjährige ADC Award stand unter dem Motto „Change the World with Creativity – Or AI will do it for you“. Insgesamt wurden Einreichungen mit über 9.300 Bestandteilen eingereicht.

„Ich freue mich besonders, dass wir einmal mehr zeigen durften, dass kreative Höchstleistungen nicht nur aus den Werbe-Metropolen Deutschlands kommen, sondern auch aus Südwestfalen. Ein großer Dank geht dabei an unsere Kunden, die mutige Ideen zugelassen und umgesetzt haben“, sagt Yellow Tree-Geschäftsführer Heiko Rafflenbeul.

Pro & Contra

➡ Quereinsteiger einstellen: Soll ich's wirklich machen oder lass' ich's lieber sein?

Text: Monika Werthebach

Ganz egal, um welche Branche es geht: Beinahe überall werden händeringend Fachkräfte gesucht. Unternehmen können trotz steigender Nachfrage nicht expandieren, die Öffnungszeiten nicht mehr kundenfreundlich gestalten oder müssen sogar einträgliche Dienstleistungen aus dem Portfolio streichen, weil schlicht und ergreifend das notwendige Personal fehlt. Ein Ausweg könnten Arbeitskräfte sein, die ursprünglich in einem völlig anderen Berufsfeld tätig waren. Sind Quereinsteiger nur eine Notlösung oder können sie sogar eine ungeahnte Bereicherung sein?



Pro

In vielen Sparten ist es durchaus denkbar, branchenfremde neue Mitarbeiter in absehbarer Zeit so weit einzuarbeiten, dass sie ihre Aufgaben ordentlich erledigen können. Bestehende Lücken können auf diese Weise für alle Seiten zufriedenstellend gefüllt werden. Häufig sind Menschen, die in ein für sie neues Arbeitsumfeld wechseln, äußerst motiviert und bringen mit ihrer Neugier und einem unvoreingenommenen Blick von außen frischen Wind in eingefahrene Abläufe. Wer über Umwege eine Stelle gefunden hat, die den eigenen Fähigkeiten und Wünschen weit besser entspricht als der ursprünglich erlernte Beruf, ist meist dankbar und nutzt diese Chance. Fehlendes Fachwissen lässt sich durch gezielte Qualifizierung bedeutend leichter wettmachen als ein unzureichendes Mindset. Sorgfältig ausgewählte Quereinsteiger kompensieren Expertenwissen durch die für den neuen Job dringend benötigten Soft Skills, bereichern das Schwarmwissen des Teams mit ihren Erfahrungen aus früheren Tätigkeits-

feldern oder können allein aufgrund ihrer Mentalität zu einem positiven Betriebsklima beitragen. In jedem Fall gewinnt das Unternehmen an Diversität.



Contra

Ein Quereinstieg ist für beide Seiten ein Wagnis: Branchenfremde haben mitunter völlig falsche Vorstellungen vom Tagesgeschäft und den Anforderungen im neuen Job. Besonders ärgerlich ist es, wenn die Newcomer schon bald einen Rückzieher machen und alle Bemühungen im Onboarding Prozess vergebens waren. Genauso kann es passieren, dass der Arbeitgeber feststellt, dass sich die fachliche Qualifizierung eines branchenfremden Mitarbeiters als weitaus aufwendiger und teurer herausstellt als gedacht. Allein die Einarbeitungsphase dauert deutlich länger als bei Fachkräften und verlangt dem bestehenden Team ein hohes Maß an Verständnis, Geduld und Rücksichtnahme ab. Im Gegensatz zu qualifizierten Fachkräften bringen Branchenfremde zudem keinerlei externes Know-how ins Unternehmen ein. Und bei allem guten Willen: Es gibt Arbeitsbereiche, in denen Expertenwissen unerlässlich ist oder sogar bestimmte Qualifikationsnachweise gesetzlich vorgeschrieben sind. Hier können Quereinsteiger den Fachkräften allenfalls zuarbeiten und durch die Erledigung von Hilfstätigkeiten Freiräume verschaffen. Lassen die Betriebsabläufe es jedoch zu, branchenfremde Arbeitskräfte ins Team zu holen, sind Mitarbeiter, die für die neue Herausforderung brennen, alles andere als ein Notnagel: Im Kampf um heißbegehrtes Personal bergen sie enormes Potenzial.

nachhaltige messekonzepte



VON KLEIN BIS ZIEMLICH GROSS:

- ▶ individuell konzipiert
- ▶ professionell umgesetzt
- ▶ wiederverwendbar



BEISPIEL:
3 x 3 m, Wandhöhe 3 m
z.B. für Recruiting- und Personalmessen

was können wir für Sie tun?

headline:
Werbeagentur.



headline: Werbeagentur
Tel.: 02371 / 90860
jbr@headonline.de

malkus Veranstaltungstechnik
Tel.: 02371 / 788193
carsten.malkus@malkus.de

Frage des Monats

Welche Herausforderungen ergeben sich für den Industriestandort Deutschland durch den Wandel der Energiemärkte?

Beantwortet von: **Eric Heymann**



Eric Heymann ist Senior Economist für Energie, Klima, deutsche Industrie und Verkehrswirtschaft bei Deutsche Bank Research und unterstützt u.a. das Firmenkundenteam in Südwestfalen


Das Jahr 2022 war von hohen Energiepreisen und Sorgen um die Versorgungssicherheit geprägt. Deutschland ist zwar ohne physische Versorgungsengpässe durch den Winter gekommen. Die Energiekrise hat dennoch Spuren in der deutschen Industrieproduktion hinterlassen. Dies gilt vor allem für energieintensive Sektoren. Während die Produktion im gesamten Verarbeitenden Gewerbe im letzten Jahr lediglich um 0,4 Prozent schrumpfte, verzeichnete die Chemieindustrie in Deutschland einen Rückgang um 11,6 Prozent. In der Metallerzeugung lag das Minus bei 4,6 Prozent, in der Baustoffindustrie bei 1,9 Prozent und in der Papierindustrie bei 5,6 Prozent. Die Produktionsrückgänge setzten sich zu Jahresbeginn fort.

Es ist zu erwarten, dass ein Teil der Produktionsverluste in den genannten Branchen permanenter Natur sein wird. Wegen der geänderten energiewirtschaftlichen Rahmenbedingungen steht das exportorientierte Geschäftsmodell Deutschland, das auf einer vertikal integrierten Wertschöpfungskette basiert, vor strukturellen Herausforderungen. Am Anfang dieser Wertschöpfungskette werden die energieintensiven Branchen in den kommenden Jahren mehr Gegenwind spüren. Hier ist der reale Kapitalstock in Deutschland bereits in den letzten Jahren gesunken. Dieser Trend dürfte sich fortsetzen. Neue Investitionen werden wohl eher in Ländern getätigt, wo die Preise für fossile Energien dauerhaft niedriger sein werden als in Deutschland und Europa (z. B. in den

„Es ist zu erwarten, dass ein Teil der Produktionsverluste in den genannten Branchen permanenter Natur sein wird. Wegen der geänderten energiewirtschaftlichen Rahmenbedingungen steht das exportorientierte Geschäftsmodell Deutschland, das auf einer vertikal integrierten Wertschöpfungskette basiert, vor strukturellen Herausforderungen.“

USA) oder wo große Mengen an erneuerbaren Energien oder grünem Wasserstoff kostengünstiger als in Deutschland produziert werden können. Hohe Energiepreise werden aber auch für jene Branchen eine Belastungsprobe darstellen, die selbst nicht energieintensiv produzieren, weil sie z. B. die Kosten von Automatisierung und Digitalisierung erhöhen.

Allerdings zeichnet sich ein differenziertes Bild ab. Eine umfassende Deindustrialisierung in Deutschland über alle Branchen hinweg ist aus heutiger Sicht wenig wahrscheinlich. So sind die Perspektiven des Maschinenbaus oder der Elektrotechnik am Standort Deutschland durchaus gut. Beide Branchen liefern die Technologien, die für eine klimaverträglichere Zukunft benötigt werden. Auch der globale Trend zur Digitalisierung und Elektrifizierung begünstigt diese Sektoren.

In Summe erwarten wir, dass der Anteil des Verarbeitenden Gewerbes an der gesamten Bruttowertschöpfung in den nächsten Jahren wohl weiter zurückgehen dürfte. Im Jahr 2016 lag der Anteil noch bei 22,9 Prozent. Bis 2022 sank er auf 20,4 Prozent. In Zukunft wird es wichtiger, zwischen den deutschen Industrieunternehmen auf der einen Seite und dem Industriestandort Deutschland auf der anderen Seite zu unterscheiden. Dabei sind wir optimistischer für die Ersteren, da große deutsche Industrieunternehmen ihre Aktivitäten besser internationalisieren und Produktionsstandorte nach ihren individuellen Kosten- und Kundenstrukturen wählen können. 

ZITATE DIESER AUSGABE

„Wegen geänderten energiewirtschaftlichen Rahmenbedingungen steht das exportorientierte Geschäftsmodell Deutschland, das auf einer vertikal integrierten Wertschöpfungskette basiert, vor strukturellen Herausforderungen.“

>> Eric Heymann (S. 20)

„Überall habe ich gemerkt, wie das deutsche Handwerk und seine gute Qualität wahrgenommen wird und wusste, dass ich zurückkehren und hier in meiner Heimat neue Impulse setzen wollte.“

>> Gregor Stapper (S. 24)

„Als Unternehmer sollte man sich immer fragen, ob man selbst mit dem Projekt noch glücklich ist. Die eigene Vision darf nicht verloren gehen.“

>> Doris Korthaus (S. 49)

„Mal finde ich einen schönen Stamm am Straßenrand oder er wird mir geschenkt. Einen Tisch habe ich aus einem Baum erarbeitet, der auf ein Haus gefallen war und es beschädigte. Für diese Geschichte lieben die Besitzer des Tisches ihn umso mehr.“

>> Tim Wuttke (S. 45)

„Ich war zu ungeduldig! Ich habe immer versucht, Dinge zu schnell zu machen. Das war nicht immer der richtige Weg. Manchmal muss man Geduld und auch Ausdauer haben.“

>> Horst-Werner Maier-Hunke (S. 52)

„Ich habe jetzt 15 Angestellte. Der überwiegende Teil meines Jobs besteht also mittlerweile aus Denken und Organisieren. Das macht Spaß – aber das Handwerkliche fehlt mir.“

>> Jana Lewe (Seite 72)

TEAM ON TOUR

➤ Südwestfalen ist einmalig! Eine Region, die vor Vielfalt nur so strotzt und daraus ihre Stärke und Lebensqualität gewinnt. Eine Region, die nicht nur für innovative und qualitativ hochwertige Produkte, sondern auch für außergewöhnliche Start-up-Ideen und kreative, zuverlässige Dienstleistungen steht, die wichtige Impulsgeber für eine nachhaltige Entwicklung im ganzen Land sind. Das Redaktionsteam von Unternehmertum Südwestfalen hat auch in diesem Jahr bei der „Tour durch Südwestfalen“ vier Unternehmen in der Region besucht, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Wo uns der sommerliche Tagesausflug in diesem Jahr hingeführt hat, lesen Sie auf den nachfolgenden Seiten

Texte: Simke Strobler Fotos: Björn Bernhardt

15:30 h MENDEN
Ziegenhirt



13:30 h WARSTEIN
Westkalk

11:30 h KALLENHARDT
WanderBar



09:00 h BRILON
Keks Kreator



Kekse mit Persönlichkeit

Die erste Station auf der „Tour durch Südwestfalen 2023“ ist perfekt für die Uhrzeit an diesem Morgen und die erste Mahlzeit des Tages. Denn wo Kekse gebacken werden, gibt es zum Frühstückskaffee natürlich auch etwas zu knabbern. Das Start-up von Gregor Stapper liegt in einem neu besiedelten Industriegebiet der Hochsauerlandkreis-Kommune Brilon. Auch wenn es der Name und das Firmenlogo verraten, welches Handwerk hier zu Hause ist: Wenn es außen nicht dranstehen würde, sieht die neu gebaute Halle auf den ersten Blick nach einem modernen Industriebetrieb und weniger nach einer modernen Backstube aus



Die richtige Konsistenz von Gregor Stappers Teig macht es möglich, dass das Individuelle nicht einfach reingestempelt, sondern als Relief in erhabener Form auf dem Keks zu sehen ist.

2012, leitete er anschließend den Betrieb seines Vaters, bevor er sich entschloss, die Bäckerei zu verpachten und auf Wanderschaft zu gehen. Als Konditor und Bäckermeister reist er durch die USA, durch Neuseeland und Japan und sucht und findet überall deutsche Bäckereien, in denen er arbeiten und sich sein Reisegeld verdienen kann. „Überall habe ich gemerkt, wie das deutsche Handwerk und seine gute Qualität wahrgenommen wird und wusste, dass ich zurückkehren und hier in meiner Heimat neue Impulse setzen wollte“, erzählt er beim Frühstück. Direkt nach Brilon geht er nicht zurück, sondern jobbt noch ein Jahr lang auf Baltrum in einem Inselcafe und arbeitet nebenher an der Entwicklung seines eigenen Unternehmens. Dann wird er 2015 zum Keks-Kreator und sein eigener Chef, 2016 geht seine Internetseite an den Start – unverzichtbarer Bestandteil seines Unternehmenskonzepts.

09:00 Uhr Kaum hat der Bäckermeister aber höchstpersönlich die Tür geöffnet, verrät es dieser herrlich leckere Geruch, den viele wahrscheinlich sonst nur aus der Weihnachtszeit kennen. Es duftet nach frisch gebackenen Keksen – und zwar immer. Auf eine unserer ersten Fragen an diesem Morgen, ob er diesen herrlichen Geruch morgens beim Betreten seines Unternehmens überhaupt noch wahrnehme nach all den Jahren, antwortet der 37-Jährige: „Ja, immer noch,

jeden Tag aufs Neue. Das ist ein gutes Gefühl. Dann weiß ich, dass ich alles richtig gemacht habe. Erst im Laufe des Tages, wenn ich mehrere Stunden hier bin, dann rieche ich die Kekse nicht mehr.“ Gregor Stapper kommt aus einer Bäckerfamilie, hat seine Fachoberschulreife gemacht, das traditionelle Handwerk als Konditor dann selbst erlernt und 2007 als Innungsbester seinen Bäckermeister in Olpe gemacht. Fünf Jahre lang, von Anfang 2008 bis Ende



Aus der grundlegenden Überzeugung heraus, dass Kekse das ganze Jahr über und nicht nur im Dezember gegessen werden, entwickelt er die Idee, den Keks zum verzehrbaren Merchandising-Artikel zu machen und ihn mit Firmenlogos oder kleinen Botschaften individualisieren zu lassen. Auf der Keks-Kreator-Internetseite kann jeder seine Kekse selbst gestalten. Die Daten werden nach Brilon übermittelt, dort wird gebacken.

„Das Besondere an unseren Keksen ist, dass das Individuelle nicht einfach reingestempelt, sondern als Relief in erhabener Form auf dem Keks zu sehen ist“, erklärt der Start-up-Gründer. Die richtige Konsistenz des Teigs macht's möglich. „Ich verwende ausschließlich deutsche Markenbutter und Mehl aus der Region.“ Zu Beginn seiner Unternehmensgründung backt er in der Bäckerei seines Onkels. Sobald dort morgens die letzten Brötchen den Ofen verlassen haben, legt er los, handwerkelt bis mittags, versendet und liefert nachmittags.

Seit 2022 gibt es die Keks-Kreator-Kekse auch im Handel zu kaufen. Längst treffen Gregor Stappers Produkte nicht nur in Südwestfalen, sondern auch im Ruhrgebiet bis zum Rhein in immer mehr inhabergeführten Supermärkten den Nerv der Zeit. Dabei ist dem Keks-Kreator ganz wichtig, wo sein Produkt in den Läden platziert wird. „Wenn ich das Gefühl habe, dass mei-

ne Kekse irgendwo zwischen billigen Fertigprodukten unscheinbar im Regal landen, gehe ich kein Geschäft ein“, sagt er selbstbewusst. „Ich will mir ja nicht meine Marke versauen. Am Ende des Tages ist das, was wir herstellen, ja ein hochwertiges Handwerksprodukt.“ Mittlerweile beschäftigt der Briloner zehn Angestellte, darunter fünf Bäcker. Ihr großer Vorteil: „Hier muss niemand um 2 Uhr nachts anfangen. Wir starten zwischen 7 und 8 Uhr und arbeiten von montags bis freitags.“ Täglich werden in der 450 Quadratmeter großen Betriebshalle etwa 250 Kilogramm Teig verarbeitet und zwischen 15.000 und 20.000 Keksen gebacken. Auf den einen steht „Beste Oma der Welt“, auf den anderen „Herzlich Willkommen“, die nächste Fuhre ist mit einem Firmenlogo individualisiert.

Der neueste Schrei des Unternehmens sind übrigens kleine, vegane Biokekse. „Ich habe bestimmt ein halbes Jahr an der Teigrezeptur gearbeitet“, verrät der Gründerpreis-Gewinner von 2016, dass Maismehl und pflanzliche, Palmöl-freie Margarine die wichtigsten Zutaten sind. „Mein Ziel ist es, das Geschäft mit dem Handel weiter auszubauen und speziell in der Gastronomie zu erreichen, dass der Keks zum Kaffee eines Tages so behandelt wird wie der Kuchen auf dem Teller. Die beste Verpackung beim Kaffeekeks ist keine Verpackung.“ Auch bei diversen Eisdielen ist er längst im Geschäft.

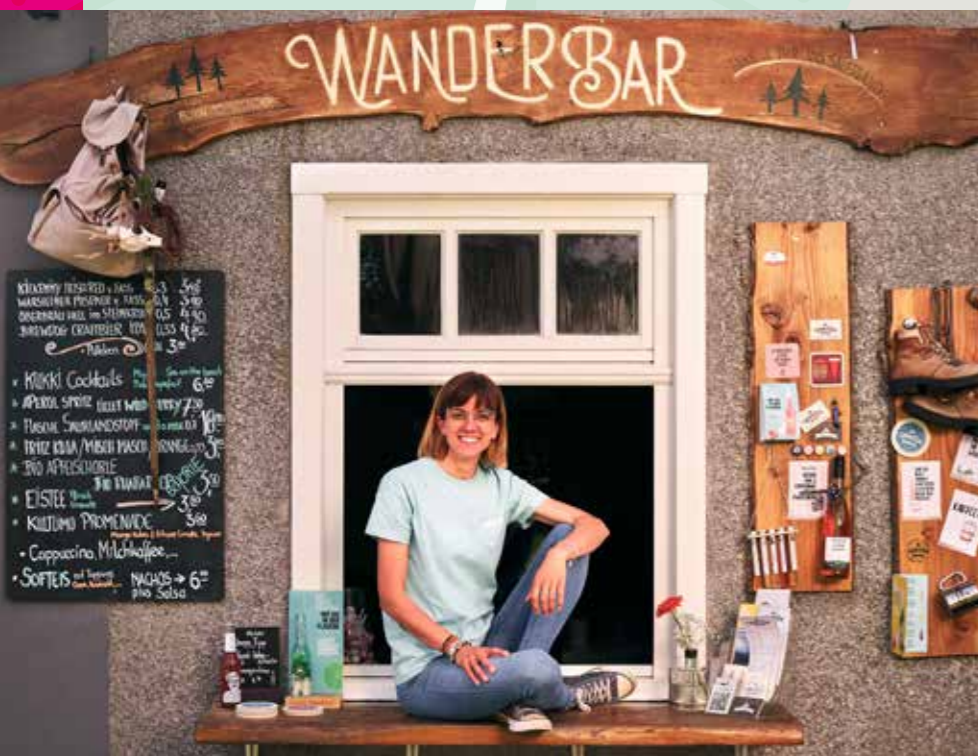
„Es gibt vegane Eisdielen, ich habe die veganen Kekse. Es gibt Bioeis, von uns kommen die Biokekse. Es gibt nichts, das wir als Keks-Kreator nicht möglich machen.“

Eine Sache nervt Gregor Stapper derzeit kolossal an seinem Job: der nicht enden wollende Bürokratismus. „Zwei von acht Stunden Minimum muss ich täglich mit Verwaltungskram verbringen. Das kann es doch nicht sein.“



Wunderbare WanderBar

➤ Eigentlich hätten wir zur nächsten Station auf der Tour durch Südwestfalen die Wanderschuhe schnüren und laufen müssen, was aber nicht in unseren straffen Zeitplan passt – deshalb fahren wir die knapp 22 Kilometer von Brilon aus zur WanderBar und dem Romantik Hotel Knippschild in Kallenhardt mit dem Auto. Sabrina Knippschild hat die Idee einer kulinarischen und ins moderne Wanderzeitalter passenden Anlaufstelle für Tagesausflügler in die Tat umgesetzt, seitdem sie 2020 in den Betrieb ihrer Eltern mit eingestiegen ist und ihren eigenen Spirit ins Unternehmen bringen wollte



Eine Anlaufstelle für Wanderer und Radfahrer: Sabrina Knippschild im Fenster der WanderBar in Kallenhardt, wo am Wochenende Kaffee und Kuchen sowie Snacks und Getränke verkauft werden.

– und ist dabei ziemlich viel herumgekommen in der Welt. „Mit 16 bin ich ausgezogen und erstmal nach Neuseeland gegangen.“ Anschließend macht sie in Rheinland-Pfalz, an der französischen Grenze, ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau und landet anschließend im berühmten Adlon-Hotel in Berlin. „Da habe ich dann ein Jahr lang gearbeitet und mir dann überlegt, dass ich unbedingt noch Spanisch lernen muss. Also bin ich für vier Monate nach Peru gegangen und von da aus dann an die Costa del Sol nach Marbella.“ In Frankreich hängt sie einen viermonatigen Job als Au-pair-Mädchen dran, um auch noch ihre Französisch-Kenntnisse aufzufrischen, entscheidet sich dann aber, in die Schweiz zu ziehen und im Nobelort Zermatt in der Luxushotellerie zu arbeiten, ebenso in Gstaad. Nach einer geraumen Zeit kommt sie zurück nach Deutschland, um an der Hotelfachschule in Dortmund ihren Betriebswirt zu machen und damit also quasi wieder in die Nähe zur Heimat zu ziehen. „Ich war immer gerne zu Hause hier in Kallenhardt. Und ich wusste immer, dass ich eines Tages hierhin zurückkomme. Eine bessere Basis kann man ja nicht kriegen als

11:30 Uhr „Gerade während der Corona-Zeit, als das Wandern ja noch mal richtig an Fahrt aufgenommen hat, habe ich ziemlich schnell gemerkt und beobachtet, dass hier immer mehr Menschen entlangkommen, die aber eigentlich gar nicht ins Hotel-Restaurant möchten, sondern einfach draußen eine kleine Pause einlegen und kurz was essen oder trinken wollen. Und ich wusste, dass wir eine schnelle Umsetzung brauchen, um den Wanderern oder Radfahrern genau so etwas anbieten zu können. Und dann

kam mir die Idee mit der WanderBar“, erzählt Sabrina Knippschild, als sie sich mit uns draußen in den wunderschönen und mit vielen gemütlichen Sitzgelegenheiten gestalteten Garten setzt und einen Kaffee trinkt. „Der alte Schuppen hier, der jetzt die eigentliche WanderBar ist, stand damals sowieso leer.“ Die 35-Jährige selbst ist eigentlich gar nicht „Born To Wander“, wie es ein Schild an der WanderBar verheißt. Unterwegs war die junge Hotelinhaberin und Gastronomin aber immer gerne



das, was meine Eltern hier aufgebaut haben“, lacht die sympathische Junior-Chefin. Nach der Betriebswirt-Ausbildung allerdings übernimmt sie zunächst noch eine Hotelleitung in Kaiserslautern und geht von dort nach Sankt Peter Ording an die Nordsee, wo sie ein Strandhotel leitet und „Gastgeberin mit Herz“ wird. „Damit habe ich mit voll identifiziert. Doch dann kam eines Tages der Anruf von meinen Eltern und die alles entscheidende Frage: Willst Du nach Hause kommen und mit einsteigen? Da habe ich natürlich sofort Ja gesagt.“ Pünktlich zum Lockdown kommt Sabrina Knippschild zurück nach Kallenhardt ins Sauerland und steigt in den familiären Romantik-Hotel-Alltag mit ein. Neben der WanderBar hat die 35-Jährige noch viele weitere Ideen, wie sie ihren eigenen Spirit ins Hotel einbringen kann und was sie alles verändern möchte. „Ich will auf jeden Fall den Wellness-Bereich erweitern und damit den Bereich für Urlaubergäste ausbauen“, erzählt sie draußen auf der groß angelegten Terrasse. Ein Ort, den vor allem am Wochenende viele Menschen aufsuchen. „Das ist hier wirklich zu einem echten

Anlaufpunkt im Dorf geworden“, freut sich Sabrina Knippschild, dass auch die Einheimischen ihre Gäste sind und auch die Hotelgäste nach ihren Ausflügen gerne zur WanderBar gehen. Für Wanderer und Radfahrer liegt der idyllische Stopp in Rüthen-Kallenhardt auf der Sauerland-Waldroute und den 3Klang-Pilgerwegen. Auch eine Tour der Bike Arena Sauerland führt hier entlang. Kaffee und Kuchen und Getränke werden aus einem kleinen Fenster des uralten, alten Schuppens verkauft, den Sabrina Knippschild zur WanderBar gemacht hat. Daneben ein uriger Food-Trailer im Retro Look, an dem freitags, samstags und sonntags frisch gekocht wird für die Outdoor-Gäste. Draußen herrscht Selbstbedienung. „Das funktioniert gut“, freut sich die junge Hotel-Inhaberin. Sabrina Knippschild ist die siebte Generation im Hotel, das 1837 die Konzession zum Betrieb einer Gastwirtschaft erhielt. Ihre Eltern Klaus und Annette haben die einstige Dorfkneipe zu einem Romantik-Landhotel gemacht, in das die 35-Jährige gerne zurückgekehrt ist. Noch arbeitet sie täglich Hand in Hand mit ihren Eltern, in den kommenden Jahren soll der Nachfolge-

prozess dann richtig angeschoben werden. „Wenn alles gut geht, kommt dann auch mein Bruder zurück nach Kallenhardt und wir machen gemeinsame Sache hier.“ Im Hotel und natürlich an der WanderBar ...



Staunen am Korallenriff

► Bei unserer nächsten Station wird es steinig mit Aussicht. Am Rande von Warstein betreibt die Firma Westkalk einen ihrer großen Steinbrüche, den Tagebau Hohe Lieth. Geschäftsführer Marius Risse führt uns in den Wilden Westen von Warstein und hinein in eine Welt, in der er als Geowissenschaftler zu Hause ist, in der hochwertiger Kalkstein abgebaut wird und die tägliche Arbeitsstätte von 70 Mitarbeitern ist



13:30 Uhr Als wir auf einem kleinen Parkplatz oberhalb des Steinbruchs anhalten, ist es um uns herum still und wir genießen ein paar Minuten lang die herrliche weite Sicht an diesem Sommertag. Wir hatten hier große Maschinen in Aktion erwartet, doch die Welt im Steinbruch Hohe Lieth scheint an diesem Nachmittag schon stillzustehen – „Schicht im Schacht“ hieß es früher auf der Zeche. Während wir auf Marius Risse warten, wird die Stille von einem herannahenden und offenbar sehr großen Fahrzeug durchbrochen. Plötzlich biegt ein riesiger Muldenkipper um die Ecke. Wir sind beeindruckt.

Marius Risse erreicht uns mit einem geländegängigen Auto über die werkseigene Straße. Der 33-Jährige begrüßt uns mit einem festen Handschlag und bietet uns eine kleine Rundfahrt an. Er ist einer der vier Geschäftsführer der Firma Westkalk, die 2007 durch den Zusammenschluss der drei Familienunternehmen Köster, Risse und Weiken entstanden ist. Auf dem Weg in die Mitte des Steinbruchs erleben wir eine surreal wirkende und doch wunderschöne Kulisse. Unten angekommen, türmen sich meterhohe Felswände auf mehreren Sohlen vor uns auf, ein Paradies für Film-Dreharbeiten oder als Kletterwand-Übungspark für Bergsteiger. „Mit Genehmigung ist alles möglich“, lacht Risse. Bei einer von der Tagschicht geparkten Mulde wird uns bewusst, wie klein wir sind – nicht einmal so groß wie ein einzelner Reifen des monströsen Fahrzeugs. „Das, was wir hier abbauen, ist devonischer Massenkalk, der etwa 370 Millionen Jahre alt ist“, erklärt der Westkalk-Geschäftsführer, studierter

Geowissenschaftler. „Das, was wir hier sehen, war einst auf der Höhe von Australien. Das ist im Prinzip ein versteinertes Korallenriff.“ Der Kalkstein aus dem Sauerland hat deshalb eine so gute Qualität, da er einen Calciumcarbonat-Anteil von bis zu 98 Prozent aufweist, lernen wir. Diese chemische Eigenschaft ist genauso qualitätsbestimmend wie die Festigkeit des Gesteins und das Verschleißverhalten. „Wir liefern den Kalkstein vor allem in die Zementindustrie im Raum Erwitte, Beckum und Ennigerloh, an die Bauindustrie – zum Beispiel Betonwerke –, aber auch in die Stahl- und Glasindustrie und in die Landwirtschaft, wo er zu Futtermittel und Dünger für Felder weiterverarbeitet wird.“ Marius Risse fährt uns zu dem Teil des Westkalk-Werks, in dem der abgebaute Kalkstein aufbereitet wird. Auch dort so etwas wie Totenstille an diesem Nachmittag. Stattdessen riesige Schotterberge mit unterschiedlichen Gesteinsgrößen. Am anderen Ende eine große Waage für die Lkw, die das Material abtransportieren.



Geowissenschaftler. „Das, was wir hier sehen, war einst auf der Höhe von Australien. Das ist im Prinzip ein versteinertes Korallenriff.“

Der Kalkstein aus dem Sauerland hat deshalb eine so gute Qualität, da er einen Calciumcarbonat-Anteil von bis zu 98 Prozent aufweist, lernen wir. Diese chemische Eigenschaft ist genauso qualitätsbestimmend wie die Festigkeit des Gesteins und das Verschleißverhalten. „Wir liefern den Kalkstein vor allem in die Zementindustrie im Raum Erwitte, Beckum und Ennigerloh, an die Bauindustrie – zum Beispiel Betonwerke –, aber auch in die Stahl- und Glasindustrie und in die Landwirtschaft, wo er zu Futtermittel und Dünger für Felder weiterverarbeitet wird.“

Marius Risse fährt uns zu dem Teil des Westkalk-Werks, in dem der abgebaute Kalkstein aufbereitet wird. Auch dort so etwas wie Totenstille an diesem Nachmittag. Stattdessen riesige Schotterberge mit unterschiedlichen Gesteinsgrößen. Am anderen Ende eine große Waage für die Lkw, die das Material abtransportieren.

Mit einer Verkaufsmenge von 1,5 Millionen Tonnen Kalkstein aus den Steinbrüchen in Warstein und Rüthen-Kallenhardt ist die Firma Westkalk Teil einer sehr energieintensiven Branche. Marius Risse ist einer der Geschäftsführer des Unternehmens.

Risse macht deutlich, dass sein Unternehmen nach Bergrecht, für das die Bezirksregierung Arnsberg zuständig ist, und nach Abgrabungsrecht, für das der Kreis Soest zuständig ist, abbaut. „Wir müssen für alles, was wir planen und umsetzen wollen, in extrem großen Zeiträumen denken“, erklärt er. 15 bis 20 Jahre sind da keine Seltenheit.

Mit einer Verkaufsmenge von 1,5 Millionen Tonnen Kalkstein aus den Steinbrüchen in Warstein und Rüthen-Kallenhardt ist die Firma Westkalk Teil einer sehr energieintensiven Branche, die natürlich immer wieder zum Politikum und von Umweltschützern und Naturschutzverbänden genau beobachtet wird. „Wir bieten immer wieder an, sich mit uns an ei-

nen Tisch zu setzen“, sagt Risse und zeigt uns auf dem Weg aus dem Steinbruch heraus auch eine innovative Vorbruchanlage, in die Westkalk vor einigen Jahren viel Geld investiert hat, um ressourcenschonender zu arbeiten.

Für jeden Steinbruch müssen Risse und seine drei Mitgeschäftsführer umfangreiche Genehmigungen vorlegen, die auch die Rekultivierung, den Naturschutz und den Schutz des Trinkwassers detailliert regeln. „Es gibt eine Reihe von Renaturierungsmaßnahmen, die als solche aber in der Öffentlichkeit gar nicht wahrgenommen werden. Die Natur holt sich eben vieles von selbst zurück“, erzählt der Geowissenschaftler. Dabei sind auch im Steinbruch Hohe Lieth, obwohl noch aktiv genutzt, Lebensräume für Tier- und Pflanzenarten entstanden, die es vorher nicht gab. Marius Risse zeigt uns auch die Stelle im Gebiet, bei der das Unternehmen für die Renaturierung auf tierische Hilfe setzt. „Sieben Ziegen sorgen hier dafür, dass Bäume und Sträucher beim Wachstum in Schach gehalten werden. Einer unserer Mitarbeiter kümmert sich um die Tiere.“ Wir vom Redaktionsteam sind uns einig, selten eine so faszinierende und industriereizvolle Kulisse in Südwestfalen gesehen zu haben. Mit diesem Gedanken starten wir auf unserer Tour durch Südwestfalen zum letzten Unternehmensbesuch an diesem Tag.



Glanzvoll in die nächste Generation

Der letzte Stopp an diesem Tag führt uns zu einem Handwerksbetrieb nach Menden in den Märkischen Kreis. Dort arbeiten eigentlich fast 300 Angestellte, von denen aber bis auf die Chefs niemand mehr vor Ort ist an diesem Nachmittag. Gebäudereiniger sind Dienstleister und bei Kunden im Einsatz. Sie haben eine besondere Verantwortung, um Räumlichkeiten in Unternehmen, Institutionen oder bei Privatkunden sauber und virenfrei zu halten. Wie erfolgreich das in mittlerweile fünfter Generation funktioniert und was ein Betrieb dafür tun muss, erfahren wir bei der Firma Ziegenhirt



Gebäudereinigung ist nicht nur Fensterputzen: Marlene und ihr Vater Frank Ziegenhirt demonstrieren auf dem Dach ihres Betriebs, wie sich auch Photovoltaikanlagen mit speziellem Equipment mühelos und schnell reinigen lassen.

cken er und seine Tochter müde lächelnd mit den Schultern „Wir haben bislang tatsächlich nur eine geringe Mitarbeiternot. Bislang gibt es jedes Jahr Mitarbeiter, die sich initiativ bei uns bewerben, weil sie woanders unzufrieden sind oder sich nicht ausreichend weiterbilden können. Wir geben unser Bestes, dass das auch in Zukunft so bleibt“, misst Frank Ziegenhirt den Initiativbewerbungen einen extrem positiven Nebeneffekt bei: „Wer eigeninitiiert zu uns kommt und Qualität mitbringt, für den werden wir Aufträge bekommen. Über Empfehlungsmanagement kommen die meisten Neukunden zu uns.“ Die Gebäudereiniger-Branche hat in der zurückliegenden Pandemie um ein Vielfaches an Bedeutung gewonnen und ist aufgrund neuartiger Technologien, eines wachsenden Bedarfs nach Innovation und vor allem aufgrund gestiegener Ansprüche seitens der Kunden in einem steten Wandel. Als einen ständigen Prozess in diesem beschreibt Frank Ziegenhirt die ökologische Anpassung. So hat sein Unternehmen mit Corona-Beginn

15:30 Uhr „Als ich damals hier in den elterlichen Betrieb mit eingestiegen bin, waren unsere Kunden überwiegend Einzelhändler, die Schaufenster hatten, die gereinigt werden mussten, oder sie waren wohlhabende Privatkunden“, erinnert sich Frank Ziegenhirt. Neben ihm hört seine Tochter Marlene, die fünfte Generation, aufmerksam zu. Sie weiß, wie sich die Klientel im Laufe der Jahrzehnte gewandelt hat. „Heute kommen unsere Kunden

überwiegend aus der Industrie und dem privaten Bereich oder sind Institutionen.“ Die Mendener Gebäudereinigung, die seit 117 Jahren in Menden ansässig ist und seit 23 Jahren einen zweiten Standort in Dortmund hat, beschäftigt heute 290 Mitarbeiter und fünf Auszubildende. Frank Ziegenhirt hat immer großen Wert darauf gelegt, dass sein Unternehmen mit Bedacht größer wird. „Ich halte nur etwas von organischem Wachstum“, sagt er. Auf den Fachkräftemangel angesprochen, zu-

in elektrostatische Desinfektionssysteme investiert und sich mit aufkommender Energiekrise unlängst eine Photovoltaikanlage aufs Firmendach setzen lassen. Frank Ziegenhirt ist ein Mann, der Wandel unternehmerisch mit aller Konsequenz lebt und mitgeht. Seine Tochter stieg 2017 ins Unternehmen mit ein, ihr Bruder Jan Anfang 2022. In fünf Jahren wollen die Drei den Nachfolgeprozess vollzogen haben, soll das Ruder komplett übergeben worden sein. Die Ziegenhirts sind zuversichtlich, dass der Prozess gut gelingen wird. „Auch wenn es in unserem beruflichen Alltag natürlich auch Meinungsverschiedenheiten und Diskussionen gibt, verstehen wir uns so gut, dass wir trotzdem noch gemeinsam in den Urlaub fahren“, freut sich der Vater über die Chancen, die seine Erfahrung und sein Netzwerk gepaart mit der IT-Affinität seiner Kinder und deren Ziel, das Unternehmen digitaler aufzustellen, mit sich bringen. „Damit können wir gemeinsam noch einen guten Schritt nach vorne gehen.“

„Robotik noch nicht etabliert“

Dass sich die Gebäudereinigung weiter verändern wird, wissen die Ziegenhirts. Bei der CMS, der internationalen Leitmesse für Reinigung und Hygiene in Berlin, wird das Thema Robotik und der Einsatz unbemannter Roboter größter Schwerpunkt sein. „Noch hat sich die Robotik in der Gebäudereinigung nicht etabliert. Wenn wir aber mal zehn Jahre in die Zukunft schauen, dann werden große Gebäude über Roboter gereinigt werden. Technisch ist da sehr viel möglich, aber noch nichts wirklich serienreif“, sagt Frank Ziegenhirt, der aber zuversichtlich ist, dass seiner ihm nachfolgenden Unternehmensgeneration nicht abrupt die Kunden wegbrechen werden, nur weil Roboter mehr Saug- und Wisch- oder auch Fensterputzarbeiten übernehmen werden. „Ich bin überzeugt davon, dass Roboter einen Gebäudereiniger niemals vollständig ersetzen können, sondern allenfalls als Ergänzung eingesetzt werden, um zeitintensive Tätigkei-

ten zu reduzieren. Aber das alles wird natürlich eine Preisfrage sein.“ Was heute schon die Arbeit der Mendener Gebäudereiniger bestimmt, ist der wohlüberlegte Einsatz von bestimmten Reinigungssubstanzen und Chemikalien und von Reinstwasser. „Wir haben mittlerweile mehrere Umkehrosmoseanlagen und können so auch in großer Höhe von bis zu 20 Metern zum Beispiel Firmenfenster reinigen, ohne dass wir dafür einen Hubwagen benötigen“, berichtet Marlene Nicholls. Die Umkehrosmoseanlagen filtern Fremdstoffe aus dem Leitungswasser heraus, bis Reinstwasser entsteht. Dieses wird vom Boden aus durch spezielle Carbon-Teleskopstangen in die Reinigungsbürste gepumpt. Das entionisierte Wasser wirkt stark reinigend und trocknet ohne Rückstände ab. „Die Flächen müssen also nicht mehr abgezogen werden oder trocknen. Das ist mittlerweile ein riesiger Vorteil für uns und natürlich ein Kostenvorteil für den Kunden, da wir so ohne viel Aufwand auch in großen Höhen arbeiten können.“



Wie werden wir erfolgreich nachhaltig und nachhaltig erfolgreich?

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Die Sparkassen-Finanzgruppe ist der größte Mittelstandsfinanzierer Deutschlands. Wir helfen Ihnen, aus den großen Herausforderungen der Zukunft noch größere Chancen für Ihr Unternehmen zu machen. Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne. [sparkasse-siegen.de](https://www.sparkasse-siegen.de)

Weil's um mehr als Geld geht.



Sparkasse
Siegen

Kundenbindung im gewerblichen Hochbau: Wie die J. Lehde GmbH Emotionalität und Digitalisierung im B2B-Bereich einsetzt

➤ Die J. Lehde GmbH, renommierter Generalunternehmer für den gewerblichen Hochbau, hat eine einzigartige Herangehensweise entwickelt, um Kundenbindung im B2B-Bereich zu fördern. Gleichzeitig hat das Lehde-Team die Digitalisierung vorangetrieben und kann so die emotionalen Komponenten im B2B-Bereich mit modernsten technischen Skills flankieren. Das Unternehmen hat im Laufe der Jahre eine starke Kundenloyalität aufgebaut, indem es auf die Bedürfnisse und Perspektiven seiner Kunden unmittelbar und sehr individuell eingeht



Johannes Lehde und Martin Butz, Geschäftsführer der J. Lehde GmbH. Sie führen das Unternehmen in 3. Generation.

Nicht nur in der Beziehung zu privaten Endkunden, auch im B2B-Bereich spielen Emotionen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Kunden langfristig zu binden. Dabei handelt es sich zwar um eine andere Kategorie von Emotionen als im B2C-Bereich, aber sie sind dennoch von großer Bedeutung. Während private Endverbraucher von Produktimage und von Leistungsversprechen beeinflusst werden, geht es im B2B-Bereich eher um Kundenbindung und Kundenperspektive – und zwar von Beginn des Projektes an. Jedes Lehde-Bauprojekt ist ein Unikat; in jedem Projekt ist Dialog auf Augenhöhe, Verständnis der Kundenwünsche und Vertrauen wichtig und beginnt bei jedem Projekt grundsätzlich am Nullpunkt. Die große Anzahl von Stammkunden zeigt, dass Grundvertrauen wachsen kann und etliche Kunden entweder stark dazu neigen, den Auftrag bei Lehde zu platzieren – oder gar nicht erst Alternativen einholen. Denn es wird in diesen Fällen ohnehin davon ausgegangen, dass Leistungen und Preise von Lehde reell sind. Gleichzeitig hat Lehde im Bereich Building Information Modelling (BIM) seine Kompetenzen ausgeweitet. Building Information Modeling (deutsch: Gebäudedatenmodell-



Spezialisten bei der Herstellung von Stahlbetonfertigteilen in der Produktionshalle der J. Lehde GmbH. Digitalisierung und engste Teamarbeit sind Garantien für den Erfolg.



lierung) ist ein digitaler und integrativer Ansatz für die Abwicklung von Projekten in der Baubranche. Damit lassen sich alle architektonischen, technischen, physikalischen und funktionalen Bauwerksdaten digital visualisieren. Das Ergebnis ist ein intelligentes Gebäudedatenmodell – das sogenannte BIM. Mit den BIM-Daten können aber auch CNC-Maschinen oder – im konkreten Fall bei Lehde – Biegemaschinen für Bewehrungsstahl angesteuert werden. So macht die digitale Datenhaltung im BIM-Rahmen die Automatisierung erst möglich.

Auf das BIM-Modell haben alle Projektplaner Zugriff – zu jeder Zeit und von jedem Ort aus. BIM findet nicht nur in Kalkulation und Bauplanung Anwendung. Auch in der Bauausführung, im Innenausbau, in der Vermarktung des Objekts und sogar im späteren Facility Management bietet der Ansatz Vorteile. Somit können nahezu alle Phasen im Projektlebenszyklus ganzheitlich betrachtet werden.

BIM ist für Lehde der Pfad weg vom analogen Arbeiten, weg von Papier, weg von selbstgebastelten Excel-Tabellen, weg von Redundanzen, weg von Dateninseln im Unternehmen und hin zu einer konsistenten Datenbasis, auf die auch externe Fachplaner zugreifen können, um das betreffende Bau-Projekt zu realisieren. Wobei zur Realisierung vor allem auch Virtualität gehört: so sieht der Kunde sehr früh am Anfang der Planung sein Gebäude bereits als digitalen Zwilling auf dem Bildschirm, kann virtuell durch das Gebäude laufen und kann gemeinsam mit den Planern festlegen, an wel-

che Stelle vielleicht noch ein Fenster oder eine Laderampe hin kommen soll. Für die Praktiker bei Lehde bedeutet dies: Im haus-eigenen Stahlbetonfertigteilwerk müssen die Daten aus dem Technischen Büro nicht noch einmal gesondert aufbereitet werden, sondern fließen gleich in die Produktion ein. Auf der Baustelle kann der Polier auf seinem Tablet ebenfalls am hoch detaillierten 3-D-Modell erkennen, wie genau die angelieferten Stahlbetonfertigteile (Wände, Stützen, Dachbinder) miteinander kombiniert und montiert werden müssen.

Rainer Hentschel, Leiter Kalkulation bei Lehde, erklärt: „Manchmal können Kunden, obwohl selbst Unternehmer, ihre Vorstellungen noch nicht genau benennen. Es mangelt ihnen auch manchmal an räumlicher Vorstellungskraft.“ Aus diesem Grund geht Lehde bereits frühzeitig in Vorleistung, indem es eigene Leistungen wie Vorplanung, Visualisierung und Kunden-Workshops anbietet, um die Kunden in den Prozess einzubeziehen. Mithilfe von 3D-Visualisierungen können die Kundenunternehmen sehen, wie ihre zukünftigen Gebäude aussehen werden. Dies erleichtert das gemeinsame Verständnis für das bevorstehende Bauprojekt. Zusätzlich legt Lehde großen Wert auf ein straffes Projektmanagement, um die Aufträge reibungslos abzuwickeln zu können.

Diese Vorgehensweise hat dazu geführt, dass Lehde seit Jahrzehnten eine starke Kundenloyalität verzeichnet. Zu den langjährigen Kunden zählten in den 90er und Nuller Jahren Unternehmen wie die Warsteiner Brauerei und der Feingebäck-Spezialist

Kuchenmeister in Soest. In den letzten Jahren konnten auch zahlreiche neue „Wiederholungstätter“ im Bereich schlüsselfertiger Bauten gewonnen werden, die bei Lehde wiederholt Industriehallen und Bürogebäude in Auftrag geben.

CSC-Zertifikat in Gold



Die J. Lehde GmbH ist einer von nur zehn CSC-zertifizierten Stahlbetonherstellern in Deutschland. Das CSC-Zertifikat in Gold wurde im Juni an das Unternehmen verliehen. Darüber freuen sich (v. l.) Johannes Lehde (Geschäftsführer), Timo Gliebner (Umweltmanagementbeauftragter) und Martin Butz (Geschäftsführer). Das Concrete Sustainability Council (CSC) fördert die Transparenz über den Herstellungsprozess von Beton und dessen Wertschöpfungskette sowie die Auswirkungen auf das soziale und ökologische Umfeld. Die CSC-Zertifizierung führt somit zu einer kontinuierlichen Steigerung im nachhaltigen Wirtschaften der Zement-, Rohstoff- und Betonindustrie. Die Branche leistet damit ihren Beitrag für das nachhaltige Bauen in Deutschland.



Das Gebäude der AUDAX Steuerberater und Wirtschaftsprüfer in Arnsberg: hoch energieeffizient und auf die unmittelbare Zusammenarbeit und Kommunikation der Menschen hin konzipiert.

Das Stahlbetonfertigteilwerk der J. Lehde GmbH am Soester Stadtrand. Seit 1946 Stammsitz der Firma.



Langjährige Kundenbeziehungen

Ein herausragendes Beispiel ist die langjährige Kundenbeziehung mit dem Autoteile-Lieferanten aft automotive in Greven. Lehde hat bereits vier Projekte für aft automotive umgesetzt, und die Zusammenarbeit dauert bereits mehr als zehn Jahre. aft schätzt die Zuverlässigkeit von Lehde und die Fähigkeit des Unternehmens, über den Tellerrand hinauszudenken. Lehde zog beispielsweise einen Logistikfachplaner hinzu, um das neue Logistikzentrum zu entwickeln, was sich positiv auf das Endergebnis auswirkte. Neben aft automotive hat Lehde auch für die westfälische Kran-Verleihfirma Bracht mehr als zwölf Bauvorhaben erfolgreich umgesetzt. Dabei handelte es sich um Neu- und Anbauten von Büro- und Sozialgebäuden sowie Fahrzeughallen.

Über die J. Lehde GmbH


Das Unternehmen wurde 1946 gegründet und machte sich zunächst als Spezialist für Betonfertigteile einen Namen. Inzwischen hat sich Lehde auch durch Architekturleistungen (Planung und Projektentwicklung) für Industriebauten eine umfangreiche Reputation erworben. Die Kompetenzen liegen in den Bereichen Beratung, Planen und Bauen sowie in der Herstellung von schlüsselfertigen Industriebauten und Betonfertigteilen. Das Unternehmen aus Soest (Westf.) befindet sich seit jeher in Familienbesitz und beschäftigt derzeit 135 Mitarbeiter. Geschäftsführer sind Martin Butz und Johannes Lehde.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei Lehde-Projekten ist die effektive Koordination aller Projektbeteiligten, einschließlich des Bauherren, während der Planungs- und Ausführungsphase. Dadurch werden passende, pünktliche und budgettreue Ergebnisse erzielt. Ein weiterer Pluspunkt für die Kunden ist die Kontinuität der Ansprechpartner. Diese Maxime gilt nicht nur für die Abwicklung eines einzelnen Projektes, sondern auch für Kunden, die im Laufe der Jahre mehrere Aufträge bei Lehde vergeben. Neben Neubauten geht es regelmäßig um Betriebserweiterungen, Anbauten, Umbauten und Maschinenfundamente. Lehde erledigt auch kleinere Projekte wie Wanddurchbrüche, Roboterfundamente, statische Untersuchungen, Planung und Errichtung von Parkflächen oder die Stellung von Bauanträgen für Lagerflächen mit Einzäunung. Durch diese umfassenden Leistungen zeigt Lehde den Kunden, dass sie verstanden werden und dass ihnen lästige Arbeiten abgenommen werden.

Auch im Fertigteilbereich gibt es zahlreiche „Wiederholungstäter“, die das Fachwissen des Ingenieurbüros schätzen und von den immer gleichen Ansprechpartnern betreut werden. Eines dieser Unternehmen ist die deutsche Auto-Waschstraßen-Kette Mr. Wash. Lehde hat in den letzten zwölf Jahren an Standorten wie Dortmund, Hannover, Mannheim, Kassel, Saarbrücken, Mülheim Stahlbetonfertigteile geliefert und beim Bau der Waschstraßen geholfen. Derzeit arbeitet Lehde an der Statik für das nächste Projekt in Heidelberg. Jede Waschstraße ist einzigartig, sodass immer wieder neue Planungen erforderlich sind. Die Zusammenarbeit mit dem Hausarchitekten von Mr. Wash ist sehr

gut eingespielt, wie Stephan Rabe, Projektleiter bei Lehde, berichtet.

Auch bei den Bauvorhaben für Valhalla/Briloner Leuchten herrscht eine gute Arbeitsatmosphäre. Lehde hat bereits drei Projekte für die Verlagerung des Unternehmens von Brilon nach Meschede realisiert. Dabei wurde ein Lager und eine Kommissionierungshalle mit einer Gesamtfläche von 16.800 m² errichtet. Es folgte eine Hallenerweiterung mit Büro auf 5.200 m² und schließlich der zweigeschossige Neubau der Verwaltung mit einer Gesamtfläche von 5.700 m². Die Kommunikation zwischen Lehde und dem Planer des Bauherrn verläuft auch hier direkt und unmittelbar.

Die J. Lehde GmbH ist stolz darauf, langfristige Kundenbeziehungen aufgebaut zu haben und ihren Kunden zu helfen, ihre Bauprojekte erfolgreich umzusetzen. Durch ihre individuelle Betreuung, das Verständnis für Kundenbedürfnisse und die hohe Qualität ihrer Leistungen ist die J. Lehde GmbH zu einem vertrauenswürdigen Partner im gewerblichen Hochbau geworden. 



J. Lehde GmbH
Sassendorfer Weg 8
59494 Soest
Tel.: 02921/8906-0
info@lehde.de
www.lehde.de

 Südwestfalen
ALLES ECHT!

Schon beworben?

AWARD FÜR ERFOLGREICHES ARBEITGEBERMARKETING

2023 IN SÜDWESTFALEN



Jedes Jahr zeichnet die Südwestfalen Agentur GmbH ein Unternehmen aus Südwestfalen für besonders vorbildliche Strategien und Maßnahmen im Bereich Arbeitgebermarketing aus.

Bewerben Sie sich bis zum 25.08.2023 –
präsentieren Sie Ihre Employer Branding Maßnahmen und werden so zum
Best Practice-Beispiel!

jetzt-zusammenstehen.de/agm-award



Erst gefragt, dann gebremst

➔ Das Baugewerbe gilt als bedeutsamer Wirtschaftszweig in Deutschland. Hat die Schlüsselbranche die gesamtdeutsche Volkswirtschaft in den Corona-Jahren 2020 und 2021 gestützt, wurde sie 2022 durch den Krieg in der Ukraine stark gebremst, angesichts von Materialmangel und stark steigender Baumaterialpreise. Die Energie- und Klimakrise und der Fachkräftemangel tun ihr Übriges. Kein Wunder also, dass der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDB) der Bauwirtschaft für 2023 trübe Aussichten prognostiziert hat, die sich auch bei den Bauunternehmen in Südwestfalen bemerkbar machen. Trotzdem sind der Verband und die Unternehmen der Branche zuversichtlich

Text: Simke Strobler



„Besonders dramatisch sind die Einbrüche im Wohnungsbau“, sagt Sebastian Quast, Vorstandsvorsitzender der Otto Quast Bau AG in Siegen, die an fünf Standorten – vier in Nordrhein-Westfalen und Sachsen, einer in Polen – 600 Mitarbeiter beschäftigt. „Es herrscht eine ungesunde Mischung aus gestiegenen Herstellungskosten sowie einem schnell angestiegenen Zinsniveau.“ Aus seiner Sicht ist der vom Bauverband prognostizierte Umsatzrückgang absolut realistisch. Zurückhaltung merkt sein Unternehmen auch bei den Industriekunden. „Wir befinden uns aktuell in einem wirtschaftlichen Klima, das nicht auf Wachstum steht. Dazu kommen immer noch Unsicherheiten auf Beschaffungs- und Absatzmärkten durch den Krieg in der Ukraine und andere Rahmenbedingungen. Das fördert die Investiti-

onsbereitschaft nicht gerade“, sagt Quast, zeigt sich trotz der Umstände aber bei seinem Unternehmen zufrieden mit dem Geschäft der ersten sieben Monate des Jahres. Auch Johannes Lehde, Geschäftsführer der Firma J. Lehde in Soest und Chef von 137 Mitarbeitern am Standort, gesteht, dass der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes mit seiner Prognose für 2023 zum Teil recht hatte. In Bezug auf sein Unternehmen sieht Marc Alexander Runkel, geschäftsführender Gesellschafter der Firmengruppe Runkel in Siegen und Chef von 170 Mitarbeitern an insgesamt drei Standorten, die Prognose des ZDB noch nicht bestätigt, erwartet für 2023 sogar einen gestiegenen Umsatz. „Das hat allerdings auch mit den Preissteigerungen der letzten Jahre zu tun, die ebenfalls

zu Umsatzsteigerungen führten. Allgemein ist die aktuelle Auslastung noch sehr hoch, allerdings erhöht das brachliegende Geschäftsfeld Wohnungsbau den Druck für die Akquise von Projekten aus anderen Projektkategorien.“ Hier gehe es darum, die Auslastung auch für das Jahr 2024 und die Folgejahre zu sichern, so Runkel. Während Johannes Lehde aktuell vor allem die Bürokratie und „Regelungswut“ beklagt, nennt Runkel als größte Herausforderung den „nur sehr schwer zu deckenden Bedarf an Fachpersonal“ und die immer noch sehr hohen Materialpreise. „Die Kosten für Material, Energie und Personal steigen. Das macht die Kalkulation bei Projekten schwierig“, weiß auch Sebastian Quast. „Außerdem geht es bei manchen Projekten über die Budgetgrenze der Kunden, so dass diese nicht realisiert werden können oder zumindest verschoben werden. Das trifft den Bauprodukt allgemein.“ Sein Unternehmen merke, dass Kunden länger als früher für die Entscheidung brauchen, ob sie bauen oder nicht. „Steht die Entscheidung, kann es bis zum Baustart noch einige Zeit dauern. Immer häufiger treten vor Projektbeginn Dinge auf, die noch geklärt werden müssen, Genehmigungen stehen aus und so weiter. Das macht auch die Kapazitätsplanung schwierig.“ Was das Thema Fachkräftemangel betrifft, hat Quast die Hoffnung, dass sich in Zukunft wieder mehr junge Menschen für das Handwerk als Karriereweg entscheiden und merken, dass dort zukunftsfähige Berufe zu finden sind,



Marc Alexander Runkel (auf dem Foto in der Mitte) von der Firmengruppe Runkel in Siegen sieht das Thema Grünes Bauen aktuell in der öffentlichen Diskussion stärker verankert, als es im Markt aus seiner Sicht tatsächlich abgefragt wird.

die abwechslungsreich und anspruchsvoll sind und auf die man beziehungsweise frau mit Recht stolz sein können. „Wir als Gesellschaft benötigen einen soliden Grundstock an Fachkräften in diesen praktischen und wichtigen Bereichen.“

Brachliegender Wohnungsbau

Denn gerade der Wohnungsbau und die energetische Gebäudesanierung würden nur mit genügend Beschäftigten im Bausektor möglich sein, weiß Holger Schwannecke, Generalsekretär des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH). Er macht in einem Interview klar, dass die Politik nun entschieden daran mitwirken müsse, zu verhindern, dass diese Beschäftigten in andere Branchen ausweichen. Das sagt er vor dem Hintergrund, dass sich die Bundesregierung selbst hohe Ziele beim Thema Wohnungsbau gesetzt, die Ziele aber bislang verfehlt hat. Eigentlich hatten sie sich vertraglich verpflichtet, jährlich 400.000 neue Wohnungen in Deutschland zu bauen. 2022 wurden gerade einmal 280.000 fertiggestellt. Beim jährlichen Wohnungsbautag Ende April warnten Experten: Wenn sich jetzt nichts ändert, werden die Neubauzahlen bis 2025 weiter sinken. Damit droht Chaos auf dem Wohnungsmarkt: Schon jetzt fehlen in Deutschland 700.000 Wohnungen, so die Experten-Prognosen.

„Das modulare Bauen bietet deutliche Vorteile vor allem in puncto Terminsicherheit, Qualitätstreue und nicht zuletzt der Reduktion des Materialverbrauchs.“

Marc Alexander Runkel

noch ein paar Monate zu warten. „Dafür muss aber im Idealfall nachher weniger nachgesteuert werden.“ Das könnte sogar letztendlich schneller und vor allem weniger geräuschärmer zum Ziel führen. Für Bauwillige wünscht er sich Maßnahmen, die das Bauen wieder für eine breite Menge erschwinglich machen. „Das kann

Auch die Bauunternehmen in Südwestfalen wünschen sich Signale seitens der Politiker und „dass sich die Politik wieder stärker an der Wirklichkeit der Bürger und der Unternehmen orientiert, statt sich in ideologisch motivierten Debatten zu verlieren“, fordert Marc Alexander Runkel. Der Themenschwerpunkt brachliegender Wohnungsbau bedürfe dringend einer klaren politischen Agenda zur Wiederbelebung, um damit einen stabilen Rahmen für Entscheidungen von Nutzern und Investoren zu bilden, sagt er.

„Wenn die im Baubereich in den vergangenen Jahren mühsam aufgestockten Kapazitäten nicht wegbrechen sollen, muss Politik die Planungs- und Genehmigungsverfahren beschleunigen, für eine verlässliche Förderkulisse sorgen sowie für insgesamt geeignete Rahmenbedingungen zum Beispiel bei Steuern“, sagt Holger Schwannecke. Und auch Sebastian Quast macht deutlich, dass Menschen Planungssicherheit brauchen, um sich entfalten zu können. Das gelte auch für die Durchführung von notwendigen Baumaßnahmen. „Aktuell habe ich den

Eindruck, dass das Auftreten der aktuellen Regierung nicht gerade die aktuell benötigte Sicherheit vermittelt. Da würde ich mir wünschen, dass vielleicht die ein oder andere Maßnahme weniger überhastet, sondern wohlüberlegt getroffen wird.“ Auch wenn das bedeute, mit dem einen oder anderen Vorhaben

Papier horten war gestern

Dank digitaler Dokumentenprozesse zum papierarmen Büro



Profitieren Sie von der Vielzahl an Vorteilen des Dokumenten-Managements:

Effizienz, Flexibilität, Kostenreduzierung, Kundenzufriedenheit und Datensicherheit. Digitale Arbeits- und Dokumentenprozesse machen es möglich. Papier horten war gestern.

Als kompetenter Partner stehen wir Ihnen vom Erstgespräch über die Einführung bis zum dauerhaften Support Ihres Dokumenten-Managements zur Seite. Wir freuen uns, Sie auf dem Weg zum papierarmen Büro begleiten zu dürfen.

praedata
... wir optimieren Dokumentenprozesse

Empfindet die Bürokratie und „Regelungswut“ aktuell als große Herausforderung für sich und sein Unternehmen: Johannes Lehde, Geschäftsführer der Firma J. Lehde in Soest.

zum einen durch ausreichende finanzielle Förderungen geschehen. Aber bevor mehr Geld ausgegeben wird, sollte man sich die technischen Vorschriften für Gebäude anschauen und überprüfen, an welchen Stellen sie die Errichtung von Bauwerken verteuern, ohne einen entsprechenden Mehrwert an Sicherheit oder Komfort zu erzielen.“ Des Weiteren, so Quast, sollte der Einsatz von wiederverwendeten Baustoffen erleichtert werden. „Die Bauwirtschaft steht hier in den Startlöchern und würde gern mehr tun, als man ihr und den Bauherren zugesteht.“

Nachhaltigkeit wichtigster Trend der Branche

Immer mehr Investoren, Bauherren und natürlich auch das Handwerk interessieren sich dafür, wie verbaute Materialien und Produkte hergestellt wurden und welche Auswirkungen sie auf die Bewohner eines Hauses haben. Sie wollen aber auch wissen, wie sich die produzierenden Unternehmen engagieren – auf dem Markt, gegenüber der Umwelt, gegenüber Mitarbeitern und der Gesellschaft. Auch für große Konzerne und öffentliche Auftraggeber spielen diese Aspekte bei Ausschreibungen eine immer größere Rolle.

„Unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht und die CSC-Zertifizierung in Gold haben wir erreicht. Aber wir werden Digitalisierung und Nachhaltigkeitsthemen noch weiterentwickeln.“

Johannes Lehde

Um die Nachhaltigkeit der Produkte und das Engagement in die Öffentlichkeit zu tragen, setzen Unternehmen immer häufiger auf einen Nachhaltigkeitsbericht. So kann ein Unternehmen nicht nur das eigene Handeln zeigen, sondern auch Glaubwürdigkeit und Transparenz auf Basis nachvollziehbarer Zahlen, Daten und Fakten vermitteln.

In der Baubranche in Deutschland haben bereits erste Unternehmen mit dieser Form der Berichterstattung begonnen, auch das Unternehmen von Johannes Lehde, das jetzt das internationale Zertifikat für eine nachhaltige Betonindustrie des Concrete

Sustainability Council (CSC) in Gold führt und damit einen weiteren wichtigen Meilenstein in seiner Nachhaltigkeitsstrategie erreicht hat. Gegenüber anderen Branchen, da sind sich Experten allerdings einig, besteht jedoch noch deutlicher Nachholbedarf in der Bauindustrie.

Trotzdem: Das Thema Nachhaltigkeit gilt trotz der Bemühungen, günstiger zu bauen, als eines der wichtigsten Trends der Branche für 2023 und die Zukunft. Sebastian Quast bestätigt, dass Kunden bereits jetzt auf die Einhaltung der Nachhaltigkeitskriterien Environment, Social und Governance (ESG) achten – nicht nur aus ethischen Gründen, sondern weil Fördergelder an der Einhaltung von ESG-Kriterien hängen. Eine aktuelle Studie bekräftigt, dass grünes Bauen künftig sogar wettbewerbsentscheidend in der Bauwirtschaft sein wird. Davon geht auch Marc Alexander Runkel aus und berichtet von vereinzelt Kunden, die die Einhaltung der ESG-Kriterien thematisieren. Aktuell sei allerdings noch eine große

Unsicherheit vorhanden, wie die Kriterien beim Bauen genau einzuhalten sind. „Grünes Bauen ist aktuell in der öffentlichen Diskussion stärker verankert, als es im Markt dann tatsächlich abgefragt wird, zumal sich vor dem Hintergrund stark gestiegener Baupreise bei vielen

Bauherren vordringlich wirtschaftliche Fragen zum Projekt stellen“, sagt Runkel. „Wichtig ist, dass nachhaltiges Bauen sich nicht ausschließlich auf grünes Bauen beschränkt und nicht nur augenscheinlich praktiziert wird.“

Vorzüge des modularen Bauens

Dr. Stephan Anders von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen ist überzeugt, dass sich der Fokus vom Neubau hin zur energetischen Sanierung verschieben wird: Wenn neu gebaut werde, dann mit



Foto: Katrin Kaiser

hohem Nachhaltigkeitsanspruch. Sebastian Quast bekräftigt das. Vor Kurzem war der Siegener mit seinem Unternehmen Aussteller bei der Messe BAU 2023 in München, deren Leitthemen sich auch mit der Herausforderung Klimawandel, der Zukunft des Wohnens, mit Ressourcen und Recycling sowie der digitalen Transformation und dem Thema des modularen Bauens beschäftigt haben. Sebastian Quast ist von einer massiven Bauweise überzeugt. „Sie bringt im Vergleich zum Leichtbau erhebliche Vorzüge in Bezug auf den Schallschutz und die Fähigkeit als Temperaturpuffer zu agieren. Darüber hinaus sehe ich in der Langlebigkeit eines Gebäudes einen weiteren Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Jedes Gebäude, das ich wegen der guten Qualität seiner äußeren Hülle nicht abreißen muss, sondern im Bedarfsfall umnutzen kann, hilft ganz konkret, Ressourcen zu sparen. Diese dauerhafte Bauweise mit einer wartungsarmen Fassade unterstützen wir.“

Das modulare Bauen wird für die gesamte Baubranche zunehmend interessanter. Denn dem Modulbau wohnt der Gedanke des kreislaufbasierten Bauens inne. Für dieses ist es wesentlich, alle Produkte, Materialien und Rohstoffe nach Ablauf ihrer Nutzung wiederzuverwenden – und genau das ist mit dem Modulbau möglich. Da der größte Teil des Gebäudes in einer Werkshalle gefertigt wird und die einzelnen Komponenten erst auf der Baustelle zusammengesetzt werden, können sie so auch demontiert und bei Bedarf an anderer

Stelle wieder eingesetzt werden. So kann aus einem Einfamilienhaus in kürzester Zeit problemlos ein Studentenapartment entstehen und die Module und Materialien nachgenutzt werden, auch wenn sich die Anforderungen an ein Gebäude verändern.

„Der Trend zum modularen Bauen ist kein neuer Trend und die Firmengruppe Runkel ist mit ihren zwei Stahlbeton-Fertigteilverken seit Jahrzehnten stark in dieser Technologie

involviert“, sagt Marc Alexander Runkel. Allerdings sei die Vorfertigung bis hin zum modularen Bauen im Wohnungsbau nicht die vorherrschende Bauweise. „Das hat mit vielen Einflussfaktoren zu tun und es ist dementsprechend nicht zu erwarten, dass sich der Anteil modularen Bauens hier in kürzerer Zeit deutlich erhöht“, glaubt er. „Sicher bietet das modulare Bauen aber in vielen Projektkategorien deutliche Vorteile vor allem in puncto Termisicherheit, Qualitätstreue und nicht zuletzt der Reduktion des Materialverbrauchs. Wichtig ist, dass der Gedanke bereits im Entwerfen umgesetzt wird. Modulares Bauen ohne modulare Pläne führt nicht zum Erfolg.“ Auch Sebastian Quast und Johannes Lehde sind vom Modulbau überzeugt. „Als Hersteller von Stahlbetonfertigteilen liegt das modulare Bauen in unserer DNA“, sagt Lehde. „Mit Blick auf Hallen und andere Zweckbauten entwickeln wir das modulare Bauen mit Hochdruck weiter, insbesondere, indem wir auf der Digitalebene Komponenten mehr oder weniger vordefinieren, so dass Fertigung und Montage nachher schneller und präziser erfolgen können.“ Quast ergänzt:

„Wir merken, dass Kunden länger als früher für die Entscheidung brauchen, ob sie bauen oder nicht. Steht die Entscheidung, kann es bis zum Baustart noch einige Zeit dauern.“

Sebastian Quast

„In Zeiten eines enorm hohen Bedarfs an Wohnraum und Flächen für Produktion, Gewerbe und Handel sehe ich darin einen Baustein, um dieser Herausforderung zu

begegnen. Dadurch, dass Prozesse von der Baustelle in die Fabrik verlagert werden, ergibt sich ein großes Potenzial, weil Arbeiten im Werk und draußen am Gebäude parallel ablaufen können. Außerdem kann das serielle Bauen Kosten sparen, wenn man in

Bausystemen denkt, bei denen einmal geplante Elemente bei mehreren Projekten zum Einsatz kommen.“

„Wir brauchen jetzt kluge Investitionsanreize“

Explodierende Baustoffpreise, knappes Baumaterial und eine hohe Inflation – die unsichere weltwirtschaftliche Lage macht eine genaue Konjunkturprognose für die Bauwirtschaft derzeit für alle Experten schwierig. Einig sind sich alle, dass der Fachkräftemangel das weitaus größte Risiko für die Bauwirtschaft birgt. Denn in den nächsten Jahren werden deutlich mehr Fachkräfte in den Ruhestand gehen als jüngere nachrücken werden. Der Fachkräftemangel am Bau wird langfristig den Druck auf die gesamte Wertschöpfungskette erhöhen. Deshalb fordert der ZDB mit dem Optimismus, dass die Baubranche sich durch die letzten wirtschaftlich guten Jahre ein solides Polster ansparen konnte und die Betriebe genug Eigenkapital haben, um die Krise zu überstehen: „Wir brauchen jetzt kluge Investitionsanreize sowie öffentliche Investitionen, damit es bei der Delle bleibt und damit wir unsere Fachkräfte in der Branche halten können. Denn die Baubedarfe sind ja unbestritten da, egal ob Infrastruktur, Wohnungsbau oder energetische Sanierung.“



Foto: Siran Mushi

Sebastian Quast, Vorstandsvorsitzender der Otto Quast Bau AG in Siegen, sieht in der Langlebigkeit eines Gebäudes einen wichtigen Schlüssel zur Nachhaltigkeit.



IRGENDWIE

KAM DIESER

SOMMER

5 KILO

ZU FRÜH.

Jetzt online
EMS-Check
machen



fitness-co.com



@fitnessundco

9 Mal in
Deiner Region

Am Puls der Zeit die Zukunft aufbauen

➔ Kostengünstig und multimodular bauen mit OTTO QUAST



Modulbau weitergedacht: Der Messeauftritt von OTTO QUAST zeigt im Kleinen, wie die großen Trends von morgen aussehen.

die wir im Standardprogramm fertigen. Der Innenausbau ist individuell gestaltbar und kann auch nur als Teilausbau erfolgen. So wird mit wenigen Bauteilen eine kostengünstige Hülle geschaffen, die wartungsarm ist, den Wärmeschutz-Standards entspricht und innen ganz flexibel gestaltet werden kann. Ob es sich hierbei um Bürogebäude, Ein- oder Mehrfamilienhäuser, Studentenwohnheime oder Altenheime handelt, bleibt ganz dem Bauherrn überlassen.“ Zu den Standard-Fertigteilelementen zählen auch geradläufige Treppen sowie Großformatplattendecken. Durch die schnelle Montage vor Ort und die entfallenden Schalarbeiten auf der Baustelle wird die Bauphase weiter erheblich verkürzt. Aber auch, wer ganz individuell bauen möchte, ist bei OTTO QUAST an der richtigen Adresse.

Expertenwissen, Wertbeständigkeit, Zukunftsorientierung. Wer als Traditionsunternehmen auf eine über 75-jährige Historie zurückblicken kann, der hat vor allem eins gesammelt: Erfahrung. Doch die allein genügt nicht, um ein Unternehmen auch weiterhin erfolgreich zu leiten, weiß Sebastian Quast, Diplom-Wirtschaftsingenieur und Vorstandsvorsitzender der OTTO QUAST Bau AG, der das Unternehmen in mittlerweile vierter Generation führt. „Man darf sich nicht auf seinen Erfolgen ausruhen, sondern muss am Puls der Zeit bleiben – das bedeutet auch, Trends frühzeitig zu erkennen und für seine Kunden nutzbringend zu erschließen, um den Unternehmenserfolg auch für die Zukunft zu sichern.“ Und so haben die Bauexperten von OTTO QUAST ihre Kompetenzen im Wandel der Zeit stets ausgebaut. Heute bietet das Unternehmen alle Leistungen für einen hochwertigen und zugleich wirtschaftlichen Industrie- und Gewerbebau: vom klassischen Hoch- und Tiefbau mit eigenem Personal über den Spezialtiefbau, die Sanierung und die Koordination der schlüsselfertigen

Ausbaugewerke bis hin zur Produktion von Betonfertigteilen. Derzeit sieht sich das Unternehmen mit neuen Herausforderungen der aktuellen Gegenwart konfrontiert. Und erneut weiß man auch in dieser Generation auf die Fragen der Zeit die richtigen Antworten zu finden. „Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz sind aktuell die größten Treiber unserer Gesellschaft. Gleichzeitig sehen sich Städte und Gemeinden einem voranschreitenden Wachstum gegenübergestellt.

Investitionssicher und nachhaltig

Unsere Gesellschaft wächst. Deshalb suchen wir gemeinsam mit den Vertretern aus Politik und Wirtschaft nach Lösungen, dieses Wachstum machbar zu gestalten“, erläutert Sebastian Quast und führt weiter aus: „Wir möchten unseren Teil dazu beitragen, günstige Wohn- und Produktionsflächen zu schaffen – schnell, nachhaltig, für gewerbliche und private Nutzung. Mit unseren Systemwänden haben wir dafür die Voraussetzungen geschaffen. Hierbei besteht die Gebäudehülle aus flexibel kombinierbaren Wandtypen,

MULTIMODULAR
FAKTOR FÜR MEHR VIELFALT

VIELFACH EINZIGARTIG.
Nachhaltig multimodular bauen mit OTTO QUAST –
Flexibilität in Form und Material.



Vorstandsvorsitzender Sebastian Quast: „Das Bauen der Zukunft wird multimodular – nachhaltig, individuell, ästhetisch.“

Neben den klassischen Mauerwerks- und Ortbetonarbeiten spezialisierte sich das Unternehmen schon vor über 55 Jahren auf den Modulbau. Die Bauweise mit vorgefertigten Elementen, die auf der Baustelle zusammengeführt werden, spart enorm viel Zeit ein. Als einer der Vorreiter sah OTTO QUAST bereits sehr früh die Möglichkeiten des modularen Bauens und hat für Kunden die Vorteile dieser Bauweise in vielzähligen Projekten unter Beweis gestellt. Dabei hat das Unternehmen die Entwicklung des Modulbaus stets vorangetrieben und in die Zukunft gedacht.

Modulbau weitergedacht

Auf der diesjährigen BAU in München, der Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, hat OTTO QUAST eindrucksvoll bewiesen, wie Modulbau weitergedacht wird. Unter dem Motto „MULTIMODULAR^o – Faktor für mehr Vielfalt“ präsentierte das Unternehmen die Zukunft des modularen Bauens erweitert um das Thema Materialvielfalt in Form ihres eigenen Messeauftritts: Ein prototypischer Messecontainer, der aus massiven Betonfertigteilen und ergänzenden Elementen aus Lehm, Glas und Holz die Vorteile unterschiedlicher Materialien miteinander kombiniert und dabei individuelle Akzente setzt. Besonderes Highlight: Die Außenfassade in attraktiver Fotobeton-Optik – einer innovativen Ver-

edelungstechnik, die es erlaubt, die Betonfassade mit Designelementen wie Texten, Grafiken und Logos bis hin zu komplexen Bildmotiven individuell zu gestalten. Ein sichtbarer Eyecatcher, der bereits von Weitem die Blicke auf sich zog und viele staunende Besucher an den Stand lockte. „Das Interesse war enorm! Wir sind begeistert vom positiven Feedback unserer Messebesucher und freuen uns darauf, die zahlreichen Anfragen bald in konkrete Projekte zu überführen. Dass wir auf der BAU Neukundengeschäft generieren konnten, beweist abermals unser sicheres Gespür für die kommenden Trends.“ Stahlbeton bildet hierbei das Fundament für nachhaltiges Bauen. Die massive Bauweise bietet enorme bauphysikalische Vorteile, eine wartungsarme Nutzung, lange Lebensdauer und eine sehr hohe Speichermasse. Diese wirkt sich positiv auf die Wärme- und Kältere regulierung aus und ermöglicht einen hohen Schallschutz. „Um das beste Gesamtkonzept zu erzielen, ergänzen wir auf Wunsch und ganz nach Anforderung die guten technischen Eigenschaften von Beton mit weiteren Materialien. Durch die Verbindung mit Lehm, Holz und Glas wird CO₂ eingespart und das Gewicht reduziert. So sind ganz individuelle Lösungen realisierbar“, erklärt Sebastian Quast. So werden die Vorteile des modularen Bauens weiter ausgebaut: Die enorme Zeitersparnis durch einen maximalen Vorfertigungsgrad wird durch

Verwendung von Grundelementen noch erhöht und ermöglicht serielle Lösungen nach dem Baukastenprinzip. Sebastian Quast erklärt weiter: „Wir haben gut daran getan, uns im Modulbau so breit aufzustellen. So können wir die Kunden mit ihren ganz eigenen Bedürfnissen da abholen, wo sie sind – egal ob sie schnell und kostensparend investieren möchten oder sich ganz individuell mit ihren Bauvorhaben verwirklichen wollen. Es geht darum, den richtigen Baustoff an die richtige Stelle zu setzen und den Kunden die Lösungen zu liefern, die sie brauchen. Nicht umsonst lautet unser Kundenversprechen: OTTO QUAST ist Ihr Partner für wirtschaftliches Bauen. Daran haben wir uns in der Vergangenheit gehalten und werden dies auch in Zukunft tun!“

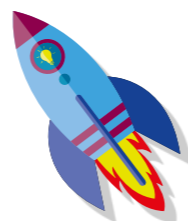
MULTIMODULAR
FAKTOR FÜR MEHR VIELFALT



OTTO QUAST

Fertigbau Lindenberg
OTTO QUAST GmbH & Co. KG
An der Autobahn 16
57258 Freudenberg
Tel.: 02734/490-444
fertigteile@quast.de
www.quast.de

Starke Marke mit klaren Grenzen



➔ Der Startschuss für die smarte Erfolgsgeschichte von NeurologIQ fiel 2018. Seit dem ist das Start-up Synonym für Künstliche Intelligenz. Im SUMMIT in Siegen werden skalierbare AI-Lösungen für den Mittelstand entwickelt. Vier Jahre nach der Gründung räumte Tech-Punk Simon Sack den Unternehmerpreis Südwestfalen in der Kategorie "Gründer/in des Jahres" ab. Er nahm nicht nur eine formschöne Trophäe, sondern auch ein einjähriges Mentorenprogramm mit nach Hause. Es folgten Workshops mit praxiserfahrenen Coaches aus unterschiedlichen Bereichen - ein Zwischenfazit.

Text: Julia Wildermann Fotos: Katrin Kaiser



Simon Sack, Gründer von NeurologIQ, zieht neun Monate nach dem Start des einjährigen Mentorenprogramms ein positives Zwischenfazit.

wollte man die Marke neu definieren und ihre Positionierung im Markt schärfen.

Zukunftsfähigkeit mit AI möglich machen

„Im Fokus stand die Markenpersönlichkeit. Was ist ihre Identität? Ihr Purpose? Wir wollten außerdem herausfinden, welche emotionalen Treibern hinter der Marke stehen. Daraus haben wir im Anschluss erfolgsrelevante Attribute abgeleitet“, erinnert sich Hesse. NeurologIQ punkte mit Vision AI,

„Das Mentorenprogramm ist für uns bisher wirklich gut gelaufen. Der Input war extrem hilfreich und ein erster Schritt, um die Marke NeurologIQ auf ein neues Level zu heben.“

Simon Sack

„Rund ums Thema Marketing haben wir noch die ein oder andere Challenge vor uns“, gab Tech-Punk Simon Sack während des Kennenlertreffens mit den Mentoren im vergangenen November zu. „Wir müssen unsere Positionierung im Markt schärfen, eine Art Rebranding vornehmen. Außenwirkung, Kundenkommunikation, Webseite ... Da gibt es definitiv noch ungenutztes Potenzial.“ An genau diesem Punkt haben Jörg Hesse und Jana Lübben von der Unternehmensberatung triljen angesetzt. Das Ziel war klar formuliert: Gemeinsam

„Jeder hat davon eine andere Vorstellung“,

Jörg Hesse kann als Geschäftsführer der Unternehmensberatung triljen in Attendorf beim analogen sowie digitalen Rebranding unterstützen.

weiß Lübben. „Wir mussten also zu Beginn die Begrifflichkeiten definieren, um dann strukturiert in die Themenfindung für die Webseite, den geplanten Blog und die Social-Media-Kanäle zu Die Zielgruppe hatten wir dabei immer im Blick.“ Wie können wir die Bekanntheit der Marke mit zielgruppengerechten Inhalten steigern? Welche Botschaften wollen wir nach außen senden? Welche Prozesse müssen wir anstoßen, um die Marke auf ein neues Level zu heben?

Rückenwind für langfristige Weiterentwicklung

„Gemeinsam haben wir während des Workshops Antworten auf genau diese Fragen gesucht“, so Lübben. „Der Prozess



Jana Lübben von der Unternehmensberatung triljen hat das NeurologIQ-Team auf dem Weg zu einer starken Marke unterstützt.

war sehr angenehm. Die Zusammenarbeit macht enorm viel Spaß. Das Team ist wissbegierig, saugt Feedback auf wie ein Schwamm, um direkt in die Umsetzung zu gehen.“ Das Coaching sei keine Einbahnstraße gewesen. „Ganz im Gegenteil“, ergänzt Hesse. „Auch wir haben von dem Austausch mit NeurologIQ profitiert. Simon hat beispielsweise einen Impulsvortrag über Künstliche Intelligenz bei uns in der Agentur gehalten. Es ist immer ein Vorteil, wenn sich Synergien ergeben.“ Ein ähnlich positives Zwischenfazit zieht auch Gründer Simon Sack. „Der Input, den wir während der Workshops bekommen haben, war extrem hilfreich und ein erster Schritt, um die Marke NeurologIQ auf ein neues Level zu heben“, so der 27-Jährige. „Man beleuchtet alle Unternehmensbereiche aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln. So konnten wir langfristige Ziele definieren und Strategien entwickeln, um diese auch zu erreichen. Wichtig ist, dass wir den Spagat zwischen strategischer und operativer Ebene nicht aus den Augen verlieren.“

Transparente Kommunikation als Erfolgsgarant

In den vergangenen Monaten stand der NeurologIQ-Gründer auch in intensivem Austausch mit Ernst Riegel, geschäftsführender Gesellschafter der Creditform Hagen. Der Experte für Forderungsmanagement ist ein Freund von klaren Regeln und transparenter Kundenkommunikation. „Je konkreter Angebote oder

Ernst Riegel, geschäftsführender Gesellschafter der Creditform Hagen Berkey & Riegel AG, ist unter anderem Ansprechpartner für die Themen Unternehmensbewertung und Forderungsmanagement.

Rechnungen formuliert sind, desto weniger Spielraum für Interpretationen oder verspätete Zahlungen“, betont er im Gespräch mit Simon Sack. „Wann gilt was? Das sollte allen Teammitgliedern und auch den Kunden klar sein.“ Ein vordefinierter Eskalationsweg mit unterschiedlichen Mahnstufen sei ein Muss. „Was man androht, muss man zum Zeitpunkt X auch umsetzen. Da ist Konsequenz gefordert“, weiß der Unternehmer. „Hinter NeurologIQ stehen kreative Köpfe, die sich und das Unternehmen stetig weiterentwickeln wollen“, so Riegel. „Sobald man im Gespräch einen neuen Impuls setzt, merkt man sofort, dass der beim Gegenüber auch ankommt. Mir imponiert das Selbstbewusstsein, mit dem sich Simon präsentiert. Er kennt seine Stärken, aber auch seine Schwächen genau und sucht sich gezielt Unterstützung.“ Das sei der richtige Weg zu unternehmerischem Erfolg. „Für uns war das Mentorenprogramm bisher ein voller Erfolg“, fasst Simon Sack neun Monate nach Beginn des Coachings zusammen. „Jedes Gespräch, jeder Workshop haben uns nach vorne gebracht. Dabei war es interessant zu beobachten, wie unterschiedlich die Termine verliefen. Und das nicht nur inhaltlich. Jeder Mentor hat seine ganz eigene Herangehensweise.“



Die Mentoren



Ernst Riegel ist geschäftsführender Gesellschafter der Creditreform Hagen Berkey & Riegel KG. Als Experte in den Bereichen Forderungsmanagement unterstützt er die Gründer unter anderem in Sachen Controlling und Geschäftskunden.



Jörg Hesse Jörg Hesse ist Gesellschafter der Fette Beutegruppe und Geschäftsführer der Unternehmensberatung triljen. Als Experte für markenzentrierte Organisationsentwicklung berät Hesse die Gründer in den Disziplinen Unternehmenskultur, Marke und Marketing sowie HR und Organisation.



Holger Walter ist Direktor und Regionsleiter Unternehmerkunden der Commerzbank für Südwestfalen mit Sitz in Hagen. Walter wird den Gründern bei Themen rund um Finanzen, Investitionen und Vertrieb zur Seite stehen.

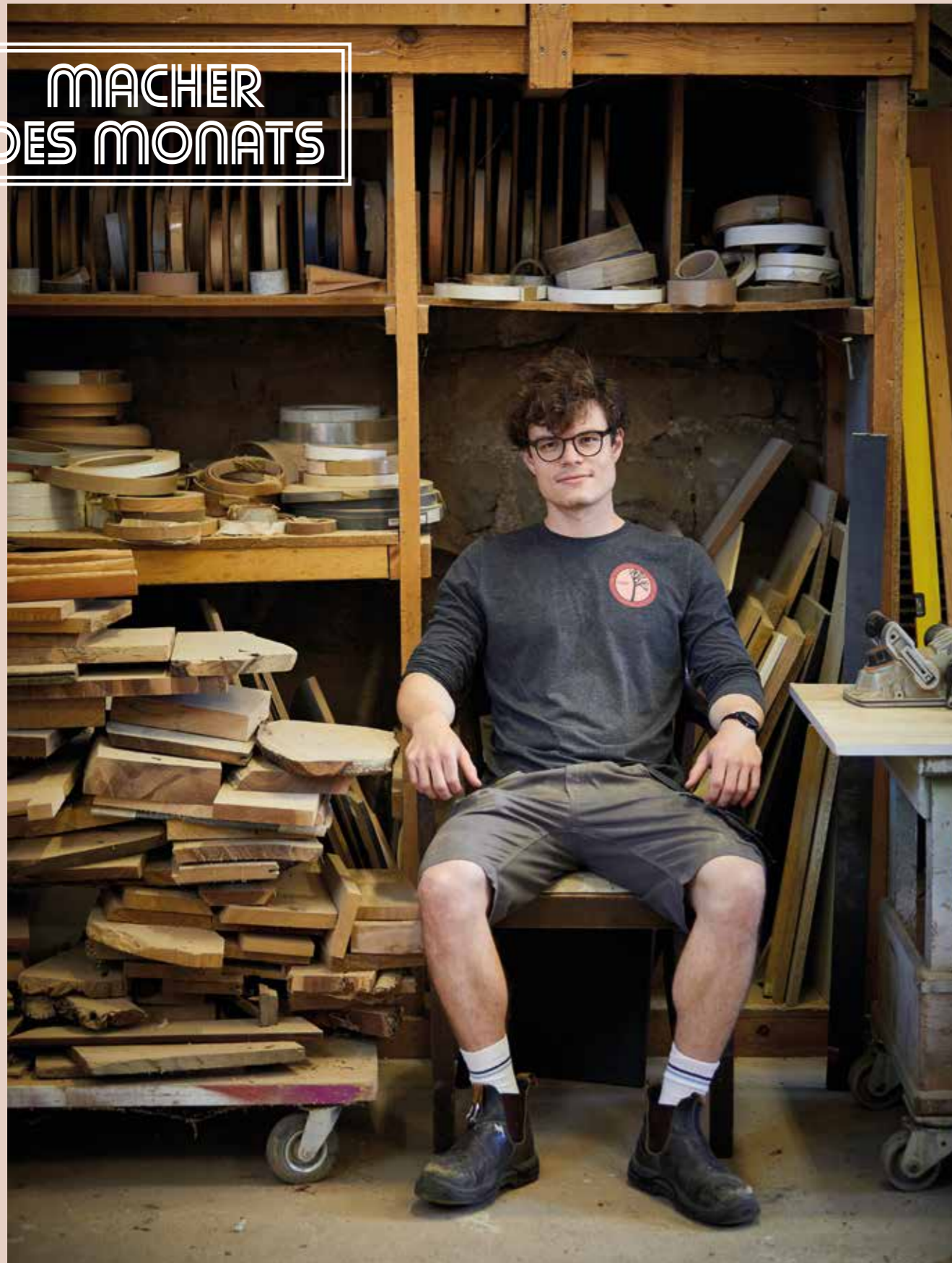


Dennis Seuthe ist als Geschäftsführer in der Kanzlei audalis Südwestfalen GmbH tätig. Der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater kennt sich mit Existenzgründungen bestens aus und wird sein Wissen rund um alle steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Sachverhalte an die Gründer weitergeben.



Kai Beutler ist Geschäftsführer des Iserlohner Unternehmens Beutler Packaging GmbH. Seine langjährigen Erfahrungen als Unternehmer teilt er nur allzu gerne mit den Gründern. Dabei scheut er sich nicht, auch von den Schattenseiten zu berichten.

MACHER DES MONATS



Gestaltung, Geschichten & Nachhaltigkeit

► Der gebürtige Sauerländer Tim Wuttke fertigt in seiner Werkstatt in Balve skulpturale Massivholzmöbel unter dem Label Monumentable. Er baut vornehmlich Tische, deren Zweck zwischen sinnlichem Kunstobjekt und praktischem Möbelstück schwebt. Wie die Wohnobjekte nach Maß entstehen, können Sie nun auf seinem YouTube Channel beobachten. Hier zeigt er, wie Kunsthandwerk und Nachhaltigkeit funktionieren

Text: Katja Michel Foto: Katrin Kaiser

„Das Tischlern wurde mir in die Wiege gelegt. Mein Papa hat schon immer mit Holz gewerkelt und die Leidenschaft für Massivholz habe ich von meinem Onkel. Der baut seit vielen Jahren ein Schiff ganz allein und so präzise, dass kein Haar mehr zwischen die Planken passt“, erinnert sich Tim Wuttke schwärmerisch, „Anfangs habe ich nur für mich Sachen gebaut, dann kamen erste Aufträge und irgendwann musste ich mich entscheiden, ob ich angestellt bleiben möchte oder diesem Weg weiter folge.“ Vor drei Jahren hat Wuttke seinen sicheren Bürojob an den Nagel gehangen und konzentriert sich Vollzeit auf sein Unternehmen Monumentable. Zusätzlich möchte der Industriedesigner und Maschinenbauer mit einer Tischlerlehre seine Kenntnisse professionalisieren.

Wuttkes Design der monumentalen Tische entsteht zusammen mit seinen Kunden. Der Baum und sein Wuchs gestalten den Tisch mit. Durch das massive Holz und die hochwertige Verarbeitung schafft er Möbel für das ganze Leben. Aber seine Tische sind noch mehr als zweckmäßige Möbelstücke. Er erklärt: „Es geht um eine Extrameile im Möbelbau. Der Tisch zum Beispiel ist zuerst ein praktisches Möbel zum Essen, Arbeiten und Spielen. Er kann neben der trivialen Funktionserfüllung aber auch Projektion der künstlerischen Verwirklichung sein. Wenn ich

einen Tisch baue, geht ein Teil meines gestalterischen Wesens in den Tisch über. Ein skulpturales Möbel wird durch den Baum und den Künstler zum einzigartigen Objekt.“

Ein Stück Südwestfalen in jedem Tisch

Die Bäume aus denen Wuttke seine Werke erschafft kommen aus der Region. Er wählt gerne Eichenholz, nicht nur weil es wunderschön ist, sondern auch sehr robust und vielseitig. Aber auch Buche, Kirsche oder Ahorn verarbeitet er je nach Kundenwunsch und Verfügbarkeit.


„Mal finde ich einen schönen Stamm am Straßenrand oder er wird mir geschenkt. Einen Tisch habe ich aus einem Baum erarbeitet, der auf ein Haus gefallen war und es beschädigte. Für diese Geschichte lieben die Besitzer des Tisches ihn umso mehr“, erzählt Wuttke. Für seine Kunden sind die monumentalen Tische zentrale Elemente in ihrem zu Hause und sie genießen die Vorfreude darauf. „Meine Kunden warten bis zu drei Monate auf ihren Tisch. Oft bin ich damit schneller als mancher

Möbellieferant. Das zeigt, dass das Handwerk durchaus mit den Großen mithalten kann“, lacht Wuttke. Den Beweis dafür liefert er auf seinem YouTube Channel @monumentable. Hier kann man ihm beim Schaffensprozess über die Schulter sehen.

Nachhaltigkeit als zentrales Element

Wuttkes Kunden legen genau wie er viel Wert auf Nachhaltigkeit. Dieser Aspekt zieht sich durch den gesamten Schaffensprozess: Materialien aus der Region, zertifizierte Öle, kaum Plastik. Wuttke ergänzt: „Zusätzlich zu den nachhaltigen Materialien und kurzen Lieferwegen versuche ich mit geringstem Verschnitt zu arbeiten. Auch die

Lebensdauer der Tische stimmt mit dem Nachhaltigkeitsaspekt überein, denn meine Kunden werden nie wieder einen Neuen kaufen müssen.“ In Zukunft möchte Wuttke noch mehr Prozesse nachhaltiger gestalten, mit weniger Autofahrten und einer Solaranlage für

die Werkstatt. Außerdem plant er eine Regalserie, die online ohne schlechtes Gewissen erworben werden kann. 

„Anfangs habe ich nur für mich Sachen gebaut, dann kamen erste Aufträge und irgendwann musste ich mich entscheiden, ob ich angestellt bleiben möchte oder diesem Weg weiter folge.“

Tim Wuttke

Kältetechnik – im Klimawandel ein heißes Thema

➤ „More than cold“: Das ist der Claim der L&R Kältetechnik GmbH & Co. KG in Sundern, die seit mehr als dreißig Jahren individuell projektierte Kälteanlagen für industrielle Anwendungen entwickelt und fertigt



Ein Musterbeispiel für die effiziente und nachhaltige (Groß-)Kälteerzeugung befindet sich im Werk der Craemer-Gruppe. Die Kälteanlagen im Multi-Megawatt-Leistungsbereich werden mit Propan (R290) betrieben.

Burkhard Rübmann, Geschäftsführender
Gesellschafter L&R Kältetechnik.



wie Propan oder CO₂ arbeiten statt mit den gebräuchlichen synthetischen und fluorhaltigen, die Erdatmosphäre schädigenden Kältemitteln.

Das führt z.B. dazu, dass Anlagen aus Sundern an vielen Standorten der Pharmaindustrie für das richtige (sehr niedrige) Temperaturniveau sorgen.

Daneben ist das Unternehmen aber auch den „klassischen“ Anwenderbranchen der Kältetechnik – der Kunststoff- und Metallverarbeitung – treu geblieben. In Südwestfalen sind diese Anlagen ebenso im Einsatz wie in Südamerika. Und immer nutzen sie – Stichwort Dynamik – neueste Technologien der Energieeinsparung. Burkhard Rübmann, geschäftsführender Gesellschafter: „Hier gibt es viele Stellschrauben, die wir konsequent nutzen.“

Die Kompetenz von L&R macht sich auch an einer einzigen Zahlenangabe fest: Die in Sundern entwickelten und produzierten Anlagen stellen Kälte bis herab zu kaum vorstellbaren -120° C bereit.

Solche Minustemperaturen braucht man z.B. für die Ganzkörper-Kältetherapie. Viele Jahre lang hat L&R solche Anlagen projektiert und gebaut, den Vertrieb übernahm ein Partner. Seit rund zwei Jahren vertreiben die Kälteexperten kom-

plette Cryo-Anlagen unter eigener Marke auf direktem Wege – und erschließen damit, agil wie stets, neue Märkte. Geschäftsführer André Rübmann: „Bisher haben wir fast ausschließlich Anlagen für die Industrie gebaut. Jetzt sprechen wir auch Sportstätten, Wellness-Hotels und Betreiber von Cryo-Studios an.“

Für diese Ansprache braucht es auch einen neuen, attraktiven Auftritt – und einen neuen Markennamen: „Art of Cryo“. Wer sich von der faszinierenden Wirkung der Cryotherapie auf Leib und Seele überzeugen möchte, kann das in Kürze direkt beim Hersteller tun: In Sundern baut L&R gerade ein Test- und Leistungszentrum, das jedermann offen steht.



L&R Kältetechnik GmbH & Co. KG
Hachener Straße 90a-c · 59846 Sundern
Tel.: 02935/9652-0
info@lr-kaelte.de
www.lr-kaelte.de
www.art-of-cryo.de

U Unternehmerpreis
Südwestfalen

**VERANTWORTUNG
IDEENREICHTUM
SOZIALES ENGAGEMENT
MENSCHLICHKEIT
INNOVATION
NACHHALTIGKEIT
ERFOLG**



ERFOLGREICHES UNTERNEHMERTUM

Wir sind der Meinung, dass erfolgreiches Unternehmertum Anerkennung und Respekt verdient. Unternehmer gehen voran, sind innovativ, traditionsbewusst und zukunftsorientiert zugleich und übernehmen Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft. Gerade in der starken Wirtschaftsregion Südwestfalen gibt es viele Unternehmer, die eine Auszeichnung für ihr unternehmerisches und gesellschaftliches Handeln verdient haben. Ziel der Initiative „Unternehmerpreis Südwestfalen“ ist es, besondere unternehmerische und soziale Leistungen zu honorieren. Seien Sie dabei, wenn die südwestfälische Wirtschaft zusammenkommt und lassen Sie sich von erfolgreichen Unternehmergeschichten inspirieren.

Weitere Informationen unter www.unternehmerpreis-suedwestfalen.de

Premium-Partner



Business-Partner



Mit Unterstützung von



Eine Initiative von





Gemeinsam mit Tobias Seifert gründete Doris Korthaus die Korthaus Pumpen GmbH.

Angekommen im Unternehmertum

➤ Doris Korthaus ist nicht nur erfolgreiche Gründerin, sondern inzwischen auch Nachfolgerin im Familienbetrieb. Bereits während ihres Maschinenbaustudiums entwickelte sie eine patentierte Pumpentechnologie, die den Verschleiß von Ersatzteilen deutlich reduziert. Im Rahmen unserer Serie „Frauenpower“ spricht die Gewinnerin des Unternehmerpreises Südwestfalen 2021 in der Kategorie „Gründer“ über den Impuls zu ihrer Erfindung, die größten Herausforderungen und ihr heutiges Mindset als Unternehmerin

Text: Monika Werthebach Foto: Björn Orth

Das Herz von Doris Korthaus schlägt für ressourcenschonende Pumpentechnik. Denn die Erkenntnis über den extrem schnellen Verschleiß mancher Ersatzteile hat sie bereits während eines studentischen Praktikums ernüchert: „Im Bereich der Entsorgungsindustrie sind Pumpen auf dem Markt, deren Bauteile teilweise schon nach wenigen Tagen Betriebszeit ausgetauscht werden müssen. Daran verdienen die Hersteller deutlich mehr als an dem Verkauf der Pumpe“; zeigt sich die heutige Unternehmerin beunruhigt über ein solches Geschäftsmodell. Als Tochter eines produzierenden Unternehmers sei sie qualitätsbewusst geprägt worden und habe den unbefriedigenden Stand der Technik samt des immensen Materialverschleißes nicht hinnehmen wollen. Doris Korthaus war sich sicher: „Das muss technologisch besser zu lösen sein!“ Im Rahmen ihrer Abschlussarbeit entwickelte die Studentin eine Drehkolbenpumpe mit einer weitaus höheren Lebensdauer, die auch industriellen Anwendungen gerecht wird und mit enormem Einsparungspotenzial, einer höheren Prozessstabilität sowie Optimierungsmöglichkeiten in der Prozessanlage punktet.

„Auch wenn ich von zuhause unternehmerisch geprägt bin, habe ich das Projekt nicht mit der Absicht verfolgt, daraus ein Unternehmen zu gründen“, sagt Doris Korthaus rückblickend. Doch die Bachelorarbeit wurde von der Hochschule mit

dem Budde-Preis ausgezeichnet, der für besonders herausragende und innovative Abschlussarbeiten vergeben wird. Am Abend der Preisverleihung nannte Preisstifter Dirk Budde, erfahrener Unternehmer und selbst Experte für Pumpen, die Lösung von Doris Korthaus „revolutionär“ und ermutigte die angehende Ingenieurin zum Start-up.

Während des sich anschließenden Masterstudiums hatte Doris Korthaus die Gelegenheit zur Teilnahme an verschiedenen Acceleratoren- und Inkubatorenprogrammen der heimischen Hochschulen. Im Programm „Innovationslabor Südwestfalen“ lernte sie den Physiker und Informatiker Tobias Seifert kennen und entwickelte gemeinsam mit ihm die Idee, zusätzlich zu rein mechanischen Pumpsystemen auch digital-basierte Pro-

dukte und Serviceleistungen unter dem Stichwort „Pumping-as-a-Service“ anzubieten. Parallel ist Doris Korthaus in die Geschäftsleitung des Familienbetriebes Korthaus Maschinen GmbH eingestiegen, ursprünglich einem Fertigungsdienstleister im Bereich CNC Metallverarbeitung und darüber hinaus auch Hersteller für Kolbenpumpen. Inzwischen wurden beide Pumpenprogramme in der Korthaus Pumpen GmbH gebündelt und die Korthaus Maschinen GmbH produziert alle Bauteile sowohl für die Kolbenpumpen als auch die von Doris Korthaus entwickelten und patentierten KD Pumpen.

„Als Unternehmer sollte man sich immer fragen, ob man selbst mit dem Projekt noch glücklich ist.“

Doris Korthaus

Sich selbst treu geblieben

Im Laufe der Zeit ist die einstige Gründerin im Tagesgeschäft als Unternehmerin angekommen. Auf die Frage nach der bislang größten Herausforderung weiß Doris Korthaus spontan eine Antwort: „Es war nicht immer einfach, sich selbst treu zu bleiben.“ Verlockende Übernahmeangebote potenzieller Investoren habe sie stets abgelehnt, versichert Doris Korthaus und erklärt die Hintergründe: „Ich habe einige Innovations- und Gründungspreise gewonnen, daher wurde meine Technologie für Investoren interessant. Die erste Frage in Finanzierungsgesprächen war daher auch stets, wann ich meinen Exit plane. Doch ich plane meinen Exit nicht. Wir sind mehr oder weniger Break-Even und mein erklärtes Ziel ist es, ein rentables Unternehmen zu führen. Das ist eine ganz bewusste Entscheidung. Wie viele andere Gründungen in der Region sehen wir uns in der Tradition des mittelständisch geprägten Jungunternehmertums.“

Als Erfolgsrezept nennt Doris Korthaus zum einen ihre ungebrochene Leidenschaft für die Technologie: „Als Unternehmer sollte man sich immer fragen, ob man selbst mit dem Projekt noch glücklich ist. Die eigene Vision darf nicht verloren gehen.“ Große Unterstützung fand die Gründerin sowohl im familiären Umfeld als auch unter ihren zahlreichen beruflichen Kontakten: „Ich habe immer offen kommuniziert, was ich brauche, in welchem Bereich ich Hilfestellung benötige. Das hat vor allem in der Start-up-Phase gut funktioniert.“ Inzwischen engagiert sich Doris Korthaus im Paula-Netzwerk, einem Kreis regionaler Unternehmerinnen. 

„Unsere Kultur ist unser Diamant“

➔ Mehr als zehn Jahre im Baugewerbe, über fünf Jahre in der Automobilzulieferindustrie, dann die Geschäftsführung in der Logistikbranche: Sebastian Plumhof hat in seiner beruflichen Laufbahn vieles erlebt. Doch sein neuer Vorstandsposten bei der connect SYSTEMHAUS AG ist anders. Neben der enormen Dynamik der IT-Branche ist es vor allem die außergewöhnliche Unternehmenskultur, die der 44-Jährige in dieser Form noch nie zuvor erlebt hat: „Ich kann eine Mitarbeiterliste nehmen und aus über 75 Menschen blind zehn auslosen, mit denen ich morgen in den Urlaub fahre – und ich wette, für alle wird es ein Mega-Urlaub werden“, sagt Plumhof im Interview - und verrät darin, was connect und die IT darüber hinaus von all seinen Vorerfahrungen so sehr unterscheidet und für ihn so besonders macht



Sebastian Plumhof ist 2022 zur connect SYSTEMHAUS AG gewechselt. Seit April 2023 ist er Vorstand des Siegener IT-Dienstleisters.

Kam das in dieser Form für Sie unerwartet?

Sebastian Plumhof: Absolut. Das habe ich so nicht erwartet. Auch nicht, was das für einen enormen Fortbildungsbedarf für alle Mitarbeitenden mit sich bringt. In allen vorherigen Branchen haben sich Mitarbeitende eher hier und da punktuell fortgebildet. Hier bei connect ist die ständige Fortbildung und Weiterentwicklung ein essenzieller Bestandteil der Sicherheit unserer Kunden, und unseres Erfolgs. Sowohl persönlich als auch fachlich müssen wir uns ständig und zügig weiterentwickeln.

Was macht das mit Ihnen?

Sebastian Plumhof: In erster Linie hat es den Stellenwert der IT für mich in ein völlig neues Licht gerückt. connect hat mir noch mal mehr deutlich gemacht, dass du als interne IT ohne einen hoch kompetenten IT-Dienstleister an deiner Seite keine Chance mehr hast, zu bestehen, um alle Gefahren beherrschen zu können. Ganz einfach, weil du den Fokus nicht so auf den Themen haben kannst wie ein IT-Partner. Die enorme Qualität, die connect hier

Herr Plumhof, gut ein Jahr nach ihrem Wechsel vom internationalen Logistiker in die IT und den ersten Monaten als Vorstand der connect. Was ist aktuell die größte Herausforderung für Sie?

Sebastian Plumhof: Ganz klar, das Produktportfolio zu verstehen und fol-

gen zu können. Die IT ist mit Abstand die schnelllebigste Branche, die ich je kennengelernt habe. Diese Vielfalt und Tiefe. Das gibt es in keiner anderen Branche. Gerade in unserem Kernbereich IT-Sicherheit entstehen beinahe täglich neue Ideen und Produkte, denn die Gegenseite schläft nicht. Im Gegenteil.



Konfettiregen für den neuen Vorstand: connect Vorstand Christian Weiß (links) gratuliert seinem neuen Vorstandskollegen im Rahmen des connect KICK OFF 2023.

beitenden vertrauen. Man muss die Dinge häufig schonmal laufen lassen, mit einem Reifegrad, der nicht gleich 100 Prozent ist. Daraus ergibt sich eine ganz andere Chancen- und Risikoabwägung. Hinsichtlich Führung und Strategie hat mich das gerade in der Anfangszeit sehr beschäftigt.

Bis hin zum Zweifel, ob es die richtige Entscheidung war, in die IT zu wechseln?

Sebastian Plumhof: Nein, auf keinen Fall. Das ist ein Lernprozess und genau die Herausforderung, die ich schätze. Ich ziehe für mich gerne den Vergleich zum Rettungsdienst, für den ich früher fünf Jahre ehrenamtlich gearbeitet habe. Hier musste ich auch immer wieder Entscheidungen treffen, ohne direkt zu wissen, ob sie zu 100 Prozent richtig sind. Früher wie heute zählte vor allem eins: Das Vertrauen in sich selbst und in sein Team.

War der Wechsel in 2022 für Sie überhaupt eine bewusste Entscheidung für die IT, oder eher für connect?

Sebastian Plumhof: In erster Linie ganz klar für connect. Solche Entscheidungen habe ich in meiner beruflichen Laufbahn immer mit dem Fokus auf die Unternehmenskultur getroffen, weniger auf die Branche. Ich hatte zuvor bereits drei Jahre intensiv mit connect zusammengearbeitet – und in dieser Zeit die Menschen, die Produkte und die Leistungen kennen und schätzen gelernt.

Was genau hat Sie daran angesprochen?

Sebastian Plumhof: In der Zusammenarbeit konnte ich den Menschen ja erstmal nur vor den Kopf schauen. Aber dieses Warmherzige, diese Hilfsbereitschaft und dabei noch diese starke Lösungsorientierung, nie beim Problem stehen zu bleiben, das hat mich beeindruckt.


Und was davon hat sich bestätigt?

Sebastian Plumhof: Alles – und viel mehr noch. Es ist wirklich so. Solch ein Miteinander auf Augenhöhe ohne jegliche Querelen, das habe ich noch nie erlebt. Ich kann eine Mitarbeiterliste nehmen und aus über 75 Menschen blind zehn auslosen, mit denen ich morgen in den Urlaub fahre – und ich wette, für alle wird es ein Mega-Urlaub werden. Das sagt alles.

Sagt das nicht irgendwie jeder über seine Unternehmenskultur?

Sebastian Plumhof: Mag sein. Aber ich sag immer. Kultur ist das, was passiert, wenn keiner hinschaut. Und noch nie konnte ich wie heute sagen. Auch, wenn Führungskräfte nicht da sind, keine Vorgaben machen, können wir uns darauf verlassen, dass die connect Werte gelebt und nicht ausgenutzt werden.

Was ändert das für Sie im Vergleich zu früher?

Sebastian Plumhof: Diese außergewöhnliche Kultur ist aus meiner Sicht eine Riesenchance. Viele Unternehmen sind schnell groß geworden und die Kultur ist auf der Strecke geblieben. Wir haben diese besondere Kultur trotz starkem Wachstum bis heute bewahrt und die Chance, dass wir uns intensiv mit Kultur weiterbeschäftigen. Unsere Kultur ist unser Diamant, ein ganz sensibler. 


connect
SYSTEMHAUS AG


connect SYSTEMHAUS AG
Marktstraße 45a · 57078 Siegen

Tel.: 0271 / 488 730

info@cnag.de

www.cnag.de

 connect.SI

 @connectsystemhausag

Unternehmer, Weltbürger, Förderer

➤ Es gibt in Südwestfalen vermutlich nicht viele Menschen, die im Alter von 85 Jahren freiwillig noch arbeiten, obwohl sie es gar nicht mehr müssten. Horst-Werner Maier-Hunke ist so ein seltenes Exemplar, eine wahre Unternehmerpersönlichkeit. Ein Mann, der über Jahrzehnte an der Spitze des Iserlohner Büroartikelherstellers Durable, aber vor allem als Funktionär bei Spitzenverbänden und in zahlreichen Ehrenämtern Weitblick, Mut und Willen bewiesen hat. Jemand, dem neben unternehmerischem Denken vor allem Menschlichkeit wichtig ist und war und der sich stets offen zeigte für neue Entwicklungen und für Dinge, die verändert werden mussten. Beim Märkischen Arbeitgeberverband beging er 2023 sein 25-jähriges Jubiläum als Vorsitzender

Text: Simke Strobler Foto: Patrick Gasior

Auf seinem großen Holzschreibtisch, den er sich einst gekauft hat, weil sein Schwiegervater so einen hatte und der ihm gefiel, stehen immer frische Blumen und eine Buddhafigur in Erinnerung an seine vielen Asienreisen. Den größten Kontinent der Erde hat Horst-Werner Maier-Hunke vielfach bereist, und zwar nicht erst als NRW-Arbeitgeberpräsident oder als Durable-Chef. Nachdem er kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs in Mindelheim im Unterallgäu Geborene 1965 sein BWL-Studium beendet hatte, ging er als Entwicklungshelfer nach Nepal, das bis heute zu den ärmsten Ländern der Welt zählt. Die Zeit dort bezeichnet der 85-Jährige rückblickend als „entscheidende Jahre meines Lebens“. Horst-Werner Maier-Hunke leitete in Nepal den deutschen Entwicklungsdienst. Er half dabei, eine Fabrik aufzubauen, die aus Heilpflanzen Extrakte destillierte. Vor allem aber betreute er Menschen, die nach dem tibetischen Volksaufstand gegen China nach Nepal geflohen waren, gab ihnen eine Perspektive und half ihnen, sich eine Existenz aufzubauen. Integration war schon damals keine leere Worthülse für ihn. Als er längst Geschäftsführer bei Durable in Iserlohn war, engagierte er sich mit seiner Firma weiterhin in Nepal, unterstützte unter anderem regelmäßig die SOS-Kinderdörfer vor Ort, baute unter anderem eine Schulbibliothek in Ne-

pals Hauptstadt Kathmandu auf und half überall dort, wo er Menschen mit sozialen Notlagen konfrontiert sah. Das lebte er auch seinen Mitarbeitern in Iserlohn vor, freute sich über jeden von ihnen, der Engagement zeigte und Spenden- oder Förderprogramme selbst initiierte. Immer wieder betonte Maier-Hunke, dass er sich persönlich und mit seinem Unternehmen Durable Hunke & Jochheim in Iserlohn verpflichtet fühle, soziale und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Dabei lag ihm stets nicht nur das Schicksal der Menschen in Nepal am Herzen. Höchstpersönlich veranlasste er Spenden für Altenheime und Behindertenwerkstätten in Deutschland und Osteuropa sowie für das Iserlohner Hospiz.

Ein Mann schreibt Tarifgeschichte

Die Firma Durable Hunke & Jochheim, das in der Metallindustrie agierende Familienunternehmen seiner Frau, wurde unter seiner Leitung, die er 1980 übernahm, zum Weltmarktführer. Doch das allein war Horst-Werner Maier-Hunke nie genug. Er wollte auch neben seinem Job bewegen, mitgestalten, aktiv sein, Lösungen finden, wo und wenn es Probleme gab. Als Präsident von Metall NRW schrieb er über die Grenzen Nordrhein-Westfalens hinweg Tarifgeschichte, als er im Jahr 2010 in der bis dahin schwersten Krise der Nachkriegszeit

den Pilotabschluss für den mit 3,7 Millionen Beschäftigten bedeutendsten Industriezweig Deutschlands aushandelte. Mit den beschäftigungssichernden Elementen dieses Tarifvertrags konnten damals Tausende Arbeitsplätze gesichert werden. Dass die Tarifparteien ein Ergebnis schon in der zweiten Verhandlungsrunde und noch innerhalb der sogenannten Friedenspflicht erzielten, gilt bis heute als ein Sonderfall. Mit seinem Namen bleibt aber aus dem gleichen Jahr noch ein weiterer Meilenstein verbunden: Die Zusammenführung der Landesvereinigung der Arbeitgeberverbände mit der BDI-Landesvertretung NRW zu „unternehmer nrw“. Von 2004 bis 2016 war er Präsident von Unternehmer NRW, von 2006 bis 2014 Präsident von Metall NRW, dem Verband der Metall- und Elektro-Industrie Nordrhein-Westfalen. Seitdem ist er Ehrenpräsident beider Verbände. Außerdem war er von 2004 bis 2016 Mitglied des Präsidiums der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und von 2006 bis 2014 Vizepräsident des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall.

Bundesverdienstkreuz und 25-jähriges Jubiläum

Für sein außerordentliches Engagement verlieh ihm der damalige NRW-Ministerpräsident Jürgen Rüttgers noch im gleichen



Horst-Werner Maier-Hunke steht seit 25 Jahren an der Spitze des Märkischen Arbeitgeberverbandes.

Jahr das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse. Gewürdigt wurde er außerdem 2006 mit dem Landesorden Nordrhein-Westfalen und vor vier Jahren, 2019, von der SIHK für seine langjährige, ehrenamtliche Prüfertätigkeit bei den Abschlussprüfungen der Auszubildenden mit der Friedrich-Harkort-Medaille in Gold.

Ein echtes Jubiläum feierte er in diesem Jahr beim Märkischen Arbeitgeberverband (MAV). Seit genau 25 Jahren ist Horst-Werner Maier-Hunke Vorsitzender des MAV, den es in dieser Form seit einer Fusion 2008 gibt. Im aktuellen MAV-Magazin heißt es: „Dabei hat er vielen Krisen getrotzt und zahlreiche Projekte realisiert. Insbesondere die Sorge um qualifizierten Nachwuchs für die Branche ließ ihn nie los.“ Unter anderem trieb der ehemalige Durable-Chef den Neubau der verbandseigenen Ausbildungsgesellschaft Mitte-Lenne in Iserlohn-Letmathe voran. Ein Herzensanliegen war ihm auch das Projekt „Förderung der Ausbildungsfähigkeit“, das zum Ziel hatte, Jugendliche ohne Lehrstelle in einer siebenmonatigen Ausbildungsvorbereitungsphase für eine reguläre Ausbildung in der Metall- und Elektroindustrie zu qualifizieren. Maier-Hunke war es auch, der diverse Flüchtlingsprojekte in Iserlohn, Hagen und im Ennepe-Ruhr-Kreis vorantrieb, um junge Flüchtlinge mit Affinität zum Metall- und Elektrobereich zu qualifizieren und sie auf eine Ausbildung oder Arbeitsstelle in der heimischen Metall- und Elektroindustrie vorzubereiten.

wegen der Krise der Automobilindustrie. Dann kamen die Pandemie, das Hochwasser und schließlich die gesperrte A45 sowie die weltweiten Lieferprobleme für Rohstoffe und Computer-Chips. Der schreckliche Ukraine-Krieg hat dem Ganzen jetzt die Krone aufgesetzt“, resümierte er betroffen. Um dann direkt seine Herzlichkeit zu zeigen. „Das Schicksal der Menschen in der Ukraine bedrückt mich. Wenn die Integration von Geflüchteten in den Arbeitsmarkt ansteht, werden wir als Verband auf jeden Fall helfen.“ Seinen Worten ließ „sein“ Verband Taten folgen: Im November 2022 organisierte der MAV eine Netzwerkveranstaltung für Ukrainerrinnen und Ukrainer.

Wenn man ihn fragt, was er als Vorsitzender des Märkischen Arbeitgeberverbandes, aber auch als Präsident von „unternehmer nrw“ und Metall NRW für den Wirtschaftsstandort Iserlohn erreichen, bewegen und mitgestalten konnte, antwortet er: „Ich denke, es war ungemein wichtig,

„Ich war zu ungeduldig! Ich habe immer versucht, Dinge zu schnell zu machen. Das war nicht immer der richtige Weg. Manchmal muss man

Geduld und auch Ausdauer haben.“

Horst-Werner Maier-Hunke

dass unsere Region den direkten Draht in die Landeshauptstadt hatte – und weiterhin hat. Das entspricht auch der wirtschaftlichen Bedeutung unserer Betriebe.“

Auch hochschulpolitisch hat der MAV-Präsident viel bewegt. „Im Jahr 2000 konnten wir beispielsweise ein seinerzeit bundesweit einmaliges Studienmodell an

der damaligen Märkischen Fachhochschule in Iserlohn starten: einen ingenieurwissenschaftlichen Verbundstudiengang, der eine technische Berufsausbildung und ein Maschinenbaustudium vereinte und berufs- und ausbildungsbegleitend studierbar war. Das war komplett neu und innovativ“, freut sich der 85-Jährige, der bis heute Vorsitzender des Hochschulrates der Fachhochschule Südwestfalen ist. Seit 2010 ist er auch Honorarkonsul der Republik Estland.

Fasziniert von Idealismus und Kreativität

Horst-Werner Maier-Hunke hatte stets ein offenes Ohr für junge Menschen, die etwas

auf die Beine stellen wollten. „Was ich von ihnen lernen kann, ist ganz klar die Begeisterungsfähigkeit, ist der Idealismus, den viele mitbringen, ist die Risikobereitschaft, die man als Etablierter manchmal nicht mehr so hat, und ist vor allem die Kreativität, wie sie bestimmte Projekte angehen. Das ist für mich immer wieder faszinierend“, sagte er einst. „Umgekehrt können sie von mir vielleicht lernen, dass man nachhaltig denken muss, dass man einen längeren Atem haben muss. Deshalb sage ich immer, wenn mich jemand fragt: Schauen Sie, dass Sie die Finanzierung hinbekommen, damit Sie nicht nach dem ersten Jahr schon aufgeben müssen.“ Aber der Mann, der persönlich, aber auch unternehmerisch und wirtschaftspolitisch stets Weitblick, Mut und Willen bewiesen hat, gesteht sich selbst auch Fehler ein, vor denen er die nachfolgenden Unternehmerngenerationen gerne bewahren möchte. „Ich war zu ungeduldig! Ich habe immer versucht, Dinge zu schnell zu machen. Das war nicht immer der richtige Weg. Manchmal muss man Geduld und auch Ausdauer haben. Das fällt mir heute etwas einfacher, aber das war damals etwas, was mich selbst genervt hat. Gemerkt habe ich das, weil ich natürlich andere Menschen auch mitnehmen musste. Und wenn ich gemerkt habe, dass das nicht in der gleichen Geschwindigkeit abläuft, die ich mir vorstelle, dann gab es natürlich Konflikte. Man muss schon schauen, dass man den Dampfer zum Laufen bekommt – aber das langsamste Geleitschiff bestimmt immer die Geschwindigkeit.“

Vor einigen Jahren hat Horst-Werner Maier-Hunke von sich gesagt: „Ich arbeite, solange ich etwas bewegen kann.“ Mit 82 Jahren dann übergab er die Geschäftsführung von Durable an seinen Nachfolger. „Ich habe mich aus der operativen Funktion des Geschäftsführers mit der engen Bindung an das Tagesgeschäft zurückgezogen, bin aber bis heute regelmäßig im Betrieb“, sagte er vor einem Jahr – das ist bis heute so geblieben. „Bewegen kann ich weiterhin eine ganze Menge. Das ist – auch gesundheitlich – ein großes Geschenk.“ Wie lange er seine Ehrenämter, auch beim Märkischen Arbeitgeberverband, noch ausführen will, dazu hat sich der 85-Jährige bislang noch nicht geäußert. Warum auch ...?



SÜDWESTFALEN IST...

schön.stark.authentisch.

– DAS WOLLEN WIR ZEIGEN.

STIMMEN SIE JETZT AB
FÜR IHREN
FAVORITEN!

* Viele tolle Unternehmen aus der Region haben am Videowettbewerb teilgenommen und zeigen, was sie **Besonderes erfunden & entwickelt** haben.

Bis 20.08. hier abstimmen!



Wer wird Kracher des Jahres?
Entdecken Sie alle Kracher-Videos auf...
jetzt-zusammenstehen.de/kracher

Eine gemeinsame Aktion von Arbeitgeberverbänden, Kammern, Kreiswirtschaftsförderungen und Regionalmarketing Südwestfalen

Südwestfalen
ALLES ECHT!





Schnell, günstig, präzise

➔ Newsletter zählen zu den effizientesten Marketing-Kanälen, noch vor Social Media. Auf keinem anderen Weg lassen sich Kontakte so direkt und persönlich erreichen, Umsätze nach oben katapultieren und vertrauensvolle, langfristige Beziehungen zu (potenziellen) Kunden aufbauen. E-Mail-Newsletter und damit verbundene Kampagnen lassen sich schnell und kostengünstig umsetzen. Sie sind für Unternehmen unverzichtbar, vorausgesetzt, es werden einige Dinge beachtet

Text: Simke Strobler

1

PROFESSIONELLE SOFTWARE STATT PRIVATER E-MAIL-DIENST

Experten halten die grundsätzliche Entscheidung für eine professionelle Newsletter-Marketing-Software und damit gegen einen privaten E-Mail-Dienst wie Outlook oder Thunderbird für den ersten, wichtigen Schritt in Richtung erfolgreiches Newsletter-Marketing. Aber: die passende Software zu finden, ist nicht leicht. Ein Unternehmen sollte eine Plattform wählen, die zu seinen Marketing-Bedürfnissen passt und genügend Spielraum zum Wachsen lässt.

AIDA-FORMEL ZUR NEWSLETTER-ERSTELLUNG NUTZEN

Wer einen E-Mail-Newsletter inhaltlich erfolgreich konzipieren und schreiben will, sollte sich nach dem AIDA-Prinzip richten. Schon die Betreffzeile der E-Mail sollte aufmerksam machen (Attention), der Text sollte dann mit einem Mix aus Informationen und Unterhaltung das Interesse (Interest) und Verlangen (Desire) des Lesers wecken. Im besten Fall gelingt es, den Newsletter-Empfänger auch zu einer Handlung (Action) – zum Beispiel zum Kauf – zu bewegen.

2

3

RECHTSSICHERER VERTEILER OBERSTES GEBOT

Unternehmen muss für jede Empfänger-E-Mail-Adresse eine Erlaubnis zur Zusendung von E-Mails mit werblichem Inhalt vorliegen. Werden diese Adressen elektronisch gesammelt, bietet das Double-Opt-in-Verfahren derzeit die einzige rechtssichere und nachweisbare Möglichkeit zur Einholung einer Versenderlaubnis für das E-Mail-Marketing. Der Newsletter-Abonnent muss sein Abonnement in einer Aktivierungs-E-Mail bestätigen. Übrigens: Newsletter werden rechtlich als Telemedien angesehen und unterliegen deshalb der Impressumspflicht.

4

KLARE STRATEGIE, PRÄZISE BOTSCHAFTEN

Unternehmen sollten definieren, welche Strategie sie mit ihrem E-Mail-Newsletter verfolgen. Ist es ihr Ziel, weitere Adressen zu generieren und so den Newsletter-Verteiler auszubauen, wollen sie ihr Image verbessern, neue Kunden gewinnen, alte Kunden binden oder ihren Umsatz steigern? Je nach Strategie sollten die Botschaften verständlich und präzise formuliert sein.

DIE RICHTIGEN MARKETING-KPIS FINDEN

Ständiges Überwachen, Optimieren und Analysieren ist Teil einer erfolgreichen Marketing-Strategie. Unternehmen sollten die richtigen Marketing-KPIs (Key Performance Indicators) für ihr Geschäft finden. Das sind Metriken, die den Erfolg eines E-Mail-Newsletters messen. Sie protokollieren unter anderem, auf welchem Weg die E-Mails empfangen, geöffnet und angeklickt wurden.

5

Unsichere Zeiten: Macht eine Unternehmensplanung heute noch Sinn?

➤ In turbulenten Zeiten, wie wir Sie momentan erleben, lässt sich die Zukunft nicht mehr zuverlässig prognostizieren. Denn wer rechnet schon mit Pandemie und Lockdown, Krieg in Europa, galoppierenden Preisen und drastisch steigenden Zinsen? Man könnte meinen, dass Planung per se keinen Sinn mehr macht, denn ein einzelnes Unternehmen kann bekanntlich keinen Einfluss auf globale oder politische Entwicklungen nehmen




Eine nachvollziehbare Einstellung. Wir glauben aber trotzdem, dass diese Ansicht falsch ist! Gerade umgekehrt „wird ein Schuh draus“! Planung muss nur anders definiert werden. Es geht nicht darum, mittels einer Glaskugel die Zukunft vorherzusagen, sondern durch eine gut gemachte Unternehmensplanung Handlungsoptionen für verschiedene zukünftige Entwicklungen zu erarbeiten. Best-Case- und Worst-Case-Szenarien können eine ganze Bandbreite möglicher Entwicklungen abdecken. Dies ermöglicht es

Unternehmen, frühzeitig auf Veränderungen zu reagieren und Maßnahmen entsprechend anzupassen.

Unser Rat: Entwickeln Sie Aktionspläne auf Basis unterschiedlicher Szenarien, in denen Sie festlegen, wie Ihr Unternehmen auf verschiedene Situationen reagieren sollte. Diese Fahrpläne sollten flexibel genug sein, um sich an veränderte Umstände anzupassen, aber dennoch klare Leitlinien für Entscheidungen und Maßnahmen bieten. Und noch ein Hinweis: Um die volle Bandbreite der Auswirkungen einzel-

ner Ereignisse und Maßnahmen zu erkennen, sollten Sie sich nicht ausschließlich Gedanken über Erlöse und Kosten sowie über den Gewinn oder Verlust Ihres Unternehmens machen. Wichtig ist es vor allem, die Liquiditätsentwicklung im Auge zu behalten. Wie entwickelt sich Ihr Cashflow im Angesicht möglicher Krisen? Welche Kosten und Investitionen sind mit einzelnen Maßnahmen verbunden, die Sie planen? Können Sie diese Kraftanstrengung selbst stemmen, oder benötigen Sie hierzu ggf. zusätzliche Fremdmittel?

Die finanzielle Stabilität Ihres Unternehmens und die Aufrechterhaltung der Zahlungsfähigkeit sind unbedingte Voraussetzungen für das Überstehen künftiger Krisen.

Denken Sie daher in Szenarien und planen Sie Ihre Zukunft! Mit solcher Vorbereitung in der Schublade haben Sie zukünftig immer die richtigen Antworten parat! 



Thomas Winkler ist Geschäftsführer der Märkische MittelstandsConsult GmbH in Lüdenscheid.

BERATER-LEXIKON



Thema in diesem Monat: Schutz von Whistleblowern ab dem 02.07.2023

Deutschland ist auf Grund einer EU-Richtlinie verpflichtet, den Schutz der sog. Whistleblower zu gewährleisten. Die Umsetzung der Richtlinie in deutsches Recht hat jedoch auf sich warten lassen.

Am 02.06.2023 ist, nach langem Hin und Her, das sogenannte Hinweisgeber-schutzgesetz verkündet worden und es tritt damit zum 02.07.2023 in wesentlichen Teilen in Kraft.


Nach dem Gesetz sind alle privatrechtlichen Arbeitgeber ab einer Zahl von 50 Beschäftigten verpflichtet, eine sogenannte „interne Meldestelle“ einzurichten. Für Verstöße gegen die Pflicht zur Einrichtung einer Meldestelle können Bußgelder bis zu 20.000,00 Euro erhoben werden. Einige Branchen (insbesondere im Finanzsektor) müssen darüber hinaus unabhängig von dieser Beschäftigtenzahl eine interne Meldestelle einrichten. Arbeitgeber mit bis zu 249 Beschäftigten haben für die Einrichtung einer solchen Meldestelle noch eine Übergangsfrist bis zum 17.12.2023. Gleichzeitig werden durch den Staat auch externe Meldestellen eingerichtet. Ein Hinweisgeber kann sich grundsätzlich an beide Meldestellen wenden, vorrangig jedoch an die interne Meldestelle. Eine Pflicht anonyme Meldungen zu ermöglichen, besteht nach dem nun geltenden Gesetz nicht.

Die interne Meldestelle arbeitet unabhängig. Bei der Auswahl der Person(-en) für



Beate Kemper, Rechtsanwältin bei Naust Hunecke und Partner mbB.

die interne Meldestelle ist sicherzustellen, dass die weiteren Aufgaben im Unternehmen nicht mit den Aufgaben und Pflichten als Meldestelle zu einem Interessenkonflikt führen und die notwendige Fachkunde vorhanden ist. Hierzu können sich Unternehmen auch externer Dritter bedienen. Die Meldestelle hat zunächst alle eingehenden Meldungen zu dokumentieren. Sodann muss innerhalb von sieben Tagen eine Bestätigung über den Eingang der Meldung an den Hinweisgeber gehen. Die Meldestelle prüft, ob der gemeldete Sachverhalt tatsächlich unter den Anwendungsbereich des Hinweisgeber-schutzgesetzes fällt, prüft die Stichhaltigkeit der Meldung und fordert hierzu ggfs. weitere Informationen beim Hinweisgeber an. Auf dieser Basis entscheidet die Meldestelle, ob weitere interne Untersuchungen stattfinden, ob der Hinweis-

geber an eine andere zuständige Stelle zu verweisen ist, ob das Verfahren aus Mangel an Beweisen oder anderen Gründen abgeschlossen wird, oder ob das Verfahren zwecks weitere Untersuchungen abzugeben ist. Über die getroffenen Maßnahmen hat die Meldestelle den Hinweisgeber innerhalb von drei Monaten nach Eingang der Meldung zu informieren. Der Hinweisgeber wiederum wird durch das Gesetz vor Repressalien auf Grund seiner Meldung geschützt. Kündigungen, Abmahnungen oder Mobbing sind verboten, Verstöße können sogar mit bis zu 50.000,00 Euro geahndet werden. 

Berater-Lexikon – bereits erschienene Artikel

- Juli/August 2022:
Steuerentlastungen 2022
- September/Oktober 2022:
Funktionsverlagerungsverordnung
- November/Dezember 2022:
Neue Berichtsvorschriften
- Januar/Februar 2023:
Fachkräftemangel
- März/April 2023:
Der Minderheitsgesellschafter-Geschäftsführer
- Mai/Juni 2023:
Begünstigung von betrieblichem Vermögen in der Erbschaft- und Schenkungsteuer

Energetische Sanierung, steuerlich kommt es auf den richtigen Zeitpunkt an

➤ Nicht erst seit Beginn des Ukrainekrieges stehen energetische Sanierungen bei Hausbesitzern im Fokus der Überlegungen. Die Diskussionen um das Heizungsgesetz haben dem Thema nochmals Auftrieb gegeben. Ein Haus kaufen und anschließend energetisch sanieren, ist regelmäßig ein logischer Schritt



Bei gewerblichen Immobilien oder Vermietungsobjekten stellt sich natürlich immer die Frage nach der steuerlichen Verwertung der Aufwendungen. Häufig handelt es sich bei den Investitionen um sofort vom Gewinn abzugsfähige Betriebsausgaben oder Werbungskosten.



Roland Stoerring von der Kanzlei Wessler & Söhnngen Steuerberatung.

Stehen die Maßnahmen mit einer Erweiterung der Wohn- und Nutzfläche oder einer veränderten Nutzung, aus Wohnfläche wird Gewerbefläche und umgekehrt, im Zusammenhang, sind die Kosten als Herstellungskosten zu qualifizieren und nur im Wege der Gebäudeabschreibung über viele Jahre verteilt steuerlich zu berücksichtigen.

Eigentümer gewerblicher Immobilien oder von Vermietungsobjekten sollten noch zwei weitere steuerliche Besonderheiten kennen, die im Rahmen der energetischen Sanierung zu steuerlichen Nachteilen führen können:

1. Werden Instandsetzungs- und Modernisierungsmaßnahmen innerhalb von drei Jahren nach Anschaffung des Gebäudes durchgeführt und übersteigen die Kosten insgesamt 15 % der An-

schaffungskosten der Immobilie, gelten die Kosten dieser Maßnahmen als anschaffungsnahe Herstellungskosten.

2. Ebenfalls als Herstellungskosten sind die Aufwendungen zu qualifizieren, wenn wesentliche Verbesserungen bzw. Hebungen des Standards der Immobilie vorliegen. Dies ist insbesondere zu bejahen, wenn gebündelt in bestimmten definierten Bereichen Maßnahmen durchgeführt werden. Bei den Bereichen handelt es sich um:

- Sanitär,
- Elektro,
- Fenster und
- Heizung.

Als gebündelt gelten die Maßnahmen, wenn innerhalb von fünf Jahren in drei der genannten Bereichen Investitionen vorgenommen werden.

Sind die Aufwendungen aus einem der beiden vorstehend genannten Gründen als Herstellungskosten zu qualifizieren, können diese steuerlich nur im Wege der Gebäudeabschreibung geltend gemacht werden und das bedeutet, im schlechtesten Fall über einen Zeitraum von 50 Jahren verteilt. Da beide Regelungen grundsätzlich an zeitliche Bedingungen geknüpft sind, lässt sich durch gezielte Steuerung und zeitliche Planung die negative Steuerfolge in vielen Fällen vermeiden. Beginnt man beispielsweise zunächst nur mit einer oder zwei Maßnahmen, je nach Höhe der Anschaffungskosten und Investitionssumme, und wartet, wenn es das Gebäude hergibt, anschließend einige Jahre ab, so können sämtliche Aufwendungen im Jahr der Verausgabung sofort in voller Höhe vom Gewinn abgezogen werden.



digital. interactive. film.

camalot.de

Marketing und Vertrieb: geht das noch ohne einander?

➔ In der heutigen Geschäftswelt ist erfolgreiches Marketing nicht nur von einer kreativen Konzeption und einer durchdachten Strategie abhängig, sondern auch von der reibungslosen Verzahnung von Vertrieb und Marketing. Was vielen Unternehmen aktuell bewusst wird: Im Zeitalter des Fachkräftemangels wird eine konsistente Kommunikation nach außen und innen noch bedeutsamer. Wie wichtig es ist, dass die Menschen im Unternehmen ins Marketing eingebunden werden, erklärt Torben Lenz



Marketing ist nur so gut, wie es auch umsetzbar ist:

Eine brillante Marketingkampagne kann noch so überzeugend sein, aber wenn sie nicht in die Tat umgesetzt werden kann, bleibt sie wirkungslos. Hier kommt der Vertrieb ins Spiel, der für den erfolgreichen Verkauf der Produkte oder Dienstleistungen verantwortlich ist. Marketingstrategien müssen so entwickelt werden, dass sie für jeden Menschen im Unternehmen verständlich und umsetzbar sind. Eine solche Marketingstrategie darf nicht übergestülpt werden, sondern wird im Optimalfall aus dem Inneren heraus entwickelt. Dadurch entsteht eine tiefe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, die dann mit sehr viel Strahlkraft nach

außen wirken und neue Mitarbeiter und Kunden anziehen kann.

Umdenken im Zeitalter des Fachkräftemangels:

Der Fachkräftemangel ist zu einem entscheidenden Faktor geworden, der Unternehmen in Sachen Strategie und Kommunikation vor neue Herausforderungen stellt. In der Vergangenheit konnten sich Unternehmen eine gewisse Nachlässigkeit mit Blick auf die Besetzung von Fachkraftstellen und Ausbildungsplätzen leisten. Heute müssen Unternehmen umdenken und sich darauf konzentrieren, neue Kunden zu gewinnen, mit diesen langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und gleichzeitig eine starke Arbeitgebermarke aufzubauen.

Neue Lösungen erfordern Fokus auf das Wesentliche:

Der Fokus des Vertriebs sollte nicht in erster Linie auf Verkaufszahlen und Abschlüssen liegen, sondern immer auf der Ausrichtung auf die Kunden. Daher ist es wichtig, Marketing und Vertrieb auf die Menschen auszurichten und eine empathische Kommunikationskultur zu entwickeln. Vertriebsmitarbeiter treten folglich nicht nur als Verkäufer, sondern auch als Berater auf, die den Kunden bei der Lösung ihrer Probleme unterstützen. Dies wiederum bedingt, dass alle Mitarbeiter mit direktem oder indirektem Kundenkontakt ganz genau wissen, was eigentlich gerade im Marketing kommuniziert und welche Erwartungshaltung beim Kunden aufgebaut wird. Auch hier gilt ganz klar: Marketing und Vertrieb können nur gemeinsam daran arbeiten, die Kundenbedürfnisse zu verstehen und diese bestenfalls überzuerfüllen.



Torben Lenz ist Unternehmensberater (IHK) und Gründer der Agentur lemontree.

Das 2. Gründernetzwerk

TISCHTENNIS TURNIER

20.10.2023 // 15 Uhr
Weltenraum // Iserlohn

Wettbewerbe:
Einzel & Doppel

Specials:
Beats: Techtelmechtel
Food: Herr von Myra, Fuchs & Hase
Coffee: Sinan Muslu

Teilnahmeberechtigt sind Mitglieder und Partner des Gründernetzwerks sowie Partner des Weltenraums. Darüber hinaus werden auch Wildcards an ausgewählte Start-ups/Unternehmen/Institutionen vergeben. Infos/Anmeldungen: info@gruendernetzwerk-swf.de

Veranstalter



Location



Förderer/Unterstützer





Maik Waidmann ist einer der Gründer und Inhaber der Agentur neun a.

MAIKS MAINUNG

RAL 5015 Himmelblau

„Hallo Maik, ich habe gerade dein Profil gesehen und möchte mich gern mit dir vernetzen.“ Was klingt wie ein harmloses „Hey, cool dich hier zu treffen!“ wird schnell zur Flut im Posteingang. „Mit unserer neuen super Vertriebsmethode verhelfen wir Agenturen zu mehr Kunden.“ Der Versuch zu ignorieren, was da als InMail auftaucht, entwickelt sich schnell zum aufdringlichen Gespräch an der Kneipentheke, mit diesem einen Typen, der zu viel getrunken hat und einfach nicht merkt, wie sehr er stört.

„Ich habe immer noch keine Antwort von dir erhalten.“ Stimmt, weil mich die Vertriebsmethode kein Stück interessiert und mich deine Mails Zeit kosten. Schlimmer als die Methode Ignoranz endet nur der Versuch, sich auf das Gespräch einzulassen. Hat man erstmal den „Vernetzen-Button“ gedrückt, sieht man sich wieder in der Thekensituation und muss den Typen, der nun wenige Zentimeter vorm eigenen Gesicht, seine mega Idee zur Rettung der Welt kommuniziert, bestimmt zurückweisen. Schafft man es nicht schnell genug, landen die Vertriebs-K.O.-Tropfen auch schon im Glas und die nächsten Tage verursachen Kopfschmerzen.

Mein Top-Learning, wie es auf LinkedIn so schön heißt: den Stecker ziehen, aus Pro wird Free, die App gelöscht.

Expertentipp: Verkauf ≠ Vertrieb



Knut Paulsen, WCG Creating Empowerment.

Verkaufsprobleme werden häufig mit Vertriebsproblemen eines Unternehmens gleichgestellt. Ein Unternehmen, welches volle Auftragsbücher hat, geht davon aus keine Vertriebsprobleme zu haben – doch ist dies wirklich der Fall oder beschäftigt es sich möglicherweise in seiner eigenen Kreislaufwirtschaft? Ausschlaggebend für ein leeres Auftragsbuch ist für viele Unternehmen der Vertrieb, doch es existiert ein

Auftragseingangsproblem, das eventuell durch den Wegfall einer Zielgruppe, einer fehlenden Marktresonanz oder eines falsch eingesetzten Produktportfolios zustande kommen kann. Die Situation wird falsch wahrgenommen und Symptom und Ursachen stimmen nicht überein.

Menschen, die nicht im Vertrieb arbeiten denken lediglich in Ergebnissen. Doch der Vertrieb fokussiert sich auf seine Kunden. Er ist nicht direkt für den Verkauf verantwortlich, sondern für die Vorbereitung der Kaufentscheidung und die Platzierung des Leistungsangebots. Aus diesem Grund sollte sich jedes Unternehmen die Frage stellen, inwieweit es 100% kundenfokussiert arbeitet und die Customer Happiness ins Zentrum seines Tuns stellt. Denn sowohl fehlende Aufträge als auch volle Auftragsbücher sind Indikatoren für Vertriebsherausforderungen. Es gilt im Vertrieb die Leistung zu transportieren von der Bedürfnis- und Zielgruppenerkennung, die Ansprache, über das Anreichern und Qualifizieren bis hin zum Closing, welches von allein ins Rollen gebracht wird, wenn der Prozess überzeugend war. Der Vertrieb muss Spaß machen – nicht der Abschluss.

AKTUELLE ERGEBNISSE DEN NUI-REGIONENRANKINGS

Bereits seit 2018 steht der Landkreis München an der Spitze derjenigen Kreise und kreisfreien Städte, in denen am häufigsten neue Gewerbe gegründet bzw. in die Gewerbebetriebe verlagert werden. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen die Städte Leverkusen und Rosenheim, auf dem vierten Rang der Landkreis Starnberg. Im Rahmen des Neue Unternehmerische Initiative (NUI)-Regionenrankings ermittelt das IfM Bonn jährlich, wie viele haupt- und nebenerwerbliche Gründungen sowie Übernahmen und Zuzüge von Gewerbebetrieben in einer Region. Innerhalb der TOP-20-Gruppe gab es 2022 – verglichen mit dem Vorjahr – einige Verschiebungen: Während die Landkreise Lindau am Bodensee und Dahme-Spreewald sowie die kreisfreie Stadt Aschaffenburg in die NUI-Spitzengruppe aufrückten, konnten sich die Landkreise Nordfriesland, Marburg-Biedenkopf, Aichach-Friedberg, Augsburg und Rosenheim sowie die kreisfreie Stadt Schwabach nicht unter den TOP-20 halten. Die kreisfreie Stadt Baden-Baden, die in 2021 noch auf dem zweiten Platz hinter dem Landkreis München gewesen war, liegt nun auf Platz 14. Dagegen kehrten die Landkreise Bad Tölz-Wolfratshausen und Dachau sowie die kreisfreie Stadt Kempten (Allgäu) in die Spitzengruppe zurück.

Insgesamt zählen zehn Landkreise und kreisfreie Städte in Bayern, vier Regionen in Hessen, die Städte Düsseldorf und Leverkusen in Nordrhein-Westfalen, die Bundeshauptstadt Berlin, die kreisfreie Stadt Baden-Baden in Baden-Württemberg sowie die Landkreise Dahme-Spreewald und Teltow-Fläming in Brandenburg zu den zwanzig Höchstplatzierten.

„In fast allen Bundesländern hat im vergangenen Jahr die Gründungsneigung – gemessen am Durchschnitt der Kreise – abgenommen. Am stärksten war dies jedoch in den Stadtstaaten Hamburg und Berlin der Fall“, berichtet IfM-Wissenschaftlerin Olga Suprinovic. Dennoch erzielte wieder Berlin den höchsten NUI-Wert. Erst dahinter folgen mit Abstand Hessen, Hamburg und Bremen. Im Übrigen: Alle südwestfälischen Kreise platzieren sich im hinteren Mittelfeld dieses Rankings. (Quelle: IfM Bonn)

Expertentipp: Versicherungstipps für Existenzgründer



Michaela Freiburg ist Leiterin der Provinzial Geschäftsstelle in Iserlohn.

Existenz-Gründer sollten nicht vergessen, ihren Versicherungsschutz an die Lebenssituation anzupassen. Existenzgründer können sich ganz unabhängig vom Einkommen privat krankenversichern. Für junge Selbst-

ständige ist die private Krankenversicherung häufig die günstigere Alternative und bietet in der Regel mehr Leistungen. Für Gründer, die sich zu einem späteren Zeitpunkt selbstständig machen, kann die gesetzliche Krankenversicherung günstiger sein.

Wer bei einer dauerhaften Erkrankung oder nach einem Unfall seinen Beruf nicht mehr ausüben kann, steht plötzlich ohne Einkommen da. Selbstständige haben keinen Anspruch auf die staatliche Erwerbsminderungsrente. Eine Berufsunfähigkeitsversicherung ist für sie daher unerlässlich. Die Rürup-Rente ist für Selbstständige besonders sinnvoll. Damit sorgen sie nicht nur für

das Alter vor – sie profitieren auch von Steuervorteilen.

Eine Betriebshaftpflichtversicherung, die die Haftpflichtrisiken des Betriebes abdeckt, sollte man auf jeden Fall abschließen. Schäden durch Feuer, Hagel, Sturm, Leitungswasser oder Einbruchdiebstahl, können einen Betrieb für lange Zeit lahmlegen. Müssen dann Maschinen repariert oder das Betriebsgebäude saniert werden, springt die Geschäftsgebäude- und/oder die Inhaltsversicherung ein. Eine zusätzliche Betriebsunterbrechungsversicherung zahlt in dieser Zeit die Mietkosten und die Gehälter der Mitarbeiter, aber auch entgangene Gewinne.

Zahl des Monats

0,3

Im Winter rutschte die deutsche Wirtschaft in eine moderate Rezession. Das Bruttoinlandsprodukt ist im ersten Quartal 2023 preis-, saison- und kalenderbereinigt um 0,3 Prozent gegenüber dem Vorquartal geschrumpft, nach einem Rückgang von 0,5 Prozent im vierten Quartal 2022. So lautet die Einschätzung des IAB (Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung) zur wirtschaftlichen Lage im Juni 2023. Am aktuellen Rand wird die Konjunktur durch die hohe Inflation belastet. Die Vorlaufindikatoren zeigen sich getrübt. Die schwache Wirtschaftsentwicklung wirkt sich auch auf den Arbeitsmarkt aus: Die Beschäftigung stagniert, die Arbeitslosigkeit steigt und das IAB-Arbeitsmarktbarometer gibt erneut nach. (Quelle: IAB).

SO VIELE ERWERBSTÄTIGE WIE NOCH NIE – FACHKRÄFTEMANGEL FÜR DIE UNTERNEHMEN

Viele Erwerbstätige, wenige Arbeitslose und ein Boom einiger Teilzeitmodelle – für Arbeitnehmer sieht es auf dem deutschen Arbeitsmarkt sehr gut aus. Die Unternehmen haben allerdings mit dem zunehmenden Fachkräftemangel zu kämpfen. Mehr als 45 Millionen Erwerbstätige und nur noch rund 2,3 Millionen Arbeitslose – im Jahr 2019 stand der deutsche Arbeitsmarkt so gut da wie noch nie seit der Wiedervereinigung. Ein Jahr später machte sich die Coronakrise zumindest leicht bemerkbar. Inzwischen hat sich der Arbeitsmarkt wieder erholt: Im vergangenen Jahr gab es in Deutschland fast 45,6 Millionen Erwerbstätige.



Der deutsche Aufschwung am Arbeitsmarkt wird oft mit dem Hinweis kleingeredet, es seien hauptsächlich prekäre Arbeitsplätze entstanden, also beispielsweise befristete Stellen und Minijobs. Ein Blick zurück zeigt jedoch: In Deutschland gab es 2022 rund zwei Millionen Vollzeitbeschäftigte mehr als vor 15 Jahren. Einen regelrechten Boom haben vor allem Teilzeittätigkeiten mit mehr als 20 Stunden erfahren. Im Jahr 2022 betrug die Arbeitslosenquote in allen Bundesländern mit Ausnahme von Bremen und Berlin weniger als 7,5 Prozent. Im Jahr 2005, in dem die deutschen Arbeitslosenzahlen ihren Höchststand erreicht hatten, lag sie mit Ausnahme von Baden-Württemberg überall darüber – teilweise deutlich. Vor allem die ostdeutschen Bundesländer haben vom Boom auf dem Arbeitsmarkt profitiert: Die Arbeitslosenquote in Ostdeutschland war im Jahr 2022 mit 6,7 Prozent 12 Prozentpunkte niedriger als 2005. (Quelle: iwD Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft)

ehrlich transparent, garantiert.



Leimstraße 54-58
58135 Hagen • Germany

Fon +49(0)2331 4808-0
www.bassedruck.de

 @bassedruck
 @BasseDruck GmbH

So klappt es besser mit der Unternehmensnachfolge

Die Unternehmensnachfolge ist eine der kritischsten Situationen im Unternehmen. Was jedoch erschreckend ist: Bei einem Großteil der Nachfolgeplanungen fehlt eine klare, frühzeitige Zieldefinition zu Beginn des Change-Prozesses. Als Personalberater empfehle ich: Setzen Sie sich mit dem „geplanten Loslassen“ auseinander. Insbesondere, da emotionale Aspekte bei den massiven Veränderungen auftreten werden. Vielen ist die Komplexität und Tragweite einer Unternehmensnachfolge nicht bewusst – und genau daran scheitern immer wieder Generationswechsel. Hier sind ausgewählte Ideen, wie die Nachfolgeplanung erfolgreich wird



Detlef Ochel berät Unternehmen seit über 23 Jahren rund um das Thema Personalplanung.

Unternehmen die Fachexpertise und können auf zahlreiche Vergleichssituationen zurückgreifen. Dies ist von besonderer Bedeutung, wenn es um die „verdeckten Kräfte“ innerhalb und/oder außerhalb der Familie des Unternehmens geht.

Fragen stellen und Ziel definieren

Eine Unternehmensnachfolge ist ein bedeutender Veränderungsprozess. Ohne klare Ziele wird das nichts! Es hilft zunächst, die W-Fragen selbst zu beantworten: Wer, Was, Wann, Wo, Warum, Wie, Wozu? So schafft man sich eine erste notwendige Struktur bzw. einen Fahrplan für den anstehenden Change-Prozess. Bleiben Sie bei Ihrer Planung aber flexibel, lassen Sie Raum für neue Ideen bzw. für Unvorhersehbares.

Softfacts vs. Hartfacts

Beziehungsstrukturen und mögliche Altlasten bei den Beziehungsverhältnissen innerhalb der Unternehmerfamilie und der Verwandtschaft sind ein großes Risiko bei der Zukunftsgestaltung. Mediatoren sind hier wichtige Unterstützer, um stets im konstruktiven Dialog zu bleiben und damit Entscheidungen erfolgreich herbeizuführen.

Unternehmenskultur und -werte haben eine große Bedeutung

Elementar für die Zukunft eines Unternehmens ist das Wissen um die eigenen Werte. Was prägte das Unternehmen

bislang? Passen die Werte des Nachfolgers zum Unternehmen? Sind abweichende Werte sogar sinnvoll? Hier sind maximaler Weitblick und große Offenheit gefordert.

Aktuelle und künftige Prozesse

Eine rechtzeitige Prozessoptimierung gehört essenziell zu einer erfolgreichen Nachfolgeplanung dazu. Wenn nicht jetzt, wann dann? Also stets hinterfragen... auch all das, was eigentlich als gesetzt gilt. Denn Zukunft ist Wandel und dies gilt insbesondere für Unternehmen.

Innovationskraft erhalten = Wissenstransfer als Chance nutzen

Gerade bei der Nachgründergeneration kann ein Wechsel zu nachlassender Innovationskraft und Wissensverlust führen. Man sollte begleitend ein passendes Führungsteam bestimmen, das die Innovationsimpulse auch in Zukunft garantiert. Das persönliche Know-how, das Fachwissen und die besonderen Fähigkeiten der „Alten“ gilt es weiterzugeben. Von Vorteil ist, wenn dieser Wissenstransfer von mehreren Personen, sowohl aus der ersten wie auch zweiten Führungsebene erfolgt. Für den Dialog ist es optimal, einen Interviewpartner (intern oder extern) zu haben, der stetig alle Beteiligten im Gespräch hält. Dieser sorgt auch dafür, Wichtiges zu dokumentieren.

Unternehmensnachfolge = Starten so bald als möglich

Je früher umso besser: Es fängt „im Kopf“ an. Starten Sie deshalb in Gedanken bereits so bald als möglich mit dem „geplanten Loslassen“. Die Umsetzung der aktiven Nachfolgeplanung sollte – je nach den individuellen Umständen – mindestens 3 bis 5 Jahre oder sogar noch früher vor dem geplanten bzw. gewünschten „Tag X“ gestartet werden.

Interne Kompetenz verbunden mit externer Begleitung

Der Blick von außen hilft! Erfahrene Fachberater, Change Manager und Personalberater besitzen im Gegensatz zum

Klaut die künstliche Intelligenz Kreativen ihre Jobs?

Es ist eine Hassliebe, die viele Kreative mit der KI verbindet. Sie fasziniert, aber sie hat ihre Tücken. Trotzdem ist sie das Hype-Thema der Branche. Und immer öfter werden wir hinter vorgehaltener Hand und mit ängstlichem Blick gefragt: Stiehlt die künstliche Intelligenz den Kreativen die Jobs?

Was haben wir nicht alles erdulden müssen: Metaverse. NFT. Krypto. Und jetzt lockt die künstliche Intelligenz mit vermeintlicher Kreativität auf Knopfdruck. ChatGPT verschafft Studierenden eine entspannte Zeit und der Papst geht dank KI-Bild-Tool Midjourney in Balenciaga-Daunenjacke viral spazieren. In der Kreativbranche werden Marken und Kampagnen aus dem Chatbot gestampft. Wie gut ist dabei weniger die Frage, als wie schnell. Aber wo soll das hinführen? Braucht es uns Kreative dann bald etwa gar nicht mehr?

Doch. Denn die KI-Tools sind vor allem eine Unterstützung. Sie sind wie gute Werkstudierende. Wenn du sie richtig gut briefst, liefern sie dir auch gute Ergebnisse. Diese Ergebnisse könnten wir aber niemals einfach so an den Kunden weiterreichen. Es braucht also noch mal Zeit, um das Ergebnis zu überprüfen und zu überarbeiten. Super wichtig: Fakten-Check! Schließlich warnt uns das KI-Tool ChatGPT auf seiner Startseite vor sich selbst und weist darauf hin, dass es sich in der Welt nach 2021 nicht so gut auskennt und dass seine Inhalte vielleicht falsch sind. Da wären Werkstudierende aus 2023 dem Tool eindeutig voraus. Außerdem gilt es auch zu überprüfen, ob das Ergebnis zur Unternehmensstrategie, der Corporate Identity und anderen übergeordne-

ten Marken-Wegweisern passt. Und es bleibt auch immer noch eine gewisse rechtliche Unsicherheit. Schließlich bedienen sich die KI-Tools großzügig im Netz - und zwar von anderen.

Die Krux der Aufgabenstellung

Damit die KI-Tools die Ergebnisse ausspucken, die wir uns wünschen, braucht sie einen messerscharfen Prompt. So nennt sich die Aufgabenstellung, die wir der KI geben. Das heißt, je differenzierter und präziser wir ihr sagen, was wir wollen, desto besser wird das Ergebnis. Dazu müssen wir sie genau mit den passenden Keywords füttern, sonst wird nichts draus. Die Ergebnisse sind dann immerhin auch prompt erstellt. Auf den ersten Blick sind sie imposant oder zumindest interessant.

Doch sind sie auch relevant? Die Antwort: Geht so. Wie sollten sie auch, schließlich sind die Bilder und Texte der KI-Tools aus bereits bestehendem Online-Content zusammengewürfelt. Überraschende Elemente? Fehlansage. Simulierte Leidenschaft? Nicht doch. Denn das, was die Arbeit der Kreativen ausmacht, ist zutiefst menschlich. Eine Idee, auf die zuvor noch niemand kam. Ein Wortwitz, den nur die Zielgruppe versteht. Ein Bild, das mehr sagt als tausend KI-Worte. Genau darum geht es in unserer Branche und genau das kann die KI nicht – zumindest noch nicht. Trotzdem kann sie uns in vielen Bereichen unterstützen. Und auch wir basteln gern artifizielle Bilder oder lassen uns vom Chatbot inspirieren. Aber unseren Job kriegt sie deswegen noch lange nicht.



David Spieler ist einer der Gründer und Inhaber der Kreativagentur Vereinhalb in Schmallenberg.

Neues Gesellschaftsregister für GbR ab 01.01.2024

➤ Rechtsfähigkeit der GbR als Gestaltungsmittel zur Sicherung des Familienvermögens über die Generationen hinweg unter Nutzung steuerlicher Vorteile



Der Autor Dr. Volker Jahr ist Rechtsanwalt und Steuerberater sowie Fachanwalt für Steuerrecht und Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht, Partner bei Friebe – Prinz + Partner Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwälte mbB, Lüdenscheld.

Zum 01.01.2024 wird im Zuge der großen Reform des Personengesellschaftsrechts durch das „Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts (MoPeG)“ ein sogenanntes „Gesellschaftsregister“ für Gesellschaften bürgerlichen Rechts (GbR) eingeführt.

Das Gesellschaftsregister ist in Aufbau, Struktur und Organisation eng an das Handelsregister angelehnt. Zuständig für die Einrichtung des neuen GbR-Registers sind die Bundesländer.

Mit dem neuen Gesellschaftsregister besteht gemäß § 707 Abs. 1 n.F. BGB die Möglichkeit, eine GbR in ein öffentliches Register eintragen zu lassen. Spätestens mit der Eintragung der GbR in das Gesellschaftsregister entsteht die Rechtsfähigkeit der GbR.

Zwar existiert grundsätzlich kein Zwang, eine bereits bestehende oder neue GbR in das Register eintragen zu lassen, sondern nur ein sog. Eintragungswahlrecht. Faktisch besteht aber keine Handlungsfähigkeit für eine GbR, wenn diese Immobilien oder Gesellschaftsbeteiligungen hält, und die GbR nicht in das Gesellschaftsregister eingetragen ist. Denn die Eintragung

der GbR in das Gesellschaftsregister ist z.B. Voraussetzung für die Eintragung der GbR als Eigentümerin einer Immobilie im Grundbuch oder als Gesellschafterin einer GmbH oder KG im Handelsregister. Dies ist insbesondere relevant für Holding- oder Immobilien-gesellschaften.


Mit dem Registereintrag ins Gesellschaftsregister führt die Gesellschaft den Namenszusatz „eingetragene Gesellschaft bürgerlichen Rechts“ bzw. „eGbR“.

Verbunden ist die Eintragung in das neue Gesellschaftsregister naturgemäß mit erhöhter Transparenz. Während bislang Informationen zur GbR nicht aus öffentlichen Registern zu entnehmen waren, ermöglicht das Gesellschaftsregister es nunmehr

- die Existenz,
- die Identität und

- die ordnungsgemäße Vertretung der GbR dem Register mit Publizitätswirkung zu entnehmen. Außerdem sind mit Eintragung der GbR in das Gesellschaftsregister Angaben zu den wirtschaftlich Berechtigten an das Transparenzregister zu übermitteln.

Auf der anderen Seite hat die Eintragung über die faktische Notwendigkeit hinaus, eingetragen zu sein, um als Immobilien- oder Holding-GbR handeln zu können, aber auch weitere Vorteile: So ermöglicht die Registrierung den Gesellschaftern, gem. § 706 n.F. BGB den Sitz ihrer Gesellschaft frei zu wählen. Eine in Deutschland registrierte Gesellschaft könnte also auch ausschließlich im Ausland tätig und dennoch weiterhin hier registriert sein und dem deutschen Recht unterliegen. Des Weiteren können infolge der Registrierung die Gesellschafter einen identitätswahrenden Statuswechsel gem. § 707c BGB n.F. in eine andere Rechtsform vornehmen. Außerdem können die Gesellschafter durch die Eintragung deren Publizitätswirkung nutzen und ohne weiteres über die ansonsten grundsätzlich bestehende Gesamtvertretungsbefugnis verfügen.

Mit der ausdrücklichen Anerkennung der Rechtsfähigkeit der GbR erfolgt eine Stärkung der GbR als auch weiterhin probates Gestaltungsmittel zur Verwaltung und Sicherung von Familienvermögen über die Generationen hinweg unter Nutzung steuerlicher Vorteile. 

Künstliche Intelligenz und wie sie unseren Büroalltag verändern wird

➤ Das Thema Künstliche Intelligenz ist aus unseren Nachrichten kaum noch wegzudenken. Während vor einiger Zeit noch primär IT-Seiten und -Magazine über KI berichtet haben, wird heute regelmäßig auf allen Kanälen über Künstliche Intelligenz und deren Auswirkungen berichtet. Doch was genau bedeutet der Fortschritt in der Künstlichen Intelligenz eigentlich für unseren Büroalltag?




Ein wesentlicher Bestandteil der Büroarbeiten sind E-Mails und deren Bearbeitung. ChatGPT kann in diesem Kontext genutzt werden, um Antworten auf E-Mails zu verfassen. Hierbei sollte allerdings der Datenschutz beachtet und sichergestellt werden, dass u. a. keine firmeninternen Informationen oder personenbezogene Daten ChatGPT zur Verfügung gestellt werden.

Des Weiteren können Tools wie DeepL bei der Übersetzung von E-Mails helfen und Chat GPT kann genutzt werden, um sich z. B. einen Sachverhalt erklären zu lassen. ChatGPT kann damit als eine Suchmaschinen-Alternative verwendet werden. Doch auch hier sind Einschränkungen zu beachten. ChatGPT hat nicht die aktuellsten Informationen, weshalb

für z. B. Trendthemen andere Methoden der Recherche verwendet werden müssen. Zudem fehlen Quellenangaben, wodurch das kontextuelle Verständnis zum Prüfen der Antworten umso wichtiger ist. Auch Meetings und deren Nachbereitung werden sich mit KI verändern. Händisches Mitschreiben ist nicht mehr nötig. Stattdessen transkribiert ein KI-gestütztes Tool das Meeting, fasst dieses Transkript zusammen und strukturiert die enthaltenen Informationen. Aus diesem strukturierten Transkript können wiederum Aufgaben generiert werden.

Doch die Anwendungsgebiete erstrecken sich auch noch in kreativere Bereiche. KI kann z.B. Inspirationen für Social Media Posts liefern und diese dann auch selbst schreiben. Auch Sto-

rylines für Präsentationen oder ganze Slidedecks lassen sich mithilfe von KI erstellen.

Neben all den Vorteilen sollte allerdings berücksichtigt werden, dass Künstliche Intelligenz auch genutzt werden kann, um Unternehmen Schaden zuzufügen. So lässt sich mit ChatGPT zum Beispiel der Prozess der Malwareerstellung vereinfachen oder es lassen sich authentisch wirkende Phishing-Mails erstellen, die nur noch schwierig von „echten“ E-Mails zu unterscheiden sind. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass viele Routinetätigkeiten durch Künstliche Intelligenz übernommen oder vereinfacht werden können. Damit wird der Arbeitsalltag effizienter und es bleibt mehr Zeit für abwechslungsreiche Tätigkeiten. Wer auf KI verzichtet wird daher mittelfristig Probleme haben, mit der Geschwindigkeit von Mitarbeitenden, die KI für sich nutzen, mitzuhalten. 



Lisa-Marie Ihnen von der Proact Deutschland GmbH.

Das Team der Südwestfalen Agentur stellt sich vor



Claudia Berker ist nach ihrem Berufseinstieg viel herumgekommen. Nun ist sie zurück in Südwestfalen und setzt sich beruflich und privat für ihre vielseitige Heimat ein.



Steckbrief:

Mein Name?

Claudia Berker

Mein Aufgabengebiet?

Regionalmarketing, Kampagnen- und Unternehmensbetreuung

Meine Aufgabe in der Südwestfalen Agentur

Ich bin Teil des Teams Regionalmarketing bei der Südwestfalen Agentur und habe damit die schöne Aufgabe, die vielen Potenziale der Region als Lebens- und Arbeitsort sichtbar zu machen. Dazu gehört auch, Südwestfalen als starke Wirtschaftsregion herauszustellen. Darauf zielt unter anderem unser aktueller Wettbewerb „Kracher des Jahres 2023“ ab, den ich derzeit betreue: In 90 Sekunden präsentieren Unternehmen möglichst

anschaulich ihr „Highlight-Produkt“ made in Südwestfalen. Aus fünf Kreissiegern wird dann am 31. August beim Südwestfalen-Festival der Gesamtsieger ermittelt.

Wieso arbeite ich in und für Südwestfalen?

Nach meinem Berufseinstieg in Südwestfalen habe ich viele Jahre nicht in der Region und auch nicht in Deutschland gearbeitet. Ich bin also quasi eine Rückkehrerin – und dies aus Überzeugung: Hier ist meine Heimat, die mich in ihrer Vielseitigkeit begeistert. Ich finde es schön, jetzt in Projekten vor Ort etwas bewegen und zu positiven Veränderungen beitragen zu können: In der Südwestfalen Agentur übersetzen wir mit unseren Partner:innen große gesellschaftliche Themen wie Digitalisierung, Mobilität oder nachhaltige Lebens- und Arbeitsweisen in die regionale Realität – das finde ich spannend.

Was macht Südwestfalen für mich besonders?

Südwestfalen erlebe ich als eine angenehme Mischung aus Bodenständigkeit und Aufbruchstimmung. Ich mag es, dass Verlässlichkeit und Tradition wertgeschätzt werden und gleichzeitig ganz viel Neues beginnt und sich die Region den veränderten Anforderungen unserer Zeit stellt. Ich bin oft selbst überrascht, was es hier an interessanten Initiativen gibt.

Was sollten Menschen von außerhalb Südwestfalens wissen?

Die Region hat ihr Pampa-Image längst verloren. Jetzt sprechen wir über Standortfaktoren, die für die private wie auch berufliche Lebensqualität von immer höherem Wert sind. Südwestfalen ist außerdem abwechslungsreich: Zwischen Wald und Weltmarktführern, Schützenfest und Start-Ups, Karl-May-Festspielen und Kuh-Yoga gibt es viele gute Gründe für die Region.

NEUES AUS DEM „FACHKRÄFTEMARKETING“

Um Südwestfalen als attraktive Arbeitgeber-Region bekannter zu machen und Unternehmen zu helfen, Mitarbeitende zu gewinnen und bewährte Kräfte zu halten, hat die Südwestfalen Agentur GmbH im Verbund mit regionalen Partnern das Projekt „Arbeitgeber-Schmiede Südwestfalen“ entwickelt. Herzstück der „Arbeitgeber-Schmiede“ sind innovative „Impuls-Labore“, in denen praxisbezogene neue Modelle für mehr Arbeitgeberattraktivität entwickelt, erprobt und umgesetzt werden. www.suedwestfalen-agentur.com/arbeitgeberschmiede.



NEUES AUS „IMAGE DER REGION“

Eine weitere Zeitungsbeilage namens „11 gute Gründe für Südwestfalen“ ist im Juni in den Ausgaben der Funke Medien Gruppe im Ruhrgebiet erschienen. Darin präsentiert sich Südwestfalen in seiner ganzen Vielseitigkeit und stellt spannende Projekte aus der Region vor. Mit dabei: Das Format Meet 'n' Match, bei dem man von der Couch aus Weltmarktführer aus Südwestfalen kennen lernen kann, Freizeittipps aus der Region, ein Interview mit einer Rückkehrerin in die Region und Informationen zu CoWorking-Möglichkeiten in Südwestfalen. www.suedwestfalen-agentur.com/lese-ecke



NEUES AUS „MEHRWERTE FÜR UNTERNEHMEN“

Nach dem großen Erfolg 2021 findet die Aktion „Kracher des Jahres – made in Südwestfalen“ in diesem Jahr zum zweiten Mal statt und richtet sich an Unternehmen und Verbände aus ganz Südwestfalen: Im Rahmen eines interaktiven Wettbewerbs stellen diese ihre „Kracher“-Produkte und -Ideen per Kurzvideo vor und machen damit gleichzeitig die Vielfalt der regionalen Wirtschaft einem großen Publikum bekannt. Am 23. August werden die fünf Kreissieger gekürt, beim Südwestfalen-Festival am 31. August dann der Gesamtsieger. www.jetzt-zusammenstehen.de/kracher



TERMINE Regionalmarketing

SÜDWESTFALEN FESTIVAL 2023
31. AUGUST 2023
CAMPUS BUSCHHÜTTEN

Auch in diesem Jahr freut sich das Team der Südwestfalen Agentur auf den persönlichen Austausch und viele, nette Begegnungen. Ein unterhaltsames Bühnenprogramm präsentiert im kurzweiligen Format 3-Sterne-Projekte der REGIONALE 2025, die „Arbeitgeberschmiede Südwestfalen“ und das Projekt „Hub45“. Auf der „Südwestfalen-Meile“ lädt dann eine Netzwerk-Lounge zum Kennenlernen ein, im Sterne-Café stellen Projektträger:innen der REGIONALE ihre Projekte persönlich vor und Food Trucks sowie ausgewählte Live-Acts verbreiten den Südwestfalen- und Festival-Spirit. www.suedwestfalen-agentur.com/festival-2023.

**OFFENE MITGLIEDERVERSAMMLUNG
„WIRTSCHAFT FÜR SÜDWESTFALEN E.V.“**
31. AUGUST 2023
CAMPUS BUSCHHÜTTEN

Schon im Vorhinein des Südwestfalen Festivals findet um 14:00 Uhr ebenfalls im Campus-Buschhütten die Mitgliederversammlung des Vereins „Wirtschaft für Südwestfalen“ statt, die für Mitglieder sowie Interessierte geöffnet ist. Ein gemeinsamer Mittagssnack und Networking stehen mit auf dem Programm.

DIGITALE IMPULS-CAFÉ #41: SHARED LEADERSHIP - MIT GETEILTER FÜHRUNG EFFEKTIVER ZUSAMMENARBEITEN
13. SEPTEMBER 2023
ONLINE

Kurze Impulse, Inspirationen und Austausch zu spannenden Themen: Das ist das Ziel des digitalen Impuls-Cafés. In dieser Ausgabe stellt Jenny Schuller von der Chili and Change GmbH das Konzept des Shared Leadership vor. Dabei geht es um die Frage, wie Führungsaufgaben innerhalb eines Teams oder einer Organisationseinheit aufgeteilt werden können. Führung wird dadurch immer weniger als Position und mehr als Aufgabe gedacht, die von vielen Schultern getragen werden kann.

Alle Veranstaltungen unter: www.swa-portal.com/veranstaltungen


„Ich finde Handwerk richtig cool“

➤ Jana Lewe hatte schon immer den Drang, Ideen in die Tat umzusetzen, etwas zu reparieren, bauen, verwirklichen und erschaffen. Sie ist eine echte Handwerkerin, die aus einem Job in einer wahren Männerdomäne heraus ihr eigenes – ebenfalls frauenuntypisches – Start-up gegründet und sich noch mal ein Stück mehr selbst verwirklicht hat. Beim „Zu Tisch“-Gespräch unweit der Volme in Hagen erzählt die 42-Jährige von ihrer Leidenschaft für Möbel aus Weinfässern

Text: Simke Strobl Fotos: Katrin Kaiser

„Ich finde Handwerk richtig cool. Das war schon als Kind und Jugendliche so. Als ich 16 war und keine Kohle hatte, habe ich meine Vespa selbst repariert.“ Die Lebensgeschichte von Jana Lewe ist so bunt wie vielfältig, vor allem aber geprägt von Umzügen. „Ich bin ein echtes ostdeutsches Mädchen“, erzählt die 42-Jährige im Restaurant an der Volme zur Vorspeise. In Cottbus in der ehemaligen DDR geboren, zog sie mit ihrer Familie nach der Wende nach Dinslaken, schmiss kurz vorm Abi ohne das Wissen ihrer Eltern die Schule und bewarb sich für eine Ausbildung zur Kfz-Mechanikerin bei einem Autohaus in Duisburg. „Meine Eltern waren nicht begeistert, haben aber unterschrieben. Mussten sie ja, ich war nicht volljährig.“ Bescheiden erzählt Jana Lewe, dass sie offenbar begabt gewesen sein muss und für die Meisterschule ein Stipendium von der Handwerkskammer Düsseldorf erhielt. Fortan ist sie nur noch unterwegs. Mit drei anderen Mädels lebt sie in einer WG „mitten auf der Meile in Dortmund“, pendelt mehrmals wöchentlich zur Meisterschule nach Düsseldorf und arbeitet weiterhin in Duisburg. Mit Anfang 20 ist Jana Lewe eine der jüngsten Kfz-Meisterinnen in der Rhein-Ruhr-Metropole und entscheidet sich, an der Abendschule auch noch BWL zu studieren. Als sie in Iserlohn in einem Autohaus als Kfz-Meisterin anfängt, kommt Liebe ins Spiel. „Klischee und Klassiker zugleich: Mein Mann war mein Chef.“ Und während beim „Zu Tisch“-Gespräch knuspriger Kabeljau aufgetischt wird,

muss die leidenschaftliche Biertrinkerin schmunzeln: „Ich war diejenige von uns vier Mädels, der am wenigsten zugebraut wurde – ich war ja die Einzige, die kein Hochschulstudium hatte und im Handwerk zuhause war – und von der keiner erwartet hätte, dass sie jemals verheiratet sein und Kinder haben würde, geschweige denn selbstständig. Heute bin ich die Einzige, die verheiratet ist, habe Zwillinge bekommen und bin mein eigener Chef.“ Jana Lewe ist die Fass-Schmiedin. „Ich habe damals für unseren Garten ein ausrangiertes Weinfass gesucht. Das gab es damals noch nicht online zu kaufen.“ Nachdem sie für immer mehr Freunde und Bekannte ebenfalls Fässer besorgt hat, kommen die ersten gestalterischen Aufträge: Die Kunden wollen Möbelstücke aus Weinfässern. Sie, gerade Anfang 30, wittert eine Nische. „Ich habe die Fässer ganz klassisch übers Internet vertrieben und 2012 direkt offiziell die Fass-Schmiede gegründet.“ Den Job im Autohaus schmeißt sie für die handwerkliche Selbstständigkeit gerne. Als sie 2014 schwanger wird, stellt sie erstmals in Vollzeit jemanden ein, arbeitet aber trotzdem weiter mit. Weil sie mit Beginn der Corona-Zeit mit bis zu 2000 Fässern, die aus Frankreich und Spanien kommen, lagertechnisch am Hof, wo sie auch lebt, aus allen Nähten platzt, baut Jana Lewe nahe der B233 in Kalthof eine Werkstatt mit Lagerhalle und zieht mit ihrem Betrieb komplett um. „Letztes Jahr habe ich zum ersten Mal seit der Gründung richtig Urlaub gemacht, weil ich jetzt eine wirklich tolle

Mannschaft habe, die mir den Rücken freihält und Entscheidungen auch treffen kann, wenn ich nicht da bin.“ Bis heute ärgert sie, dass Frauen im Handwerk immer noch unterschätzt werden, dass ihnen zu wenig zugebraut wird, schon gar kein Meistertitel. „Ich könnte davon viele Geschichten erzählen.“ Vielleicht auch einer der Gründe, warum sie Anfang 2022 das Unternehmerinnen-Netzwerk Paula in Südwestfalen mitgründet. Damit will sie ihren Beitrag leisten, dass Frauen bessere Möglichkeiten haben, sich untereinander geschäftlich zu vernetzen. „Es ist so schön zu sehen, was wir schon alles erreichen konnten“, erzählt sie, dass sie bis zu 15 Stunden pro Woche für Paula unterwegs ist. Nebenbei ist sie Ehefrau, Mutter, Unternehmerin. „Ich habe jetzt 15 Angestellte. Der überwiegende Teil meines Jobs besteht also mittlerweile aus Denken und Organisieren. Das macht Spaß – aber das Handwerkliche fehlt mir.“ Deshalb freut sie sich auf die seltenen Gelegenheiten, bei denen sie selbst noch zum Werkzeug greifen und neue Ideen umsetzen, reparieren, bauen und erschaffen kann. Denn das ist ihr Traum – heute wie früher. 

Restaurant an der Volme

Nur wenige Meter vom Ufer der Volme entfernt und mitten in der Hagerer Innenstadt gelegen, bietet das Restaurant an der Volme ein gediegenes, elegantes Ambiente und setzt auf Gerichte mit saisonalen und vor allem regionalen Zutaten.



Impressum

Unternehmertum Südwestfalen
ist eine Publikation der

Unternehmerverlag Südwestfalen GmbH
Corunnenstr. 1
58636 Iserlohn
Tel. 02371/35109-10
Fax 02371/35109-20
info@unternehmerverlag-suedwestfalen.de
www.unternehmerverlag-suedwestfalen.de

Geschäftsführer/Herausgeber:
Torben K. Feil

Redaktion:
Carolin Krick
Katja Michel
Simke Strobl
Monika Werthebach
Julia Wildemann
und weitere Gastautoren

Art Director:
Sven Herrmann

Titelbild, Fotos auf den Seiten 10-11, 32-33, 38, 44, 73:

Katrin Kaiser / Katrin Kaiser Photography
Am Schindellehm 12, 59755 Arnsberg
Tel.: 0170 / 6917355
mail@katrinkaiser.de, www.katrinkaiser.de

Fotos auf den Seiten 37, 39, 40-41:

Sinan Muslu / neun a ohg
Löhrtor 7, 57072 Siegen
Tel.: 0271 / 222 96 94 0
info@neun-a.com, www.neun-a.com
www.sinanmuslu.de

Fotos auf den Seiten 22-31:

Björn Bernhardt / Monokultur
Westwall 37, 57439 Attendorn
Tel.: 02722 / 6561225
mbjoern@Monokultur-Studio.de
www.Monokultur-Studio.de

Fotos auf den Seiten 12, 48:

Björn Orth / Björn Orth Photography
Hardenbergstr. 6, 58097 Hagen
Tel.: 0172 / 272 88 55
mail@orthfolio.com, www.orthfolio.com

Weitere Fotos:

AdobeStock, Gäste Information & Marketing Bad Sasendorf (S. 6-7), Patrick Gasior (S. 53); Soweit nicht anders angegeben, wurden die Fotos von den jeweils genannten Unternehmen/Personen eingereicht.

Druck:

BasseDruck GmbH
Leimstraße 54-58, 58135 Hagen

Druckauflage:

13.000 Exemplare

Verbreitung:

Das Magazin wird kostenlos verschickt an alle Unternehmen im Wirtschaftsraum Südwestfalen, die mindestens fünf Mitarbeiter beschäftigen. Darüber hinaus geht das Magazin an weitere Multiplikatoren wie Verbände und Institutionen, Hochschulen, Fach- und Führungskräfte sowie an wichtige Personen aus Politik und Gesellschaft.

Abonnement:

Die Unternehmer, die nicht im kostenlosen Verteiler sind, aber dennoch nicht auf echte Mehrwerte verzichten möchten, können das Magazin abonnieren. Preis Einzelausgabe: 7,50 € inkl. Porto; Preis Jahresabo: 60,00 € inkl. Porto (bei 8 Ausgaben).

Copyright/Nachdrucke:

Copyright für alle Beiträge bei Unternehmerverlag Südwestfalen GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Sonderdruck und Nachdrucke sowie die Vervielfältigung nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch den Verlag.

Urheberrechte/Haftung:

Die Urheberrechte für sämtliche vom Verlag gestaltete Artikel und Anzeigen liegen bei der Unternehmerverlag Südwestfalen GmbH und dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch den Verlag nicht verwendet werden. Für unverlangt eingereichte Manuskripte/Bilder und Anzeigeninhalte übernimmt der Verlag oder seine Mitarbeiter keine Haftung.

Gender-Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Magazin die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

DER GANZ NORMALE WAHNSINN

MENSCHEN BEGEISTERN IST MEHR ALS ABHOLEN UND MITNEHMEN

Nichts ist so beständig wie der Wandel: Jedes Unternehmen kann ein Lied davon singen. Die scheinbar planbare Unternehmenswelt war schon immer eine Illusion – spätestens seit Corona, Lieferkettenengpässen, Ukraine-Krieg, Inflations-Schock und vor dem Hintergrund eines sich stetig verschärfenden Arbeitskräftemangels ist dies auch hartnäckigen Optimisten klargeworden. Die Rahmenbedingungen bleiben herausfordernd. Das heißt in der Konsequenz: Unternehmen müssen sich anpassen.

„Vielleicht haben wir den ein oder anderen noch nicht abgeholt oder mitgenommen.“ - Das hören wir dann oft, wenn Change-Prozesse nicht so laufen, wie sie sollen. Eine vielsagende Analyse, weil sie unbewusst sehr viel über die Haltung und Erwartungen der Personen sagt, welche das so formulieren.

Top-Down-Veränderungsprozesse in Unternehmen stoßen fast immer auf Grenzen. Und die liegen gar nicht immer in den Widerständen bei den Menschen im Team begründet. Oft erlebt auch der sehr operativ arbeitende Teil der Belegschaft hautnah, wenn Dinge nicht mehr gut funktionieren und sieht ein, dass sich Dinge ändern müssen. Problematisch wird es aber immer dann, wenn von Menschen Veränderung erwartet wird und wenn sie die vielzitierte Komfortzone verlassen sollen, dann aber erleben, dass ihre eigenen Führungskräfte und Vorgesetzten die Veränderungsziele nicht oder nur halbherzig leben oder sogar keine klare Richtung vorgeben. Unsicherheit an dieser Stelle führt zu



Autor der Kolumne ist Jörg Hesse, Gründer und Geschäftsführer der, auf markenzentrierte Organisationsentwicklung spezialisierten, Unternehmerberatung triljen innerhalb der Fette Beute Gruppe.

noch mehr Unsicherheit in der gesamten Organisation.

Schon der Ansatz ist zum Scheitern verurteilt: Oft haben gerade die Mitarbeitenden ohne Fach- und Führungsverantwortung einen sehr unverfälschten Blick auf die Kunden. Sie bekommen Unzufriedenheiten hautnah und ungefiltert mit. Es wäre fahrlässig, sie außen vor zu lassen, wenn es darum geht, Lösungen zu entwickeln, um das Unternehmen in der Veränderung noch besser aufzustellen.

Die Konsequenz: Es reicht nicht aus, Menschen in Change Prozessen nur „abzuholen“. Es ist nichts gewonnen, wenn sie Lippenbekenntnisse abgeben und sich am gelebten Verhalten nichts ändert. Es gibt jedoch einen guten Weg, das zu verhindern: sie einzubeziehen und zu Mitgestaltern der Veränderung zu machen – eben Betroffene zu Beteiligten machen.

Mitarbeiter zu begeistern, ist eine der anspruchsvollsten Aufgaben, die Führungskräfte haben. Es ist wichtiger denn je, Menschen aus der Reserve zu locken, einzubeziehen und zu aktivieren. Genau diese gelebte Wertschätzung ist ein großes Bedürfnis vieler Menschen im Arbeitsleben von heute. Darin werden wir immer wieder aufs Neue bestätigt, zum Beispiel, wenn wir Führungskräfte auf den nachgelagerten Ebenen und Mitarbeitende interviewen. Darum mein Plädoyer:

Lasst die Menschen von der Leine, bezieht sie aktiv in Eure Pläne ein. Sie danken es Euch, indem sie mitdenken und zu Mitgestaltern notwendiger Veränderungen werden.



SINAN MUSLU

FOTOGRAF
FÜR WERBUNG, PEOPLE UND CORPORATE.
SINANMUSLU.DE

Die besten Entscheidungen zeigen sich in **TURBULENTEN ZEITEN.**

Hartmut Jenner, Vorsitzender des Vorstands

KÄRCHER

Kaiser-Wilhelm-Denkmal an der Porta Westfalica | Landschaftsverband Westfalen-Lippe

Risiken und Chancen managen. #DasIstMirWichtig

Die besonderen Qualitäten eines Unternehmens sind gerade in herausfordernden Zeiten gefragt. Wenn Innovationskraft und Teamgeist Hindernisse in Chancen verwandeln. Dabei unterstützen wir von der HypoVereinsbank Unternehmen wie Kärcher im internationalen Geschäft mit vorausschauendem Denken und Handeln. Denn gute Partner sorgen mit Weitsicht für Zuversicht.

Ihre HVB Ansprechpartner

Firmenkunden	Arndt Krebbing	0231 58713-47	arndt.krebbing@unicredit.de
Wealth Management	Michael Walich	0231 58713-67	michael.walich@unicredit.de

hvb.de/kaercher

 **HypoVereinsbank**

Member of  **UniCredit**